

CENTRO SERVIZI PICCOLE E MEDIE IMPRESE

Azienda Speciale della Camera di Commercio di Matera

Le attività promozionali gestite nel corso dell'anno 2005 dal CESP sono di seguito riportate:

- Progetto integrato sull'Egovernment - Multicanalità e governo delle relazioni L'innovazione e il trasferimento tecnologico alle PMI.
- Progetto "Promozione e diffusione marchi DOC e tipici: artigianato"
- Marchio collettivo Materadoc Artigianato Artistico
- Visite studio classi istituti scolastici superiori

Sono state svolte numerose attività formative:

ATTIVITÀ SVOLTA DALLA MO.SA.

Azienda Speciale della Camera di Commercio di Matera

Le attività del 2005 dell'Azienda Speciale MO.SA. si sono concretizzate in :

- Realizzazione dei Progetti del Fondo di perequazione 2002
- Conciliazione nel settore turismo: formazione e promozione
- Orientamento al lavoro:
- sportello camerale per l'orientamento ed il raccordo formazione - imprese. Diffusione di marchi di qualità e denominazione di origine nel settore ristorativo.

E' stata presentata nel corso dell'anno 2005 alla Regione Basilicata la domanda, da parte della MOSA, di accreditamento per l'orientamento e la formazione professionale.

AGRI 2000

Azienda Speciale della Camera di Commercio di Matera L'attività di Agri2000 nell'anno 2005 si è estrinsecata in:

- Progetti fondo di perequazione 2003
- "Agroalimentare e qualità"
- "Sistema per la certificazione e la promozione dei prodotti a certificazione di origine e a marchio collettivo (IC-DEIS) "
- Progetti "L'innovazione e il trasferimento tecnologico alle PMI" e "L'innovazione tecnologica al servizio della promozione turistica del territorio"
- Formazione
- Corso di degustazione e abbinamento gastronomico
- Fiere e Missioni
- Fiera Expo dei Sapori - Milano 4 / 7 novembre 2005
- Fiera Tecno Hortus
- Terzo Salone Professionale Orticoltura: Padova 2 /4 Dicembre 2005

Azioni promozionali realizzate su iniziativa di altri EntiGuida "Città del Pane

- Linea verde sulla Murgia materana
- BITEG 8° edizione della Borsa del Turismo Enogastronomico
- Riva del Garda 13/15 maggio 2005

Patrocini e partecipazioni

- Convegno "Nuova OCM Olio di Oliva: Quale futuro?"
- Montescaglioso (MT), 23 febbraio 2005 Fiera AgriFood Mode in Italy

1° edizione della Fiera del mercato dell'artigianato artistico locale

Progetti a valere su finanziamenti pubblici

CAMPANIA

Le principali linee programmatiche riguardano:

- Il raccordo politico-istituzionale nei confronti della Regione

Non può non citarsi in tal senso l'approvazione in prima lettura del nuovo Statuto della Regione Campania in cui le autonomie funzionali campane hanno ottenuto una esplicita legittimazione, ed in particolare le Camere di Commercio assumono un ruolo di assoluto rilievo nel sistema della Programmazione Economica della Regione.

Va ricordato inoltre che, proprio grazie al nuovo sistema di relazioni, è stato possibile ottenere importantissimi affidamenti diretti all'Unione ed alle Camere di Commercio di ingenti risorse finanziarie, sia a valere sui fondi del POR Campania che su fondi propri della Regione. E' il caso delle attività per la mappatura dei Piani di Insediamento Produttivo della Campania svolta a favore dell'Assessorato alle Attività Produttive, dei contratti stipulati con l'Assessorato ai Beni Culturali a fronte dell'azione ricerca" da svolgere relativamente a quattro PIT turistico culturali della Regione, e, da ultimo nel 2006, della delibera di Giunta Regionale di affidamento di azioni di Marketing Territoriale alle Camere di Commercio associate.

- Le azioni e i servizi per la rete delle imprese e per la promozione dello sviluppo economico locale

In tale ambito, il profilo scelto in termini di attività è stato quello di soggetto coordinatore dell'azione delle singole

Camere, piuttosto che quello dell'intervento diretto.

Come detto in precedenza, progressivamente, a partire dall'esercizio 2005, l'Unione si è sostituita al CER Campania in alcune attività a favore del sistema delle imprese campane, ed in tal senso vanno certamente evidenziate le attività relative all'organizzazione del Vinitaly di Verona, il Mi wine di Milano, ed il Fancy food di New York. Ma, oltre alla descrizione delle attività ed ai servizi resi quindi alla rete delle imprese campane, va sottolineato che l'azione dell'Unione è stata svolta senza incrementare l'aliquota contributiva delle Camere associate, utilizzando di volta in volta il metodo della contribuzione per Camera in funzione dell'effettiva attività svolta ed in base al numero delle aziende, su base provinciale, servite. Se, quindi, da una parte le Camere associate hanno contribuito parzialmente alle iniziative in base alla loro quota, dall'altra, ed è bene precisarlo, sono state esentate dal versamento al CER Campania del contributo annuale versato a prescindere dall'adesione alle singole iniziative.

- Le attività di progettazione, informazione e animazione per l'utilizzo dei fondi comunitari

Tenuto conto dei risultati ottenuti, in proprio ed a favore delle Camere associate, in relazione a progetti ed attività finanziate con fondi del POR Campania 2000-2006.

Al fine di incrementare il patrimonio professionale e di esperienze delle singole Camere, nel corso del 2005 è stata stipulata una convenzione con l'Eurosportello di Napoli attraverso cui è stata creato un sub network degli Euro Info Centre Campani, creando in tal modo presso ogni Camera della Campania delle postazioni, dotate di risorse umane altamente qualificate, in grado di fornire assistenza alle imprese in materia comunitaria.

PROGETTI INTEGRATI TERRITORIALI

PROGETTO F.A.O. V.

Il 9.02.2005 è stato sottoscritto l'atto di concessione per l'esecuzione del progetto Faov - "Formazione e addestramento per operatori vitivinicoli", a valere sui fondi regionale del POR Campania 2000/2006 misura 6.4 - 3,8.

Il Progetto in questione rappresenta la prosecuzione del progetto "Infovalorizzazione delle eccellenze produttive", che ha visto la realizzazione di un portale per la valorizzazione del comparto vitivinicolo campano.

I partner del progetto FAOV sono stati: Unioncamere Campania, in qualità di capofila, e Il Denaro Ricerche & Formazione, in qualità di ente di formazione.

PROGETTO "MARCHIO DI QUALITA' PER I CAMPEGGI DELLA REGIONE CAMPANIA"

Con delibera n.6012004 il Consiglio Direttivo ha approvato l'affidamento a ISNART d& progetto in questione che prevede visite tecniche a n.30 imprese del settore operanti in Campania candidate dalle Camere associate allo scopo di raccogliere tutte le informazioni da sottoporre successivamente all'apposita Commissione preposta a deliberare il riconoscimento del marchio.

Di tale progetto, avviato nel 2005, è prevista la conclusione nel 2006 con la costituzione della Commissione che redigerà la classifica delle imprese ritenute idonee ad ottenere il riconoscimento del marchio.

OSSERVATORIO ECONOMICO REGIONALE

Anche per l'esercizio 2005, si è realizzato il progetto di Osservatorio Economico Regionale, con l'esecuzione di n.2 indagini semestrali sul grado di fiducia delle famiglie e delle imprese in Campania.

La prima relazione è stata pubblicata nel giugno 2005, mentre la seconda relazione è stata pubblicata nel dicembre 2005 e presentata successivamente con un evento mediatico senza precedenti che, oltre a rafforzare il perseguimento degli scopi istituzionali dell'Unione, ha certamente contribuito a migliorare l'immagine presso le Istituzioni ed il sistema delle imprese.

RICERCA SU LA DOMANDA DI LAVORO NEI DISTRETTI INDUSTRIALI

Con delibera n.76 del 25 novembre 2005 è stato approvato, nell'ambito dell'indagine Excelsior, l'affidamento all'Ufficio Studi dell'Unione Italiana dell'incarico di realizzare un'apposita attività di rilevazione, basata su preventivo sovracampionamento, sulle imprese dei distretti industriali della Campania allo scopo di cogliere le caratteristiche della domanda di lavoro espressa dalle imprese operanti nei distretti stessi e, in particolare, in quelli di Solofra, S. Agata dei Goti-Casapulla, Grumo Nevano-Aversa-Trentola Ducenta, S. Giuseppe Vesuviano, Nocera Inferiore-Gragnano.

I risultati dell'indagine sono stati forniti alle Camere associate.

EMILIA-ROMAGNA

Con la definitiva entrata in vigore del nuovo Statuto regionale, gli ambiti di intervento delineati coinvolgono molte delle aree di attività del sistema camerale che divengono così oggetto di collaborazione con la Regione e le sue agenzie operative: si va dal rafforzamento della competitività delle imprese, con particolare riferimento all'innovazione tecnologico-organizzativa ed al presidio internazionale dei mercati, allo sviluppo del capitale umano, del lavoro e dell'imprenditorialità; si sottolinea la necessità di promuovere la competitività e la qualità del territorio, con particolare riferimento alle dimensioni infrastrutturale e ambientale, promuovendo lo sviluppo sostenibile; si individuano gli impegni per la rimozione dei vincoli allo sviluppo, con particolare riferimento alla semplificazione amministrativa, sviluppando ed utilizzando, a tal fine, anche gli strumenti dell'e-government e della regolazione del mercato; si programma di rafforzare congiuntamente l'analisi ed il monitoraggio delle dinamiche economiche e d'impresa, quale indispensabile strumento di supporto alle politiche di sviluppo.

Il sistema camerale dell'Emilia-Romagna risulta articolato nelle nove Camere di commercio (Bologna, Ferrara, Forlì-Cesena, Modena, Parma, Piacenza, Ravenna, Reggio Emilia e Rimini), ognuna competente sul proprio territorio

provinciale, dalle rispettive Aziende speciali ed, infine, dall'Unione regionale, associazione di rappresentanza degli enti camerali.

Di seguito si elencano le principali funzioni svolte dalle Camere di commercio:

- funzioni anagrafico-certificative, che rappresentano il nucleo storico delle attività camerali: la registrazione e la certificazione delle imprese; la gestione di albi, ruoli ed elenchi; il rilascio di atti, certificati, autorizzazioni e licenze per attività particolari in Italia e all'estero; la regolazione del mercato a garanzia della correttezza dei rapporti tra imprese e tra imprese e utenti, anche con l'esercizio di attività ispettive e di tutela;
- funzioni di promozione del sistema delle imprese e delle economie locali, che impegnano gli Enti camerali in interventi a favore dell'internazionalizzazione, assistenza e finanziamenti, formazione professionale, innovazione tecnologica, certificazione di qualità e di tutti servizi, in sostanza, volti ad adeguare la dimensione produttiva locale ai nuovi scenari economici europei;
- funzioni di regolazione del mercato che includono l'arbitrato, la conciliazione, i controlli degli uffici metrici;
- funzioni di monitoraggio dell'economia, rilevazione statistica, studi e ricerche, informazione economica e di osservatorio delle economie locali.

Per espletare le suddette funzioni, le Camere di commercio possono promuovere, realizzare e gestire direttamente strutture ed infrastrutture di interesse economico generale e possono partecipare, insieme ad altri enti pubblici o soggetti privati, ad associazioni, enti, consorzi o società.

Le aziende speciali presenti in Emilia-Romagna sono:

- a Bologna la Camera di commercio si avvale dell'azienda speciale CTC - Centro di formazione manageriale e gestione d'impresa. Istituto creato al fine di fornire, con il contributo di docenti e trainers di rilievo nazionale ed internazionale, servizi reali in ambito formativo e tecnico-gestionale a favore delle piccole e medie imprese. Al CTC, si affianca l'altra azienda speciale bolognese, ovvero PRO.S.IM - Promozione servizi alle imprese, costituita nel 1990, per fornire una serie di servizi (convegnistica, servizi commerciali quali erogazione di visite, protesti, bilanci, atti e assetti societari) allo scopo di orientare ed agevolare l'attività delle piccole e medie imprese;
- la Camera di commercio di Forlì-Cesena si avvale dell'operato dell'Azienda speciale CISE - Centro per l'innovazione e lo sviluppo economico, la quale si occupa principalmente di sistemi informatici, innovazione tecnologica e progetti di sviluppo per le imprese provinciali;
- la Camera di commercio di Modena si avvale dell'attività dell'Azienda speciale PROMEC, che gestisce interamente l'attività promozionale per favorire l'internazionalizzazione delle imprese del sistema produttivo modenese;
- a Ravenna la Camera di commercio dispone dell'Azienda speciale SIDI - Eurosportello, specializzata nel corso degli anni nell'assistenza alle imprese sulle agevolazioni comunitarie, nazionali e locali, nell'attività di ricerca di imprese per cooperazioni transnazionali grazie a strumenti europei specifici, nell'assistenza sulla partecipazione a bandi europei ed, infine, nella realizzazione di campagne informative per le aziende su tematiche di ampia rilevanza europea;
- a Reggio Emilia ha la sede principale IFOA - Centro di formazione e servizi delle Camere di commercio, che opera per formare giovani risorse su profili professionali emergenti più richiesti dal mercato del lavoro e per aggiornare operatori e manager aziendali. Tra le attività che impegnano IFOA oltre, alla formazione per lo sviluppo delle competenze personali e professionali, ci sono le azioni volte a favorire l'avvicinamento e l'ingresso al lavoro dei giovani, per sostenere i processi di auto orientamento, le azioni per lo sviluppo dei territori, quelle per supportare i processi di innovazione, per vincere le sfide della società dell'informazione e della conoscenza e, non ultimo, l'attività di diretta gestione di innumerevoli progetti comunitari, per supportare i processi di internazionalizzazione e per affermare, in primo luogo per i giovani, una dimensione pienamente europea e transnazionale, per supportare, su scala globale, la qualificazione dei sistemi di vocational educational training.

L'Unione regionale delle Camere di commercio dell'Emilia-Romagna è l'associazione delle nove Camere di commercio; svolge funzioni di indirizzo, rappresentanza e coordinamento di un sistema che impiega circa 850 persone, e investe oltre 118 milioni di euro, per lo sviluppo dell'economia del territorio; investimenti, questi, ai quali si aggiungono circa 55 milioni di euro di valore nominale del capitale partecipato a società appartenenti a diversi settori dell'economia regionale. Unioncamere sviluppa la sua attività secondo cinque direttrici:

- sviluppo delle attività di sistema e rapporti con la Regione Emilia-Romagna
- attività di rappresentanza istituzionale e servizi a supporto delle Camere di commercio associate;
- informazione economica, studi, ricerche, monitoraggio statistico ed economico per tutto il sistema regionale;
- iniziative per le imprese ed internazionalizzazione del sistema produttivo;

- servizi di accesso al credito anche attraverso il supporto ai Consorzi di garanzia fidi (Fidindustria, Cofiter, Cooperfidi, Artigiancredit).

Nel 2005 l'attività degli Uffici studi camerali, senza rinunciare ai tradizionali prodotti di analisi congiunturale, è rimasta saldamente ancorata all'obiettivo di sperimentare un approccio innovativo allo studio dei territori, approfondendo l'incidenza di nuovi indicatori sugli equilibri economici e sociali locali ed analizzando il tema della qualità delle relazioni tra tutti i soggetti che regolano le dinamiche interne ai sistemi territoriali; tutto ciò è stato fatto proprio per caratterizzare il ruolo e la funzione del sistema sul tema dell'informazione economica e per valorizzarne l'attività.

Oltre che attraverso convegni, seminari e pubblicazioni, l'operato dei predetti Uffici studi vengono messi a disposizione dell'utenza (imprese, enti locali, cittadini), tramite i rispettivi sportelli camerali, i siti web e le puntuali newsletter.

Le materie che maggiormente sono oggetto di studio da parte della Camere di commercio sono: la demografia delle imprese, il lavoro e le professioni, il commercio estero e l'indice dei prezzi al consumo.

La Camera di commercio di Bologna ha realizzato un interessante Osservatorio sul credito nella propria provincia per quanto riguarda le politiche, le strategie e le azioni per l'accesso al credito da parte delle piccole e medie imprese.

Nello stesso periodo, la Camera di Reggio Emilia, per quanto riguarda la gestione delle statistiche correnti Istat e Sistan, ha gestito quindici diversi argomenti ed effettuato sette rilevazioni dirette, che hanno interessato: grandi magazzini, minimercati, supermercati, ipermercati, grandi superfici specializzate, 13 centri commerciali per un totale di 150 punti vendita. Lo sportello è stato impegnato nel fornire dati che spaziano dal calcolo di numerose variazioni di diversi indici Istat a ricerche e consulenze più complesse.

Passando al contributo apportato, nello stesso periodo di riferimento, dall'Unione regionale, questo ha riguardato, in particolare, la metodologia d'analisi a livello nazionale dei gruppi d'impresa. Le analisi condotte hanno evidenziato come la loro rilevanza sull'economia regionale sia in costante crescita e come il loro percorso di aggregazione fuoriesca da quelli tradizionali, tracciando inedite filiere che vedono una correlazione sempre più stretta tra industria e servizi.

Alle imprese in gruppo sono state associate le informazioni desunte dai bilanci delle società di capitale, per valutare l'effetto leva dell'appartenenza ai gruppi. I bilanci analizzati in serie storica hanno fornito un prezioso contributo alla comprensione dei cambiamenti in atto. Il commercio estero rappresenta una delle determinanti dello sviluppo della nostra regione. Da anni le Camere di commercio si sono assunte il compito di diffondere a livello provinciale e regionale le rielaborazioni dei dati Istat sulle esportazioni e sulle importazioni.

Sulla base della convenzione stipulata tra Indis, Osservatorio della Regione Emilia-Romagna ed Unioncamere regionale è inoltre proseguito il lavoro finalizzato allo scambio di informazioni in materia di servizio idrico integrato, con compiti di coordinamento delle attività finalizzate al miglioramento dei servizi di competenza delle Camere di commercio per la sorveglianza sulla corretta applicazione, da parte degli enti gestori, delle indicazioni del Cipe per le tariffe idriche. Nell'ambito della medesima convenzione, la Regione ha poi affidato ad Unioncamere Emilia-Romagna la realizzazione di uno Studio per la definizione di una metodologia per la determinazione del fattore di efficientamento dei costi operativi del servizio idrico integrato.

In materia di giustizia alternativa, nel periodo di riferimento, i nove Enti camerali, coordinati a livello regionale da un apposito gruppo network, hanno portato avanti, intensificandole, le attività di carattere informativo nei confronti di imprese e consumatori.

Esaminando singolarmente i due istituti alternativi alla giustizia ordinaria, emerge che, in tema di conciliazione, tutte le realtà camerali della regione hanno puntato sulla promozione. In tal senso è opportuno ricordare la settimana nazionale di promozione dei servizi di conciliazione delle Camere di commercio che, come di consueto, anche nel 2005 ha fornito informazioni all'utenza di tutto il territorio regionale, proponendo speciali condizioni per usufruire del servizio ed è culminata con lo svolgimento di una simulazione di conciliazione.

Sempre a livello di sistema, si è inoltre investito sull'omogeneizzazione e l'adozione dei regolamenti dei servizi di conciliazione e, nell'ottica dell'attività di conciliazione connessa con il nuovo diritto societario, sono stati organizzati appositi corsi di formazione dei conciliatori camerali, ora, dunque, tutti i conciliatori sono in possesso dei requisiti formativi stabiliti dall'Unione italiana. Gli anzidetti percorsi formativi sono stati realizzati con la collaborazione di Isdaci - Istituto per lo studio e la diffusione dell'arbitrato e del diritto commerciale internazionale.

E' stata poi attivata la nuova piattaforma informatica che consentirà di operare, in modo uniforme e omogeneo, nell'ambito del sistema regionale, fino al servizio on-line.

Alcune Camere di commercio della regione, e tra queste quella di Forlì-Cesena, hanno continuato l'attività di promozione anche per mezzo di una preziosa azione informativa nei confronti, oltre che delle imprese, degli ordini e dei collegi professionali (collegio dei geometri, ordine dei dottori commercialisti, associazioni di difesa dei consumatori), attraverso incontri personali e serali. Oltre a ciò si sono avviate forme di collaborazione con altre Camere di commercio e soggetti terzi.

Tra le iniziative delle singole realtà camerali, sono da segnalare:

- i corsi realizzati dalla Camera di commercio di Bologna ovvero: il corso teorico-pratico sull'arbitrato e sulla conciliazione, il corso per conciliatori in materia cooperativistica ed il

- corso per conciliatori in materia societaria;
- il Protocollo di intesa per la promozione e lo sviluppo della conciliazione e dell'arbitrato sottoscritto dalla Camera di commercio di Reggio Emilia;
- la creazione di una sezione speciale dedicata all'immobiliare, all'interno della Camera arbitrale di Ferrara.

Passando ora all'istituto dell'arbitrato, emerge che, per quanto concerne il relativo regolamento, nel 2005, tutte le realtà camerale hanno provveduto ad attivare le procedure per uniformare i propri regolamenti arbitrali a quello elaborato da Unioncamere nazionale. Nello stesso anno, tutte le Camere regionali, tranne quella di Forlì-Cesena, hanno previsto ed organizzato corsi di formazione ed altre attività di promozione dell'arbitrato.

Questi investimenti, siano essi formativi o promozionali, sono giustificati dalla convinzione, ormai diffusa presso tutte le Camere, dell'importanza che la giustizia alternativa riveste, garantendo minori costi e maggiore rapidità nella definizione della controversia.

Per tale ragione, quasi tutte le Camere hanno investito in figure competenti in materia, tanto che nei 2005, rispetto all'anno precedente, si è registrato un aumento del numero di assunzioni.

L'Unioncamere Emilia-Romagna ha continuato a svolgere il ruolo di coordinamento regionale dei Comitati per l'imprenditoria femminile attivati, presso le nove Camere, a seguito del protocollo d'intesa siglato da Unioncamere nazionale e Ministero delle attività produttive. In collaborazione con L'Unioncamere italiana, è stata organizzata, nella sede dell'Unione regionale, una riunione delle Segreterie dei Comitati per l'imprenditoria femminile delle Camere del centro-nord, anche per valutare le prospettive della legge statale 215/1992 e del primo rapporto nazionale di monitoraggio sulle imprese a titolarità femminile.

Nell'ottica di intensificare i rapporti con la Regione Emilia-Romagna, ed al fine di studiare iniziative ad hoc proposte dai Comitati per l'imprenditoria femminile presso le Camere di commercio nell'ambito del futuro programma triennale, è stata presentata alla Regione una proposta per la realizzazione di un Osservatorio sull'imprenditoria femminile; proposta poi inserita nel Programma regionale per l'imprenditoria femminile, di cui all'art. 21 del D.P.R. 28 luglio 2000, n. 314.

Nel 2005 si è concluso il primo anno di sperimentazione della modalità didattica dell'alternanza scuola-lavoro, relativa all'anno scolastico 2004/2005, prassi didattica, quest'ultima, attuata all'interno di tutte le nove province, nell'ambito della collaborazione tra Ufficio scolastico regionale ed Unioncamere Emilia-Romagna, definita dalla convenzione del 16 giugno 2003.

In particolare, si sono stabiliti collegamenti tra le Istituzioni scolastiche e le rispettive Camere di commercio, per innovare i livelli qualitativi del sistema di istruzione e formazione dei giovani e degli adulti in relazione ai fabbisogni formativi del mondo del lavoro, registrando risultati molto confortanti.

La sperimentazione è stata tra le più rilevanti a livello nazionale: i progetti selezionati in regione, insieme con l'Ufficio scolastico regionale, hanno coinvolto 825 studenti e 644 aziende. Il sistema camerale regionale, attraverso il Fondo perequativo, ha direttamente finanziato 31 dei 38 progetti totali.

Sia gli studenti che le imprese e le scuole coinvolte hanno indicato, nel questionario di valutazione finale, alti gradi di soddisfazione per le esperienze svolte e per il ritorno ottenuto, sia in termini didattici che di opportunità.

Il 25,5 per cento delle imprese ha dichiarato di aver instaurato rapporti di lavoro con gli studenti ospitati in alternanza; l'82,4 per cento ha affermato la disponibilità ad assumere i ragazzi in tirocinio.

Dopo l'approvazione, da parte del Fondo di perequazione, della seconda annualità del progetto, sono stati selezionati, assieme all'Ufficio scolastico regionale, 90 percorsi, di cui 23 finanziati direttamente dall'Unione regionale.

Le nove Camere di commercio, con il coordinamento di Unioncamere Emilia-Romagna, hanno realizzato interventi rivolti a docenti, presidi e studenti per presentare le indagini Excelsior, i risultati dei progetti di alternanza scuola-lavoro dello scorso anno, i servizi delle Camere di commercio per l'avvio di nuove imprese, confermando in tal modo l'impegno del sistema camerale a dialogare col mondo della scuola al fine di mettere a disposizione le proprie risorse ed i propri strumenti a sostegno dell'orientamento al lavoro e alla cultura d'impresa.

Nel corso dell'esercizio 2005 il sistema camerale ha continuato a sostenere i processi di promo-valorizzazione delle produzioni tipiche del proprio territorio, tramite strategie e politiche di filiera.

La promozione delle filiere è stata fatta direttamente da tutte le Camere regionali, ad eccezione della realtà ravennate, che ha invece scelto di delegare tale attività alla propria Azienda speciale competente.

La promozione è stata realizzata sia attraverso l'organizzazione di fiere, sia attraverso missioni e visite guidate. Sulla base delle risorse stanziare, ogni Camera di commercio ha realizzato determinate attività, elencate di seguito, seguendo l'ordine dettato dalla loro prevalenza:

1. promozione di produzioni locali attraverso consorzi;
2. valorizzazione di prodotti locali attraverso marchi collettivi;
3. valorizzazione di prodotti locali attraverso azioni di sostegno per riconoscimento di denominazione di origine;
4. promozione di produzioni locali con campagne pubblicitarie;
5. promozione di produzioni locali mediante concorsi;
6. promozione di produzioni locali tramite commercio elettronico.

Se si osserva il numero di attività realizzate nell'arco temporale considerato, l'Ente camerale ferrarese, seguito da quello modenese, risulta essere quello maggiormente attivo in questo ambito.

Negli ultimi anni, le Camere di commercio hanno intensificato le azioni di valorizzazione commerciale della filiera agro-alimentare dell'Emilia-Romagna, sia all'interno del nostro Paese che nei principali mercati esteri di riferimento. Per quanto concerne la promozione della filiera agro-alimentare, le Camere di commercio preferiscono avvalersi di consorzi, di marchi collettivi e di azioni di sostegno per il riconoscimento di denominazione di origine; viceversa, è ancora poco sviluppato l'uso del commercio estero, dei concorsi e delle campagne pubblicitarie.

Diversificata risulta la gamma delle strumentazioni utilizzate nel 2005 dagli enti camerali al fine di estendere la presenza dei prodotti nei mercati esteri: il supporto agli operatori per la partecipazione a fiere e missioni all'estero che favoriscono rapporti economici con operatori di altri Paesi; la progettazione di interventi finalizzati alla penetrazione commerciale e/o alla cooperazione tra aziende, condotti anche in forma aggregata; i seminari di aggiornamento degli operatori sugli aspetti normativi, doganali, fiscali e sulle opportunità dei principali mercati esteri di riferimento; il ricevimento di delegazioni di istituzioni e operatori stranieri in Italia.

Entrando più nello specifico della attività realizzate nel 2005, è bene ricordare come le Camere considerino importante portare avanti la tradizionale attività di informazione economica e di monitoraggio per contribuire ad orientare gli interventi e le politiche di settore dei pubblici.

A tale scopo è stato redatto, anche nel 2005, l'annuale Rapporto sul sistema agro-alimentare dell'Emilia-Romagna realizzato in collaborazione da Assessorato regionale ed Unioncamere Emilia-Romagna; presentato presso la sede della Regione e presso la Camera di Forlì-Cesena. È stata avviata la fase attuativa del progetto relativo all'interprofessionalità ed alla tracciabilità nelle imprese agro-alimentari, che vede la partecipazione di tutte le nove Camere di commercio al fine di perseguire, in particolar modo, tre obiettivi: sviluppare la cultura della qualità; implementare logiche di sistema; impostare attività a carattere sperimentale, i cui risultati sono destinati ad essere valutati nel tempo, oltre la durata formale del progetto stesso.

Nell'ambito del progetto, finanziato dal Fondo di perequazione 2003, è stata completata la prima fase della formazione in materia di sicurezza alimentare, realizzata d'intesa con Ifoa e TeTa, consistente in tre giornate svolte presso ciascuna delle Camere aderenti al progetto con il coinvolgimento dei funzionari camerali e delle Associazioni di categoria sui seguenti temi:

- la conoscenza dei nuovi obblighi normativi e delle implicazioni operative, organizzative e commerciali connesse tra gli operatori dell'agroalimentare;
- la conoscenza del sistema di rintracciabilità, garanzia della sicurezza alimentare per le aziende e per i consumatori finali;
- la conoscenza degli strumenti gestionali, organizzativi e strategici mirati a soddisfare sia le esigenze aziendali che quelle dei consumatori finali.

L'iniziativa ha avuto un ottimo riscontro, tanto che hanno chiesto di partecipare, contribuendo alla qualificazione dei contenuti, anche gli uffici competenti delle locali ASL. Ciò ha consentito di rispettare l'obiettivo di favorire il consolidamento del sistema locale dei soggetti che operano a diverso titolo in materia di sicurezza alimentare.

I documenti relativi agli standard per la tracciabilità volontaria sono stati studiati e fatti oggetto di osservazioni e proposte di integrazione. La loro versione definitiva costituirà la base del confronto nell'ambito dei locali tavoli interprofessionali per il raggiungimento di auspicabili accordi sulla tracciabilità volontaria: sugli adempimenti volontari, in tema di tracciabilità, si gioca la credibilità del sistema e la sfida per la qualità.

Con il Cise, invece, si è proceduto all'aggiornamento della Guida sulla sicurezza alimentare, lo strumento informativo di base messo a disposizione, in una versione personalizzata, dalle Camere di commercio agli operatori.

Tra le attività principali del sistema camerale ci sono le azioni relative all'internazionalizzazione delle imprese, volte al raggiungimento dei seguenti obiettivi: sostegno alle imprese per la partecipazione ad eventi fieristici internazionali; consolidamento della presenza delle imprese emiliano-romagnole sui mercati esteri ed, in particolare, sui mercati emergenti; interventi strategici a sostegno delle filiere produttive e, più trasversalmente, dei differenti aspetti del territorio all'estero.

Il progetto di marketing sul territorio, iniziato nella seconda metà del 2005, persegue l'obiettivo di sviluppo di servizi innovativi e di idonei percorsi formativi, finalizzati alla qualificazione del personale addetto agli sportelli provinciali; più in dettaglio il progetto è mirato a:

- conoscere e valutare la situazione delle aziende rispetto ai processi di internazionalizzazione e delocalizzazione;
- rilevare la percezione di alcune categorie di servizi camerali e di sistema da parte delle aziende
- identificare le esigenze delle aziende, le necessità di supporto e le loro aspettative alla luce dei nuovi scenari economici;
- individuare nuove linee di indirizzo, strategie e obiettivi istituzionali anche attraverso modalità comuni di collaborazione e di raccordo fra le strutture operanti sul territorio.

La prima fase del progetto ha riguardato l'attività di indagine attraverso analisi quali-quantitative: i risultati verranno presentati nel corso di un convegno previsto, indicativamente, per la prima metà del 2006.

Congiuntamente è iniziato un percorso formativo mirato alla preparazione degli addetti agli sportelli provinciali.

Nel corso del 2005 il sistema camerale si è riconfermato come soggetto attuatore di interventi promossi

dall'Assessorato regionale all'agricoltura e come soggetto proponente di un progetto paese (Nord Europa), nonché come terminale nei confronti delle aziende in alcuni dei Paesi oggetto della promozione regionale (Regno Unito, Austria e Germania).

L'Unione regionale ha supportato e coordinato la partecipazione delle nove Camere di commercio nelle attività promozionali interamente finanziate dalla Regione ma realizzate dal sistema camerale; la collaborazione ha consentito di sviluppare ulteriormente sia la rete di contatti istituzionali a livello territoriale, sia di progettare e realizzare gran parte delle attività nei mercati esteri e nazionali individuati dalla stessa Regione.

La collaborazione tra Unioncamere ed Assessorato all'agricoltura si è tanto consolidata da ipotizzare, per il 2006, la stipulazione di una Convenzione pluriennale con il sistema camerale, sulla base dei positivi risultati ottenuti in questi anni, con l'intento di proseguire nella promozione all'estero dei prodotti agro-alimentari portando il made in Italy di questo settore nei principali mercati europei. La convenzione quadro pluriennale, riguardante singoli progetti promozionali, prevedrà l'affidamento ad Unioncamere della realizzazione di attività promozionali sia nell'ambito dell'art. 5 della L.R. 16/95, sia nell'ambito degli Accordi di programma sottoscritti dalla Regione con il Ministero delle attività produttive, in collaborazione con ICE - Istituto nazionale per il commercio estero.

Lo sviluppo dell'e-government che interseca buona parte delle attività camerali ha rivestito fondamentale importanza nel 2005.

L'obbligo, oramai pienamente operativo, della trasmissione telematica delle pratiche riguardanti le società, l'entrata in vigore nel nuovo diritto societario, con i nuovi compiti che assegna al Registro delle imprese e l'importanza dell'iscrizione ai fini dell'applicazione della legge fallimentare, sono i presupposti che hanno reso tale area di competenze bisognosa di particolare attenzione ed impegno per quanto riguarda l'organizzazione degli uffici, la formazione del personale e, naturalmente, i carichi e le procedure di lavoro.

Come si diceva, la funzione del Registro delle imprese ha assunto un ruolo strategico al fine di contribuire alla semplificazione amministrativa, nondimeno, ciò ha determinato la necessità di ridisegnare i profili del rapporto con le singole imprese e con le Associazioni di categoria, nell'ambito di un ruolo istituzionale, autonomo e sempre più orientato allo sviluppo economico, riconosciuto alle Camere di commercio.

Nel 2005 è, inoltre, definitivamente entrata a regime la Carta nazionale dei Servizi (CNS) che integra al proprio interno anche la firma digitale; attività alla quale si è affiancato, in pressoché tutte le realtà camerali della regione, il mantenimento delle smart card emesse negli anni precedenti, attraverso il rinnovo dei dispositivi in scadenza.

Di particolare rilevanza è la reingegnerizzazione del sito camerale ferrarese con tecnologie open source, integrato con uno sportello telematico camerale ove far confluire i rapporti intrattenuti con gli operatori per ogni procedura amministrativa nei confronti della Camera di commercio. Tra le Camere di commercio della regione, quella di Ferrara, fin da subito ha perseguito lo sviluppo delle politiche di rete del sistema camerale e l'utilizzo sempre più sistematico delle tecnologie open source, in linea con quanto definito dal Ministero dell'Innovazione tecnologica.

Il progetto ferrarese, avviato nel 2005, si concluderà nel 2006 e, per la sua realizzazione, ci si sta avvalendo di esperti del settore ma, soprattutto, del personale interno al quale sono state trasferite le competenze necessarie; sempre nella realtà ferrarese e sempre con software open source è in via di realizzazione il portale vocale (IVR).

Nel corso del 2005, nell'ambito delle iniziative approvate dal Fondo di perequazione 2003, è stato avviato il progetto Analisi dei fabbisogni tecnologici delle imprese e predisposizione di una rete per il trasferimento tecnologico.

Obiettivo di fondo degli sportelli tecnologici delle Camere emiliano-romagnole è sostenere i processi d'innovazione delle imprese del territorio, attraverso interventi di informazione, di orientamento e la progettazione di servizi in rete.

Il progetto è collegato alle iniziative di sistema su scala nazionale (progetto di osservatorio sui fabbisogni tecnologici, possibile accordo tra Unioncamere italiana e CNR). Al tempo stesso, il progetto è stato inserito nell'ambito delle attività svolte a livello regionale sul versante dell'innovazione e del trasferimento tecnologico dai numerosi attori, che stanno trovando un elemento aggregante nel programma e nella rete dell'innovazione, della ricerca industriale e del trasferimento tecnologico promossi dall'Assessorato alle attività produttive. Sono state pertanto ricercate intese con Aster, il consorzio interuniversitario Sipe e, a livello locale, con il Parco scientifico e tecnologico Centuria, Provincia di Ravenna ed Università di Bologna, sede di Ravenna.

In base a quanto disposto dal progetto, sono state realizzate le seguenti attività:

- monitoraggio dei fabbisogni tecnologici delle imprese mediante diffusione di questionari e check up aziendali;
- sperimentazione di un sistema informativo per la gestione dei fabbisogni tecnologici delle imprese, alimentato dalle Camere di commercio;
- formazione dei funzionari camerali, che verte principalmente sulle modalità di rilevazione dei fabbisogni tecnologici, sugli strumenti a disposizione e sugli approfondimenti inerenti alle aree settoriali prescelte per le indagini;
- organizzazione di seminari a livello provinciale, assieme ad Aster e Sipe, per lanciare l'iniziativa di rilevamento dei fabbisogni tecnologici e promuovere la cultura brevettuale.

L'Unioncamere Emilia-Romagna ha spinto per sviluppare collaborazioni intersettoriali tra i confidi regionali. Nel 2005 ha iniziato ad operare la Confidi Emilia-Romagna Servizi s.r.l., costituita nel novembre 2004 dai tre confidi

regionali con sede presso Unioncamere (Cooperfidi, Fidindustria e Cofiter). Gli ambiti nei quali opera, ottenendo le economie di scala necessarie per affrontare in modo efficiente ed efficace le nuove sfide, sono: servizi di segreteria e contabilità; servizi informatici (hardware e software); servizi di consulenza organizzativa e gestionale, amministrativa e fiscale, legale e per la gestione del contenzioso, per la cessione dei crediti; servizi di elaborazione e trasmissione dati alla Banca d'Italia.

I tre confidi regionali Cofiter, Cooperfidi e Fidindustria hanno adottato il nuovo sistema informativo, sviluppato in collaborazione con il Politecnico di Milano, al fine di promuovere sull'intero sistema dei confidi dell'Emilia-Romagna, le strumentazioni per uniformare le procedure di controllo e di gestione, sviluppare un portale internet che consenta la trasmissione telematica dei flussi di informazioni tra i clienti/soci, i confidi provinciali, quelli regionali, la Pubblica amministrazione, le banche e i soggetti terzi, in un'ottica di evoluzione del servizio.

L'Ufficio legale della società intersettoriale, nel corso del 2005, ha dato ottimi risultati: si è registrata una riduzione delle pratiche passate in contenzioso, parallelamente a recuperi o minori pagamenti a fronte di richiesta da parte delle banche nel caso di escussione della garanzia, non solo per i tre confidi regionali, ma anche per i confidi provinciali che hanno affidato alla società le pratiche in contenzioso. Numerosi confidi hanno richiesto l'abbonamento alla mail periodica sugli argomenti civilistici e fiscali redatta da un esperto in materia e altrettanti hanno utilizzato un esperto della società di servizi per il Documento programmatico della sicurezza.

Per ovvie ragioni, il sistema camerale emiliano-romagnolo, considera la promozione e lo sviluppo dell'offerta turistica un importantissimo strumento per la crescita del proprio territorio.

Le iniziative portate avanti negli anni dalle Camere di commercio, infatti, attestano l'interesse e l'importanza attribuita da queste ultime ad un settore di estrema rilevanza per l'economia regionale.

Tutte le realtà camerale dichiarano di svolgere direttamente attività di promozione turistica.

Meno rilevanti gli investimenti fatti dagli Enti camerale nel settore infrastrutturale; in questo ambito, la sola eccezione è rappresentata dai considerevoli impegni di denaro destinati alla realizzazione di centri congressuali, dato che i maggiori incrementi, rispetto ad arrivi e presenze turistiche, sono, ormai da tempo, quelli che si registrano al di fuori della stagione estiva, in quanto legati ad eventi fieristici e congressuali. Nulle, o quasi, le risorse dedicate ai porti turistici, ai park ed ai punti di accoglienza.

Le Camere di commercio della regione puntano molto sul turismo e soprattutto sul turismo consapevole, è per questo motivo che tutte dedicano ampio spazio alla fase di elaborazione statica; il monitoraggio viene poi utilizzato dalle stesse per intraprendere azioni e politiche più mirate.

Dai punto di vista della formazione, le Camere sembrano puntare molto sui giovani interessati a tale segmento di mercato; è per questa ragione che la maggior parte degli Enti camerati sostengono le scuole professionali del settore. Molti sono anche i seminari, i convegni ed i meeting organizzati dalle Camere emiliano-romagnole in ambito turistico.

Altro importante strumento di promozione è rappresentato dalle partecipazioni a manifestazioni fieristiche sia in Italia che all'estero.

In campo ambientale, prosegue l'impegno delle nove Camere di commercio nel fornire alle imprese strumenti utili a rendere più agevoli gli adempimenti loro richiesti dalle disposizioni legislative, nella logica di una sempre maggiore semplificazione.

In detto settore queste agiscono direttamente senza avvalersi dell'operato delle proprie Aziende speciali. Analizzando le attività realizzate, risulta che:

- tutte le Camere di commercio tranne Ferrara e Ravenna svolgono attività informative;
- l'attività formativa è principalmente presente nelle realtà di Ferrara, Forlì-Cesena e Rimini;
- tutte le Camere di commercio, tranne Piacenza, Ravenna e Rimini, svolgono attività di assistenza e consulenza alle imprese;
- la Camera di commercio di Ravenna, in particolare, svolge attività di studi e statistica;
- L'attività di interrogazione di banche dati è prevista soprattutto negli Enti camerale di Forlì-Cesena, Modena e Reggio Emilia;
- infine, solo due Camere, ovvero Ferrara e Forlì, svolgono attività promozionale tout court.

Concludendo l'analisi, la Camera di Forlì-Cesena risulta essere quella più attiva in questa area; leggermente meno produttive rispetto la media appaiono invece le realtà piacentina e ravennate.

Per quanto concerne gli strumenti utilizzati per l'espletamento delle attività in materia ambientale nel 2005, quelli ai quali si ricorre maggiormente sono le borse rifiuti/residui, seguono lo sportello informativo camerale, gli incentivi economici ed i convegni divulgativi. Gli strumenti meno utilizzati sono le pubblicazioni, le partecipazioni ad organismi, consorzi, società, i laboratori chimico-merceologici e le aziende speciali.

I settori economici sembrano essere sensibili al tema della tutela ambientale, in particolar modo quello industriale.

Tra le iniziative organizzate dalle Camere è interessante richiamare alla memoria:

- la promozione della certificazione ambientale nelle PMI ed il corso sull'analisi ambientale iniziale organizzati dalla Camera di commercio di Ferrara;
- il progetto di diffusione della borsa del recupero realizzato dalla Camera di commercio di Piacenza;
- il progetto di assistenza tecnica per il controllo dell'inquinamento atmosferico nell'area industriale di Pancevo (Serbia) attuato dalla Camera di commercio di Ravenna;

- la definizione di un Accordo di programma con Provincia ed Associazioni di categoria per la promozione della certificazione ambientale promosso dalla Camera di Reggio Emilia

Il Fondo perequativo del sistema camerale nazionale, così come previsto dal comma 5 dell'articolo 18 della legge 580/1993, ha lo scopo di rendere omogeneo su tutto il territorio nazionale l'espletamento delle funzioni amministrative attribuite dalle leggi dello Stato al sistema delle Camere di commercio.

Nell'annualità considerata, l'Unione regionale ha avviato, per conto delle nove Camere di commercio, la realizzazione di sette progetti presentati ed ammessi al fondo di perequazione 2003; di ognuno di questi si è ampiamente detto nelle pagine precedenti, ma comunque si riportano, qui di seguito, l'elenco integrale dei progetti:

- Realizzazione del portale per le imprese
- Piano formativo intercamerale regionale
- Analisi dei fabbisogni tecnologici delle imprese e predisposizione di una rete per il trasferimento tecnologico
- Interprofessionalità e tracciabilità nelle imprese agro-alimentari
- Riforma della scuola: messa a regime delle sperimentazioni dell'alternanza scuola-lavoro
- Sportelli internazionalizzazione: qualificazione delle risorse umane
- I servizi camerati per l'internazionalizzazione: marketing sul territorio, esigenze delle imprese e opportunità di sviluppo

Sei degli otto progetti sopraindicati hanno visto l'adesione delle nove Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, ad eccezione delle progetto relativo all'analisi dei fabbisogni tecnologici delle imprese e alla predisposizione di una rete per il trasferimento tecnologico, che non ha visto la partecipazione della Camera di Bologna ed il progetto sull'interprofessionalità e la tracciabilità nelle imprese agro-alimentari, al quale non ha aderito la Camera di commercio di Rimini.

Nel contempo, sono stati presentati altri sei progetti a valere sul Fondo perequativo 2004.

FRIULI VENEZIA GIULIA

Il sistema camerale della regione comprende:

L'Unione regionale delle Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura del Friuli Venezia Giulia con sede presso la Camera di commercio di Pordenone

Nel corso del 2005 l'Unioncamere regionale, nell'ambito dell'attività di coordinamento delle CCIAA regionali, ha curato:

- il coordinamento delle attività operative per l'attuazione della legge regionale 4 marzo 2005, n. 4, con la quale si è disciplinata, tra l'altro, la delega di funzioni alle Camere di commercio delle funzioni amministrative concernenti la concessione di incentivi alle imprese;
- la presentazione alla Regione di un progetto per la realizzazione dei controlli di filiera in materia vitivinicola;
- la pubblicazione (congiuntamente alle altre camere di commercio regionali) del fascicolo "Excelsior" riguardante l'osservatorio economico del lavoro. L'intera attività è stata svolta con il coinvolgimento dei Segretari Generali delle 4 Camere regionali.

Le Camere di commercio

Camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura di Trieste con sede Trieste - P.zza della Borsa, 14.

Camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura di Udine con sede Udine - Via Morpurgo, 4

Numero sedi distaccate: 3 (Udine, Tolmezzo e Pradamano)

Presso l'Ente è operativo un Eurosportello (con sede operativa centrale a Gorizia e due sedi operative decentrate, rispettivamente, a Udine e Pordenone).

Camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura di Pordenone con sede a Pordenone —

C.so V. Emanuele II, 47

Numero sedi distaccate: 4 (Sacile, S.Vito al Tagliamento, Spilimbergo, Maniago)

Presso l'Ente è operativa una sede distaccata dell'Eurosportello. Dal 2005 è stato inoltre avviato un servizio di supporto giuridico all'e-business e allo sviluppo dell'innovazione tecnologica attraverso seminari, consulenze a sportello e check-up di siti aziendali.

Camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura di Gorizia con sede Gorizia - Via F.Crispi, 10

Numero sedi distaccate: 2 (Gorizia, Monfalcone)

Altre strutture istituzionali

Presso la Camera di Trieste: camera arbitrale, laboratorio chimico merceologico, n.3 aziende speciali

Presso la Camera di Udine: camera arbitrale, sala contrattazione, laboratorio chimico-merceologico, n.2 aziende speciali

Presso la Camera di Pordenone: camera arbitrale, sportello di conciliazione, n.2 aziende speciali

Presso la Camera di Gorizia: camera arbitrale, ufficio conciliazione, n.3 aziende speciali.

LAZIO**CAMERA DI COMMERCIO DI FROSINONE**

L'attività di ricerca svolta dall'Osservatorio economico della provincia di Frosinone, sicuramente il più importante strumento conoscitivo sull'andamento dell'economia ciociara, realizzato in collaborazione con l'Istituto Tagliacarne, consente di evidenziare le tendenze nei vari settori di attività economica, e ha visto la realizzazione di quattro Rapporti congiunturali trimestrali, un Rapporto Strutturale annuale, e interessanti approfondimenti tematici.

Nel corso del 2005 sono stati divulgati i rapporti trimestrali relativi all'andamento congiunturale dell'economia della provincia di Frosinone ed è stato reso disponibile il Rapporto strutturale. Nel mese di maggio è stata realizzata la terza Giornata dell'Economia, fornendo ai numerosi intervenuti specifiche chiavi di lettura dell'economia ciociara.

L'Ufficio studi, nell'ambito di un proficuo rapporto di collaborazione con l'Azienda speciale per Vintenzionalizzazione Aspri, ha realizzato nel corso del 2005 una serie di attività relative al monitoraggio dell'andamento dell'economia della provincia di Frosinone in relazione ai mercati internazionali. Le elaborazioni statistiche realizzate sono state quindi pubblicate sul bimestrale dell'Azienda speciale A.sp.INetworld.

Nel corso del 2005 l'Ufficio ha pubblicato 24 listini, provvedendo alla tempestiva trasmissione degli stessi al Ministero delle Attività Produttive. L'Ufficio provvede, inoltre, a rilasciare, anche a mezzo fax, copie dei suddetti listini ai soggetti interessati, previo pagamento dei diritti di segreteria.

Promozione di contratti tipo e controllo circa la presenza di clausole inique nei contratti

La Camera di Commercio nel corso del 2005 ha proseguito l'impegno per la diffusione della Camera di conciliazione e della Camera arbitrale. In tale direzione ha, perciò, continuato nell'opera di pubblicizzazione di tali servizi, nel convincimento che questi Istituti di soluzione alternativa delle controversie siano da favorire nella corretta ed efficace gestione delle controversie commerciali, per la caratteristica che hanno di garantire tempi di svolgimento estremamente ridotti (30/60 giorni), costi contenuti, conoscibili fin dall'inizio, e, soprattutto, possibilità di veder definite, in tempi confacenti ai ritmi moderni, le "crisi" che possono verificarsi all'interno di contratti di fornitura o di collaborazione fra partners economici. In tale ambito, ha proseguito l'opera di realizzazione di una rete tra i Soggetti portatori di interessi pubblici e di categoria, curando la stipula di convenzioni con i Comuni e le Associazioni dei consumatori e dei consumatori/utenti.

E' proseguita, inoltre, l'attività della Commissione per l'esame delle clausole vessatorie nei contratti e per la regolazione del mercato. La Commissione svolge un ruolo estremamente delicato in tema di:

- controllo della presenza di clausole vessatorie nei contratti per adesione;
- attivazione delle procedure per l'esercizio, in via giudiziaria, della azione inibitoria contro le clausole vessatorie, in caso di mancata eliminazione delle stesse da parte dell'imprenditore/contraente più forte;
- predisposizione e promozione di contratti-tipo per un reale equilibrio fra le parti contraenti;
- promozione dell'intervento della Camera di Commercio per la repressione della concorrenza sleale, ai sensi dell'art. 2601 del codice civile;
- attivazione del procedimento per la costituzione della Camera di Commercio come parte civile nei giudizi relativi ai delitti contro l'economia pubblica, l'industria ed il commercio;
- creazione, promozione e rilascio del marchio di garanzia ai soggetti economici che si impegnino ad utilizzare, nei rapporti con l'utenza o con i consumatori, i contratti predisposti o approvati dalla Commissione stessa e a devolvere eventuali controversie alla Camera di Conciliazione ed alla Camera Arbitrale della CCIAA.

Politiche di settore e qualità**Buy Lazio**

Buy Lazio workshop di promozione turistica con cadenza annuale realizzato in collaborazione con Unioncamere, le Camere di Commercio del Lazio, l'Enit, l'Alitalia e le associazioni di categoria di settore. La manifestazione è itinerante e, come tale, è ospitata a turno da ognuna delle cinque province del Lazio, con l'obiettivo di proporre al mercato internazionale l'offerta turistica della regione Lazio nel suo complesso. Nel 2005 si è svolta in Provincia di Roma.

Concorso Formaggi Premio Roma

Il Concorso Formaggi Premio Roma, organizzato dall'Azienda Romana Mercati, con l'ausilio di Unioncamere Lazio, il sistema camerale, Provincia e Comune di Roma ed ANFOSC è un evento di promozione e valorizzazione dei formaggi laziali al quale l'ente camerale collabora annualmente. Le selezioni provinciali del concorso (suddiviso in una competizione regionale per i migliori formaggi di Roma e del Lazio ed un concorso nazionale bandito per valutare e premiare i migliori formaggi a stagionatura naturale e la miglior ricotta) Si sono tenute il 13 novembre presso la CCIAA di Frosinone.

Progetto di riconoscimento della Denominazione di Origine Protetta del "Peperone Cornetto di Pontecorvo"

La Camera di Commercio di Frosinone ha contribuito alla realizzazione del progetto di riconoscimento della Denominazione di Origine Protetta del "Peperone Cornetto di Pontecorvo", sostenendolo finanziariamente e

partecipando alla stesura del *disciplinare di produzione*. La C.C.I.A.A. di Frosinone si occuperà dei controlli, quando l'iter di riconoscimento sarà concluso

Progetto per il riconoscimento della DOP per l'Olio extra vergine di oliva della provincia di Frosinone

La CCIAA di Frosinone, in sinergia con tutte le strutture interessate alla filiera ha preso parte all'iter procedurale e alla stesura del disciplinare di produzione per ottenere il riconoscimento della Denominazione di Origine Controllata dell'olio extravergine di oliva "Ciociaria".

Progetto per la valorizzazione dei bovini di razza marchigiana nella provincia di Frosinone

Il progetto per la valorizzazione della razza bovina marchigiana nella provincia di Frosinone realizzato con Arsiat e Anabic ha prodotto ottimi risultati, con riflessi positivi sull'aumento della redditività dell'economia provinciale e sulla diffusione di un prodotto tipico, la carne marchigiana, che nel circuito dei migliori ristoranti regionali e nazionali può veicolare una ulteriore positiva immagine della Ciociaria. Nel 2005 è stato realizzato un manuale divulgativo sull'utilizzo della carne del Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale dal titolo "La Marchigiana Ritrovata".

Progetto Ristorante Tipico della Cucina Ciociara.

Il progetto per la certificazione e l'assegnazione del marchio Ristorante Tipico, nato dalla collaborazione della CCIAA, Arsiat, Fips e Turismo in Ciociaria S.c.p.A, la struttura creata dall'ente camerale per lo sviluppo del turismo e la valorizzazione del marchio Ciociaria, ha portato alla certificazione di n. 25 ristoranti attraverso l'analisi di tre principali elementi: tradizione gastronomica, igiene e sicurezza alimentare e servizi.

Progetto Sistema di qualità Territoriale del distretto Culturale di Frosinone

Il marketing territoriale

L'Ente Camerale ha sviluppato, a partire dal tavolo regionale sul marketing territoriale, tavoli provinciali ai quali partecipano la Camera di Commercio, l'Amministrazione Provinciale e l'Agenzia Sviluppo Lazio. Tale tavolo, per il quale è stato stipulato un apposito protocollo di intesa, ha il compito di effettuare la ricerca ed il monitoraggio sul territorio. Sono stati definiti numero di 8 pacchetti localizzativi, approvati dal Nucleo di Valutazione presso la Regione Lazio.

Distretti industriali e sistemi produttivi locali

Si evidenzia che nel corso del 2005 sono state attuate politiche a sostegno delle aree distrettuali e con il supporto della società S TL (Sviluppo tessile Lazio), in particolare per quanto riguarda lo sviluppo del progetto Camera di Commercio - CNA con la realizzazione di una serie di seminari destinati agli imprenditori del Distretto della Valle del Liri e per lo sviluppo del progetto RETE.

La Camera ha rinnovato inoltre l'iscrizione dei distretti della Valle del Liri e dei Monti Ausoni al Club dei Distretti (ora "Distretti Italiani"), un'Associazione di cui fanno parte i maggiori distretti industriali a livello nazionale.

Nel corso del 2005 sono state svolte importanti attività nell'ambito della collaborazione con la CNA, e con l'adesione della Società Consortile S.T.L. — Sviluppo Tessile Lazio, concernente una serie articolata di interventi a sostegno delle imprese del distretto del vestiario della Valle del Liri.

Più in dettaglio, nel corso del 2005 sono stati realizzati n. 5 seminari — workshop di formazione, in collaborazione con i massimi esperti nazionali, del settore (Iermeslab, Marco Richetti, Paolo Rossi, ecc.) sulle seguenti tematiche:

- scenario nazionale e internazionale del sistema moda;
- nuovo ruolo dell'impresa conto terzi;
- la nuova politica europea di coesione 2007-2013;
- i sistemi di amministrazione e controllo nella piccola impresa;
- strategia leaderModa nel contesto europeo ed internazionale — il processo Basilea 2.

Alle imprese del distretto tessile, inoltre, è stato somministrato un articolato questionario informativo, finalizzato all'acquisizione di dati sulle caratteristiche delle imprese del vestiario della Valle del Liri (analisi dei risultati dell'indagine e report finale sui risultati della ricerca) ed alla conseguente realizzazione di una banca dati delle imprese del distretto.

Nel corso dell'anno sono state avviate le operazioni finalizzate alla predisposizione di un catalogo delle imprese del distretto.

La conservazione della cultura dell'artigianato artistico locale - Progetto Artigianarte

La CCIAA congiuntamente ad altri enti (CNA di Frosinone e associazioni di categoria dell'artigianato) e alle imprese, sta realizzando un progetto, Artigianarte, che ha come obiettivo la promozione e la valorizzazione dell'artigianato artistico e tradizionale della Ciociaria, per giungere alla valorizzazione dell'intero territorio da un punto di vista turistico e culturale. La Società Ciociaria Artigianarte a r.l., costituita il 18 giugno 2004, di cui la Camera di Commercio è socio di maggioranza, per sviluppare il progetto che prevede la creazione di un centro di documentazione, l'istituzione di una Scuola d'Arte e Mestieri, la creazione di un marchio di qualità, l'apertura di punti di valorizzazione, informazione e vendita, la realizzazione di un sito Internet, la realizzazione di una guida pratica e la promozione di mostre del settore e la partecipazione ad eventi fieristici.

La collaborazione interistituzionale

Nel corso del 2005 la C.C.I.A.A. di Frosinone ha mantenuto attiva la propria attività relazionale, rendendo organici i rapporti preesistenti con gli altri soggetti. La stessa è stata intensificata nell'ultimo semestre per dare modo al Commissario straordinario di conoscere il tessuto istituzionale locale e personalmente gli attori del territorio.

La "Rete" interistituzionale si è nel tempo progressivamente ingrossata e rafforzata. Sistema imprenditoriale, Regione Lazio, ARSIAL, FILAS, Unionfidi, BIC Lazio, Agenzia Sviluppo Lazio, Amministrazione Provinciale, Comuni, Parlamentari eletti nel territorio, GAL, Comunità Montane, Forze dell'Ordine, Unioncamere, Unioncamere Lazio, altre Camere di Commercio, Associazioni di categoria, Organizzazioni sindacali, Ordini professionali, Associazioni dei Consumatori, Consorzio Area per lo Sviluppo Industriale e Consorzio per lo Sviluppo del Lazio Meridionale, Azienda per la Promozione Turistica della Provincia di Frosinone, Università degli Studi di Cassino, Accademia di Belle Arti e Conservatorio di Musica "Icilio Refice" di Frosinone, Istituti scolastici, Associazioni culturali, artistiche, sociali e sportive sono ormai interlocutori organici della Camera di Commercio di Frosinone. In tale contesto si è lavorato allo sviluppo ed all'attuazione di strategie per il posizionamento istituzionale dell'Ente, al consolidamento della rete e delle sinergie, al monitoraggio del territorio, alle attività di lobby in materia di politiche territoriali, rispetto ai referenti istituzionali nazionali, regionali e locali.

CAMERA DI COMMERCIO DI LATINA

La CCIAA, dal mese di giugno 2005 fino al 31 dicembre 2005, ha offerto alle imprese l'opportunità di potersi avvalere gratuitamente della posta elettronica certificata "Legalmail", in sostituzione delle modalità tradizionali di comunicazione come raccomandata A/R, fax e corriere. Sempre ai fini della semplificazione l'Ente ha proseguito l'attività di implementazione del SUAP (Sportello Unico per le Attività produttive) ed ha portato avanti il dialogo integrato avviato con gli Enti Locali.

E' da segnalare l'avanzato stato di sperimentazione cui è giunto nel 2005 il "Progetto EGIS-PRO per l'istituzione di un centro per la gestione semplice e decentrata delle informazioni, anche cartografiche, finalizzato al corretto controllo della pianificazione economica e territoriale e all'abbattimento delle lungaggini burocratiche. Per il raggiungimento di tale obiettivo il progetto prevede la creazione di uno sportello unico mirato alla gestione delle pratiche, suddiviso in una serie di sportelli telematici.

La diffusione della cultura d'impresa

Nell'anno 2005, la Camera di commercio di Latina, con l'Università degli studi di Roma La Sapienza, sede di Latina, hanno avviato, per l'anno accademico 2005 - 2006, la III edizione del "MASLO" Master di primo livello per la creazione di agenti per lo sviluppo locale.

Il Master, rivolto a persone già inserite in Enti o Associazioni e imprese o giovani laureati, è destinato alla formazione di una figura professionale dotata di competenze scientifiche per la promozione dello sviluppo locale con particolare attenzione alla promozione turistica, tema prioritario per la crescita economico sociale della provincia di Latina. Il percorso di studio tende a creare competenze relativamente a:

- promozione e coordinamento di progetti di sviluppo economico e territoriale; programmazione e gestione di progetti speciali e/o finanziati dai fondi strutturali; valutazione e gestione di progetti di politica ambientale e territoriale; controllo e gestione dell'economia sociale;
- potenziamento della competitività territoriale;
- valorizzazione delle risorse locali in ambito turistico;
- pianificazione e organizzazione del territorio, con focalizzazione sul sistema turistico.

Nel mese di ottobre è stato allestito per il quinto anno consecutivo il Workshop "Athena" dell'Imprenditoria Femminile, con la presenza di oltre 100 imprese provenienti anche da Viterbo, Frosinone e Roma, appuntamento di rilievo teso ad incentivare lo sviluppo imprenditoriale femminile e a rafforzare le sinergie tra le imprese partecipanti.

Inoltre, il Comitato per l'imprenditoria femminile ha promosso il progetto "Monti Lepini" in collaborazione con BIC Lazio, il Comune di Priverno, la Compagnia dei Lepini, per la creazione di un centro commerciale naturale, finalizzato a dare slancio all'imprenditoria locale e a dirigere i flussi turistici anche verso l'interno. Il progetto, partendo dall'esigenza di dover conciliare gli orari di lavoro con la famiglia, ha previsto, un'indagine sull'adeguamento dei tempi della città (apertura e chiusura degli uffici pubblici, dei maggiori centri di aggregazione socio-culturale, viabilità) per implementare una strategia di facilitazioni e soluzioni da fornire a supporto degli operatori degli Enti locali. E' stato avviato anche un nuovo interessante progetto "re-Latium" nata per attuare una serie di politiche e azioni volte all'inserimento lavorativo di soggetti deboli. L'obiettivo è quello di far dialogare i diversi enti presenti sul territorio, sia pubblici che privati, al fine di raggiungere una costruttiva condivisione della metodologia di lavoro e costruire una rete di relazioni finalizzata a favorire l'inserimento nel mondo del lavoro dei soggetti indicati.

Allo scopo di contribuire alla formazione dei giovani che frequentano gli ultimi anni della scuola secondaria superiore, la Camera di Commercio, su richiesta dei dirigenti scolastici, ha offerto agli studenti, anche per il 2005, la possibilità di avviare un percorso conoscitivo della realtà delle Pubbliche Amministrazioni attraverso l'attiva partecipazione ad alcune fasi dei procedimenti amministrativi.

Nel 2005, la Camera di Commercio, attraverso la società partecipata STEP S.p.A. consortile e con il contributo della Provincia, ha realizzato la terza annualità del "Progetto Orientalavoro" finalizzato a favorire ed

animare l'incontro tra la domanda e l'offerta di lavoro e a realizzare un osservatorio privilegiato delle dinamiche del lavoro territoriale, sia a livello macro (provinciale) che micro (territoriale).

L'internazionalizzazione delle imprese

Nel 2005 l'attività svolta da parte della CCIAA per l'internazionalizzazione delle imprese attraverso l'"Eurospertello", è stata particolarmente intensa.

Le Aree strategiche su cui si sono incentrate le iniziative per l'internazionalizzazione delle imprese sono:

- la promozione della produzione agroalimentare
- la promozione della produzione florivaistica
- la promozione del turismo con particolare attenzione rivolta all'industria cantieristica navale e nautica..

Il marketing territoriale

Nel 2005 è stato sottoscritto un protocollo d'intesa tra il Consorzio per lo Sviluppo industriale dei sud Pontino, la Provincia di Latina e la CCIAA di Latina per la costruzione del distretto della Nautica e della cantieristica. Per l'economia pontina, infatti, il settore delta nautica e della cantieristica rappresenta un polo in continua crescita sia in termini di imprese che di occupati anche in considerazione della presenza di un indotto articolato e qualificato. Sempre nel corso dell'anno è stata realizzata una Politica di Marketing Territoriale della Regione Lazio in ottemperanza alla Misura II,3 Docup 2000-2006: la Camera ha partecipato alle riunioni del Tavolo Tecnico provinciale, ed ha coordinato le fasi dell'istituzionalizzazione del Marketing Territoriale attraverso la sottoscrizione del Protocollo d'Intesa tra CCIAA, Agenzia Sviluppo Lazio, Provincia di Latina. Inoltre, ha ideato e realizzato un "Progetto Speciale per la Competitività", in sinergia con l'Agenzia Sviluppo Lazio e la Provincia di Latina.

Nell'ambito delle attività rivolte alla tutela dell'ambiente ed alla valorizzazione del territorio, numerose sono state le iniziative camerali:

- partecipazione al tavolo tecnico istituzionale nell'ambito dell'Area di programmazione integrata Monti Ausoni LR40/99 con i Comuni ed altri Enti, finalizzata alla programmazione degli interventi da inserire nell'Accordo di Programma e da finanziare con il Docup e altri strumenti regionali.
- partecipazione al tavolo tecnico istituzionale nell'ambito dell'Accordo di programma STILE e svolgimento di attività di supporto alla redazione del documento per l'aggiornamento del Piano di Area ambito 7.
- partecipazione al "Gruppo di Lavoro" presso la XIII C.M. per la costituzione della Società Compagnia dei Lepini.
- collaborazione con la Società Compagnia dei Lepini per la definizione e la pianificazione strategica delle attività trasversali della Società, per l'individuazione delle tematiche prioritarie per il coinvolgimento degli operatori privati e redazione del progetto preliminare per la creazione di un pacchetto localizzativo nell'area dei Lepini relativo al potenziamento della ricettività: "Hotel diffuso dei Monti Lepini", integrazione del progetto con la Politica di Marketing Territoriale; attività di studio e collaborazione per il progetto "Centro Commerciale Naturale";
- progetto enogastronomico: ricerca delle forme di finanziamento per garantire continuità al progetto nelle annualità successive, inserimento del progetto nel Piano di Area Ambito 7.
- partecipazione al Forum Agenda XXI del Comune di Latina, Sabaudia e la XIII Comunità Montana per la definizione di piani di azione contenenti misure strategiche sull'ambiente.

La collaborazione interistituzionale

La Camera di Commercio, ha assunto negli ultimi anni un ruolo strategico e propositivo per l'economia locale tanto da rappresentare il "ponte naturale" tra le imprese ed il territorio; quest'ultimo inteso non solo come categoria economico-sociale, ma come soggetto politico. Il suo ruolo è stato quello di fornire un supporto tecnico e programmatico nella delicata fase di aggiornamento dei "Piani d'Area", relativamente all'ultimo biennio 2005/2006, partecipando a gruppi di lavoro interdisciplinari.

La Camera di commercio ha inoltre sottoscritto i seguenti protocolli d'intesa

- "Piano d'Area Ambito 7 - Provincia di Latina - Asse III - Valorizzazione dei sistemi locali DOCUP 2000/2006",
- Accordo di programma "STILE", finalizzato ad un processo di concertazione e programmazione integrata, nonché con funzione di impulso allo sviluppo turistico inteso come strumento di crescita culturale, economica ed occupazionale del territorio dei Monti Lepini, stipulato in data 25 febbraio 2002 tra CCIAA, dodici Comuni della provincia aderenti alla XIII Comunità Montana e quattro Comuni del versante romano che aderiscono alla XVIII Comunità Montana.
- "Protocollo d'intesa per la gestione del polo fieristico" stipulato in data 22 luglio 2002, tra CCIAA, Assindustria, Federlazio, Confcommercio, CONFES, Latina Fiere finalizzato alla ricerca, promozione, realizzazione e gestione del polo fieristico.

- "Protocollo d'intesa sul marketing territoriale", finalizzato all'attuazione di investimenti diretti esteri nel territorio provinciale ed al mantenimento degli insediamenti produttivi attraverso la promozione di pacchetti localizzativi, stipulato in data 27 luglio 2002 tra Sviluppo Lazio, Provincia e CCIAA di Latina.
- - "Protocollo d'intesa per la promozione della Campagna sull'Allargamento", stipulato in data 25 giugno 2003, tra il Consorzio per lo sviluppo industriale Roma/Latina e la CCIAA di Latina attraverso L'Eurospertello, avente come finalità quella di promuovere: seminari, Business Club in collaborazione con la SECI S.p.A. consortile tesi a favorire lo sviluppo di scambi commerciali tra le PMI della provincia di latina e quelle dei paesi in fase di preadesione.
- - "Protocollo d'intesa per la costituzione del distretto della Nautica e della Cantieristica" stipulato tra il Consorzio per lo Sviluppo industriale del Sud Pontino, la Provincia di Latina e la CCIAA di Latina.

CAMERA DI COMMERCIO DI RIETI

La Camera di commercio, nell'ambito delle iniziative per la semplificazione amministrativa, ha curato l'aggiornamento del sito internet, con istruzioni per ogni tipologia di attività o servizio, rendendo scaricabile dal sito la modulistica, presentabile allo sportello; è stato inoltre adottato il regolamento per il sistema sanzionatorio da applicare agli omessi e ritardati pagamenti del diritto annuale.

La comunicazione istituzionale è curata dall'ufficio attraverso comunicati stampa in forma libera o quali inserzioni a pagamento.

Al fine di illustrare le attività svolte e di promuovere l'accesso ai servizi del sistema camerale, sono state invece organizzate:

- una giornata di formazione per il deposito dei bilanci ;
- una giornata per la presentazione del modello mud (anche telematico);
- una giornata tematica, d'intesa con gli ordini professionali sulla semplificazione, la pubblicità legale ed i bilanci societari.

La Camera ha svolto, attraverso le aziende speciali, una attività di monitoraggio su mercati strategici di beni e servizi.

Il monitoraggio sull'andamento dei prezzi passa attraverso la rilevazione dei prezzi all'ingrosso di un paniere di prodotti significativi, pubblicati poi nelle mercuriali e la partecipazione al borsino dei prodotti agro-alimentari Meteora.

Sono stati effettuati controlli di sicurezza prodotti, concernenti materiale elettrico e/o elettronico e i giocattoli. E' stato dato particolare rilievo al controllo dei distributori carburanti, su richiesta e in collaborazione con la Guardia di Finanza.

Per quanto concerne la risoluzione alternativa delle controversie, in ogni incontro promosso dalla CCIAA si diffonde la conoscenza dello strumento conciliativo e le possibilità dello sportello che continua ad essere aperto.

E' stato realizzato il progetto alternanza scuola-lavoro, attraverso il quale è stata curata la preparazione dei docenti e degli allievi di 6 Istituti secondari di II grado e la realizzazione di circa 50 stages presso aziende, Enti ed Istituzioni.

La Camera ha predisposto un contributo alle imprese che curano la formazione degli apprendisti.

L'internazionalizzazione delle imprese

- Gli sportelli informativi della CCIAA e delle Sue Aziende Speciali (come l'Eurospertello, etc.)
- Iniziative realizzate per ampliare la gamma dei servizi offerti, e, in particolare, dei servizi on-line per l'internazionalizzazione delle imprese

La Camera partecipa alle mostre e fiere coinvolgendo le imprese del territorio soprattutto in sinergia con le istituzioni del sistema camerale e con l' unione regionale; ha inoltre istituito n. 2 contributi specifici, uno riservato alle aziende che partecipano a mostre e fiere con l'accollo del 50% delle spese per l'acquisto degli spazi espositivi, per l'allestimento stand, per i diritti d'ammissione e l'altro per la stampa di materiale pubblicitario con una misura d'intervento pari al 30%.

Il sostegno all'attività fieristica è stato orientato ai settori identificati per la maggior propensione all'export. Le imprese sono state incentivate alla partecipazione a mostre e fiere con un finanziamento regolato da apposito regolamento

Lo sviluppo delle infrastrutture

E' stato predisposto dall'Azienda Speciale e diffusa dalla Camera di Commercio un progetto di riammodernamento dell'aeroporto civile Ciuffelli di Rieti. E' stato inoltre confermato l'intervento che copre il 50 % delle spese necessarie per realizzare un progetto di commercio elettronico.

Accanto agli interventi a sostegno dei fondi rischi dei consorzi fidi e delle cooperative artigiane di garanzia esistenti in provincia, sussistono 2 tipologie di contributi regolati da apposito regolamento per abbattimento di interessi sulle operazioni di finanziamento tramite confidi e cooperative artigiane e per le imprese del settore commercio e

dell'artigianato di nuova costituzione.

CAMERA DI COMMERCIO DI ROMA

La CCIAA di Roma presenta nel 2005 un organigramma articolato in 9 Aree dirigenziali quali unità organizzative di massimo livello poste a governo delle macro funzioni dell'Ente.

Anche nel 2005, come nell'anno precedente, l'Azienda Promonet ha partecipato, per conto della Camera di commercio di Roma, al progetto nazionale finalizzato alla realizzazione sul web di un sistema di servizi dedicato all'intermediazione tra mondo delle imprese e Pubblica Amministrazione.

Le iniziative realizzate per la semplificazione amministrativa hanno riguardato:

- Il mandato e reversale telematici
- La posta certificata
- Il sistema amministrativo XAC ciclo attivo
- Il sistema di contabilità

La comunicazione istituzionale

Lo Statuto di Promoroma individuava nel 2005, quale unico obiettivo dell'Azienda Speciale, quello di promuovere l'immagine della Camera di Commercio di Roma e delle sue Aziende Speciali presso le imprese, le istituzioni e l'opinione pubblica, attraverso la valorizzazione degli interventi del Sistema camerale locale e del loro contributo allo sviluppo economico del territorio. Lo Statuto prevedeva, inoltre, che l'Azienda potesse curare la comunicazione e le relazioni esterne per conto delle società partecipate della Camera di Commercio, dietro loro richiesta.

In coerenza con tale definizione, nel corso dell'anno 2005 il lavoro svolto da Promoroma si è articolato nelle attività di:

- ufficio stampa;
- gestione della parte editoriale del sito internet della Camera di Commercio;
- comunicazione esterna delle strutture della Camera di Commercio di Roma;
- redazione delle pubblicazioni non tecniche della Camera di Commercio;
- organizzazione di conferenze, convegni, seminari, manifestazioni;
- gestione delle sale e degli spazi convegni della Camera di Commercio;
- reperimento ed elaborazione di dati economici;

I principali cambiamenti strutturali attuati nell'anno 2005 possono essere sintetizzati nel modo seguente:

➤ realizzazione di indagini con cadenza trimestrale anziché bimestrale. Tale cambiamento consente di analizzare le variabili indagate in maniera più compiuta, rendendo inoltre i risultati più confrontabili con analoghe ricerche e analisi congiunturali effettuate da altri centri studi.

➤ L'introduzione, nei questionari del primo trimestre e del quarto trimestre, di domande di approfondimento relative ad alcuni specifici temi sui quali è stato ritenuto più utile compiere un monitoraggio sui dodici mesi.

- documentazione socio-economica;

Si è consolidata, inoltre, l'attività di supporto alle iniziative editoriali della Camera di Commercio, già inaugurata nel corso del 2004, consistente nella cura e nella supervisione bibliografica delle pubblicazioni del sistema camerale, in vista di sviluppi più consistenti nel 2006. In particolare: la pubblicazione del "Rapporto annuale sull'andamento del mercato immobiliare in Italia e a Roma" per l'anno 2005 in collaborazione con la Borsa Immobiliare di Roma; la pubblicazione della ricerca realizzata dalla Fondazione Censis e da Pixel Pubblicità sul sistema oraforo-argentiero-orologiero di Roma e Provincia in collaborazione con l'Ufficio Promozioni della Camera; il secondo rapporto della Caritas "Osservatorio Romano sulle migrazioni" e "L'impresa cooperativa e l'immigrazione straniera a Roma" in collaborazione con l'Ufficio Studi della Camera.

L'attività editoriale principale, tuttavia, è stata la pubblicazione di un volume di pregio, corredato di un servizio fotografico inedito sul Tempio di Adriano che ha come editore la Camera di Commercio. L'obiettivo di tale pubblicazione è stato quello di valorizzare la sede storica della Camera, incrementare la sua valenza simbolica anche in vista di una maggiore partecipazione della istituzione nello scenario socio-culturale.

- comunicazione e relazioni esterne per conto delle società partecipate della Camera di commercio.

L'attività di formazione

Nel corso dell'anno 2005 è stata avvertita l'esigenza di coinvolgere tutti i dipendenti dell'Azienda in un percorso formativo finalizzato a sviluppare nuove sinergie e capacità operative per il funzionamento della "macchina organizzativa" di Promoroma.

A tal fine, dopo un'approfondita analisi di mercato, è stata selezionata la Methodos S.p.A., società italiana di consulenza di management fondata nel 1978, molto accreditata nel settore della formazione delle risorse umane che, in passato, ha già collaborato più volte con l'intero sistema camerale ottenendo ottimi risultati.

La Methodos ha, dunque, realizzato un programma di formazione della durata di due mesi gestito da consulenti senior, che si è articolato in tre fasi. La prima fase ha previsto la rivelazione dei fabbisogni interni percepiti;

la seconda fase ha comportato una ricognizione sulle opportunità interne di auto-formazione; la terza fase si è articolata nella progettazione dei supporti didattici e nella successiva realizzazione degli incontri formativi specialistici,

Le principali tematiche dell'attività di formazione hanno riguardato: la cultura del servizio al cliente interno ed esterno; il problem solving e l'attenzione ai processi; la capacità di parlare in pubblico, fare presentazioni e gestire riunioni interne; il lavoro in team; la negoziazione all'interno e all'esterno dell'organizzazione; la comunicazione associativa ed istituzionale.

Sono state pubblicizzate sugli organi informativi di varie Associazioni di categoria le iniziative promozionali attuate dalla Camera nel corso dell'anno (partecipazione a fiere, erogazione contributi ed altro). Ciò ha consentito di raggiungere ed informare un maggior numero di utenti nonché di selezionare ed indirizzare le informazioni verso gli utenti dei settori interessati

Sono stati realizzati opuscoli informativi relativi sia alle varie tipologie di ausilio finanziario che la Camera ha messo a disposizione delle PMI di Roma e provincia, sia al calendario delle manifestazioni fieristiche alle quali l'Ente partecipa. Gli opuscoli sono stati distribuiti direttamente in tutte le sedi camerali, attraverso le varie Associazioni di categoria e presso le postazioni istituzionali in occasione delle fiere.

Sistema di Customer Relationship Management (CRM)

(E-GOVERNMENT: MULTICANALITÀ E GOVERNO DELLE RELAZIONI)

Il progetto CRM, già avviato negli anni precedenti con il supporto e il coordinamento di Unioncamere, ha visto crescere il numero di Camere di Commercio aderenti all'iniziativa, al dicembre 2005 circa 40 su tutto il territorio nazionale.

Nel 2005, le attività sono state avviate con la sottoscrizione del nuovo protocollo di intesa e con la definizione dei ruoli e delle competenze tra i partner ed il relativo affidamento degli incarichi. Grazie alle esperienze ed ai risultati conseguiti nel corso delle precedenti annualità, Promonet è stata nuovamente scelta quale partner tecnologico, ed incaricata dell'housing della piattaforma.

Il 2005 ha visto la concentrazione delle attività sulle operazioni di data entry relative all'avvio di 4 numeri di RomaCrea Notizie (realizzazione e verifiche), sugli aggiornamenti trimestrali della banca dati con i dati del Registro Imprese, sul completamento delle operazioni di aggiornamento della banca dati con i dati di ritorno delle campagne RomaCrea.

Nel contempo, è stata conclusa la progettazione e la realizzazione del software per l'inserimento di Impresa Monitor nella piattaforma Genesi (reingegnerizzata in particolare la procedura di raccolta dati per l'iscrizione ad Impresa Monitor e il relativo passaggio dei dati in Genesi, migrando il sistema Impresa Monitor verso il più moderno linguaggio informatico Dot.Net) e programmate le operazioni per la migrazione definitiva dei dati di Impresa Monitor dal vecchio data base al nuovo.

Il nuovo sistema consente di usufruire degli strumenti messi a disposizione della piattaforma C.R.M.-Genesi per la gestione delle iniziative e dei contatti (C.R.M.) con le aziende iscritte ad Impresa Monitor.

Nel corso del 2005, così come negli anni precedenti, è stato dato seguito al processo di aggiornamento dei dati presenti nel data base delle aziende iscritte.

In particolare, sono state effettuate delle procedure straordinarie di aggiornamento dei dati, finalizzate a far confluire gli stessi nella piattaforma informatica C.R.M.- Genesi. Inoltre, i servizi offerti attraverso la rete sono stati oggetto nel corso dell'anno di un riesame finalizzato alla valutazione di nuovi prodotti informativi per le imprese. Tenendo conto di ciò, è stato dato incarico ad una società specializzata in prodotti e servizi web-oriented, di realizzare una sezione informativa sull'innovazione tecnologica da offrire on line, e messi a punto due vademecum informativi sugli Accordi di Basilea 2 e sulla certificazione estera.

Risoluzione alternativa delle controversie

Azienda Speciale "Camera Arbitrale"

L'Azienda si prefigge lo scopo di agevolare il ricorso delle imprese e dei consumatori agli istituti dell'arbitrato e della conciliazione quali mezzi per la risoluzione delle controversie di cui le stesse siano parte. Oltre ad amministrare i procedimenti di arbitrato e conciliazione, in conformità del proprio regolamento, la Camera Arbitrale di Roma offre servizi di arbitraggio, perizia contrattuale e, a richiesta, può disporre la nomina di arbitri ed esperti per procedimenti arbitrali non disciplinati dal proprio Regolamento. Presta, inoltre, la necessaria assistenza al momento della redazione di compromessi arbitrali o clausole compromissorie.

La Camera Arbitrale di Roma svolge le proprie funzioni attraverso il Consiglio Arbitrale e la Segreteria Tecnica. Sono organi di amministrazione: il Presidente, il Consiglio di Amministrazione ed il Collegio dei Revisori dei Conti.

Il Servizio arbitrale

Nell'arbitrato amministrato dalla Camera Arbitrale di Roma, l'impresa affida l'organizzazione della procedura ad una stabile e specifica organizzazione, la cui struttura funziona proprio per fornire una serie di supporti regolamentari e logistici atti a favorire lo svolgimento dell'intero procedimento.

I vantaggi che ne derivano all'impresa sono:

- la conoscenza del Regolamento con cui il procedimento arbitrale verrà amministrato;