

## LE FUNZIONI ASSOCiate

La riforma del 2010 ha formalmente introdotto la "modalità associativa" nell'esercizio delle funzioni da parte delle Camere di commercio, finalizzando alla riduzione di costi ed al conseguimento di economie di scala quanto fino ad ora avvenuto in forma spontanea ed imponendo, addirittura, tale opzione organizzativa per le Camere di più piccole dimensioni.

Le soluzioni organizzative individuate hanno puntato su alcuni elementi di fondo, tra cui la necessità di preservare il rapporto diretto con l'utenza e di conservare e tutelare la responsabilità del singolo Ente, coinvolto nella gestione associata, rispetto alle funzioni che in tal modo vengono esercitate.

Il monitoraggio sul 2010 ha, infatti, evidenziato la presenza di questa modalità gestionale in oltre il 50% delle Camere (57 realtà), percentuale che comprende sia le Camere con un numero di imprese iscritte inferiore a 40.000 (oltre il 60% delle realtà che hanno adottato il modello), sia quelle non giuridicamente tenute, ma che hanno valutato di intraprendere questa strada per l'esercizio di alcune attività.

I primi riscontri delle Camere di commercio interessate, in merito all'impatto di tale modalità gestionale fanno emergere come la formula adottata incida positivamente sul piano più tipicamente organizzativo, e su un miglior utilizzo delle risorse umane e strumentali.

Le funzioni di regolazione del mercato e di supporto alla promozione del sistema imprenditoriale all'estero rappresentano gli ambiti funzionali rispetto ai quali maggiore è la propensione delle Camere a gestire le attività in forma associata; si tratta, in prevalenza, delle funzioni di arbitrato e di conciliazione (nel 58% dei casi), dei compiti inerenti alla vigilanza (44,4% dei casi) ed alla predisposizione di contratti-tipo (quasi il 39%); in parallelo, il ricorso alle Unioni regionali è più frequente per le attività di supporto all'internazionalizzazione (50% dei casi), di informazione economico-statistica (45,2%) e di diffusione dell'innovazione del trasferimento tecnologico per le imprese (35,7%).

## LE CAMERE DI COMMERCIO ITALO-ESTERE ED ESTERE IN ITALIA

La riforma del sistema camerale ha attribuito un ruolo di particolare importanza alla rete delle camere di commercio nel sostegno alle attività di internazionalizzazione del Paese, riconoscendo all'interno del “sistema camerale”, comprendente le Camere di commercio, le Unioni regionali, le Aziende speciali, i Centri estero, un ruolo di grande rilievo alle 75 camere italiane all'estero e alle 35 camere estere in Italia.

La maggiore attenzione alla organizzazione di queste importanti realtà economiche ha consentito di realizzare una stretta collaborazione tra le Camere di commercio italiane e quelle italo-estere, in particolare per progetti su specifiche aree geografiche e su forme di collaborazione con tutto il sistema che opera sui mercati esteri, sia istituzionale che privato. Le principali iniziative, con l'obiettivo di ampliare i mercati e consolidare le posizioni sulle economie di molti Paesi, si realizzano attraverso servizi di assistenza e consulenza, servizi di informazione dedicati alle aree di riferimento, servizi di formazione attraverso seminari e convegni relativi alle prospettive economiche e commerciali delle aree di riferimento, servizi di promozione di iniziative di partenariato commerciale e industriale, che riguardano la partecipazione a fiere e missioni, nonché la promozione di investimenti diretti in Italia.

Le camere di commercio italiane all'estero hanno ricevuto uno stanziamento pubblico per programmi promozionali riferiti in particolare all'area formativa, all'area informativa, all'area concernente contatti d'affari, all'assistenza tecnica e alla consulenza alle imprese, e all'area della rete camerale.

Un riconoscimento importante dell'attività svolta dalle Camere di commercio miste è rappresentato dalla Conferenza di servizi, alla quale partecipano il Ministero dello sviluppo economico, il Ministero degli Affari esteri e l'Unioncamere, nell'istruttoria delle domande di ammissione all'Albo, ai sensi dell'articolo 22 della legge n. 580/1993, garantendo l'applicazione dei criteri previsti per una maggior credibilità dell'intero sistema, e considerando l'apporto di queste Camere nei settori dell'internazionalizzazione, della promozione e della commercializzazione attraverso l'ampliamento del grado di collaborazione con le strutture territoriali.

L'andamento del sistema camerale misto, tenuto conto della situazione di crisi economica, si è orientato verso progetti con obiettivi collaudati che hanno richiesto una realizzazione più semplice e costi minori; le strutture camerali, inoltre, di fronte ad una minore richiesta di servizi da parte delle imprese, hanno aumentato la collaborazione progettuale con gli Enti pubblici ottenendo finanziamento a fronte dei servizi resi.

Le principali misure per potenziare le azioni svolte potrebbero riguardare:

- ✓ gli accordi di collaborazione progettuale tra le camere dislocate in una medesima area (Unione europea, Asia, Paesi dell'Est) prendendo come capofila la struttura più forte nell'area medesima;
- ✓ il potenziamento della collaborazione tra il sistema delle Camere di commercio italiane all'estero e il sistema delle Camere miste in Italia;
- ✓ gli accordi di collaborazione tra Unioncamere e Regioni;
- ✓ l'attività di aggiornamento professionale.

L'esame delle **35** Camere di commercio, iscritte in Italia all'Albo e sottoposte a monitoraggio, ha garantito la conferma dell'iscrizione per tutte le Camere interessate con una particolare attenzione da parte della competente divisione del Ministero dello sviluppo economico per il grado di realizzazione dei programmi presentati.

## I COSTI COMPLESSIVI DELLE CAMERE DI COMMERCIO

Si riportano di seguito i **costi strutturali** ed i **costi variabili** complessivi sostenuti nel corso dell'anno 2010 dalle Camere di commercio, come ricavati ai fini del fabbisogno complessivo delle stesse per la determinazione delle misure del diritto annuale, ai sensi dell'articolo 18 della legge 29 dicembre 1993, n. 580 dall'elaborazione dei dati del bilancio d'esercizio 2010.

I **costi strutturali** risultano i seguenti:

1. costi per gli organi statutari	€ 24.300.000,00
2. costi per il personale	€ 423.500.000,00
3. costi di funzionamento strutturali	€ 114.600.000,00
4. quota ammortamento beni dedicati al funzionamento struttura	€ 23.200.000,00
5. oneri finanziari	€ 5.500.000,00

**Totale costi strutturali** **€ 591.100.000,00**

I costi di funzionamento e la quota di ammortamento in questa rielaborazione sono imputati come costi di struttura solo in quota parte del totale risultante dai bilanci d'esercizio esaminati, mentre per la restante quota sono stati classificati come costi variabili, essendo legati all'attività promozionale del sistema camerale. Tale ripartizione è effettuata tenendo conto che solo il 46,7% del personale camerale risulta dedicato allo svolgimento di servizi interni mentre il restante 53,3% risulta impegnato in servizi per le imprese (Fonte: Osservatorio camerale anno 2010).

Per quanto riguarda i costi variabili si evidenzia che questi sono legati alla realizzazione di obiettivi di sistema decisi, quanto a onere economico e priorità, dagli amministratori locali. Tali iniziative hanno riguardato in generale servizi e iniziative di incentivazione economica che le camere di commercio hanno svolto con riferimento ai tessuti economici provinciali quali promozione sia interna che estera alle imprese operanti sul proprio territorio, in risposta a bisogni specifici manifestati dalle stesse imprese, supporto all'innovazione e all'internazionalizzazione delle imprese, attività in politiche per lo sviluppo del sistema, formazione per l'impresa, regolazione del mercato ecc.

I **costi variabili**, per il 2010, possono riepilogarsi come segue:

1. quote associative ad organismi del sistema camerale	€ 113.600.000,00
2. iniziative promozione e altri costi per servizi alle imprese	€ 498.700.000,00
3. spese di funzionamento variabili	€ 130.800.000,00
4. quota ammortamento beni dedicati alla promozione	€ 26.400.000,00

**Totale costi variabili** **€ 769.500.000,00**

## IL DIRITTO ANNUALE E LE ALTRE FONTI DI FINANZIAMENTO

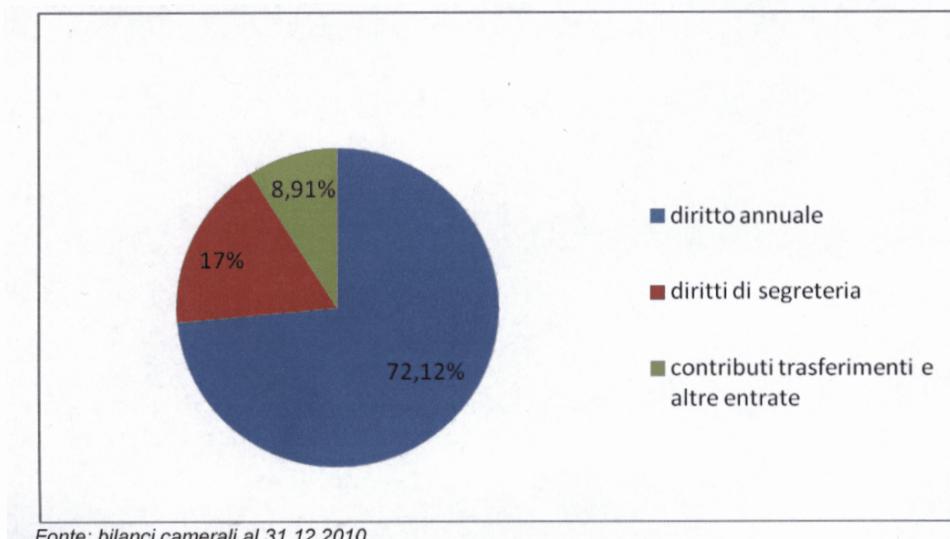
Le fonti di finanziamento delle camere di commercio sono definite dall'articolo 18 della legge 29 dicembre 1993, n. 580 e precisamente:

- 1) il **diritto annuale** dovuto ad ogni singola camera di commercio da parte delle imprese iscritte o annotate nel registro delle imprese ;
- 2) i **diritti di segreteria**, definiti tenendo conto dei costi medi di gestione e di fornitura dei relativi servizi, dovuti in relazione all'attività certificativa e sull'iscrizione in ruoli, elenchi e registri tenuti dalle camere di commercio;
- 3) i **proventi** derivanti dalla gestione di attività e dalla prestazione di servizi e quelli di natura patrimoniale;
- 4) le **entrate e i contributi** derivanti da leggi statali, da leggi regionali, da convenzioni o previsti in relazione alle attribuzioni delle camere di commercio;
- 5) i **contributi volontari**, i lasciti e le donazioni di cittadini o di enti pubblici e privati;
- 6) **altre entrate** e altri contributi.

La principale fonte di finanziamento è rappresentata dal diritto annuale, le cui misure sono definite con decreto del Ministro dello Sviluppo Economico, emanato di concerto con il Ministro dell'Economia e delle Finanze, sentite Unioncamere e le organizzazioni di categoria maggiormente rappresentative a livello nazionale, tenendo conto del fabbisogno necessario per l'espletamento dei servizi che il sistema delle Camere di commercio è tenuto a fornire sull'intero territorio nazionale in relazione alle funzioni amministrative ed economiche attribuite dalla stessa legge n. 580/1993, nonché a quelle attribuite dallo Stato e dalle regioni.

Con riferimento all'anno 2010 il diritto annuale è dovuto in misura fissa da parte delle imprese iscritte nelle sezioni speciali del registro delle imprese e in misura proporzionata al fatturato dell'esercizio precedente, da parte delle imprese iscritte nella sezione ordinaria dello stesso registro e le misure sono state definite con il decreto 22 dicembre 2009.

Il diritto annuale ha rappresentato nel 2010 circa il 70% delle entrate del sistema delle camere di commercio.



## LE PRINCIPALI LINEE D'ATTIVITÀ

### L'internazionalizzazione

Si è confermato nel 2010 l'impegno del sistema camerale per la promozione delle imprese italiane all'estero e del sostegno all'internazionalizzazione del tessuto economico locale, in particolare attraverso l'inserimento nei mercati esteri, l'organizzazione di incontri di partenariato, l'assistenza su aspetti legati principalmente alla contrattualistica, alla fiscalità, agli aspetti doganali.

La realizzazione di queste attività di supporto è stata attuata attraverso una maggiore attività di delega delle attività alle aziende speciali (per 28 aziende) o attraverso una stretta collaborazione (25 aziende speciali), confermando la tendenza delle Camere di commercio ad avvalersi, nell'applicazione di un principio di sussidiarietà, di strutture specializzate in grado di costituire un interlocutore diretto del sistema imprenditoriale locale, in particolare del Made in Italy, in collaborazione con le Regioni e con le associazioni di categoria.

## I numeri di "Internazionalizzazione"

**Tavola 3.3.1.1: I numeri di "Internazionalizzazione"**

<b>101</b>	Camere di commercio hanno svolto, nel corso del 2010, attività per l'internazionalizzazione delle imprese italiane
di cui:	
28	delegando l'attività alle Aziende speciali
25	in collaborazione con le Aziende speciali
<b>84</b>	Sportelli al pubblico dedicati all'internazionalizzazione
<b>113</b>	Antenne e desk all'estero gestite direttamente dal Sistema camerale
di cui:	
39	in Asia
25	Europa
17	in Nord America
16	in Sud America
15	in Africa
1	in Oceania
<b>544</b>	Partecipazione a fiere e mostre all'estero
<b>337</b>	Ricevimento delegazioni estere in Italia
<b>302</b>	Organizzazione di missioni commerciali con operatori all'estero
<b>10.464</b>	Aziende che hanno partecipato ad attività promozionali
<b>68</b>	Camere di commercio hanno realizzato iniziative con sistemi camerali internazionali
<b>441</b>	Iniziative di collaborazione con Camere di commercio di altri Paesi
di cui:	
148	in Unione Europea
79	in Europa extra Unione Europea
64	in Medio oriente/Nord Africa
56	in Asia
44	in Centro-Sud America
36	in Nord America
11	in Oceania
3	in Africa Sudsahariana
<b>749</b>	Attività formative per le imprese del territorio e gli operatori esteri
<b>20.640</b>	Partecipanti ad attività formative inerenti l'internazionalizzazione
<b>20.559</b>	Numero di consulenze alle imprese erogate in tema di internazionalizzazione
<b>23.407</b>	Utenti di attività di consulenza erogate in tema di internazionalizzazione
<b>83,5</b>	Milioni di € liquidati

Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

Nel 2010 si è, altresì, confermata la specializzazione delle Camere di commercio verso attività di carattere promozionale con un aumento del 10% rispetto al 2009, di carattere informativo e di consulenza (+5%) al fine di fornire un adeguato supporto alle complessità dei mercati internazionali; si è, invece, registrata una diminuzione delle attività collegate alla formazione in settori di particolare interesse, sempre più oggetto di specifica attività da parte della rete delle Aziende speciali nel "fare impresa".

In particolare, per quanto riguarda le attività promozionali, è stato realizzato un importante sforzo di razionalizzazione delle iniziative e delle missioni all'estero nel quale fare convergere la partecipazione significativa di Camere di commercio e territori. All'applicazione di queste scelte corrisponde, presso il Ministero dello sviluppo economico, una particolare attenzione all'utilizzo

delle risorse pubbliche da parte dei soggetti preposti all'internazionalizzazione, e alla necessità di fare sistema evitando, all'interno di singole istituzioni, una dispersione di risorse e una frammentazione di iniziative. Tale razionalizzazione ha consentito di inserire nelle attività promozionali quasi esclusivamente misure di sostegno agli investimenti diretti all'estero; un ruolo di particolare rilievo è stato in proposito svolto dalle Camere di commercio italiane all'estero.

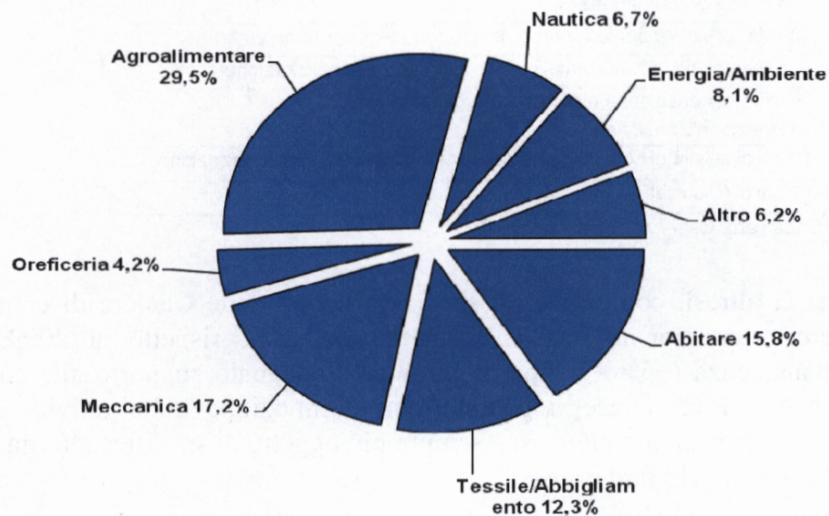
Per quanto riguarda le attività legate alla consulenza, le domande da parte delle imprese hanno interessato nuovi ambiti, richiedendo, da parte delle Camere di commercio, un approfondimento di carattere specifico, con particolare attenzione all'orientamento e all'informazione, alla formazione, all'assistenza per gli aspetti finanziari, assicurativi e fiscali, ad uno specifico supporto in materia di dogane e di trasporti (con una sensibile crescita rispetto al 2009), al rafforzamento della tutela del Made in Italy e alla ricerca di specifici partners imprenditoriali.

Le attività informative in materia di internazionalizzazione utilizzano in prevalenza strumenti informatici come canali on-line, cui si aggiungono la newsletter e le Guide, come manuali e come temi specifici quali le tipologie di investimento per Paese di destinazione, nonché i portali (Globus).

Un ruolo importante viene, altresì, svolto dagli sportelli regionali per l'internazionalizzazione, promossi a livello territoriale dalle convenzioni operative tra il Ministero dello sviluppo economico e le Regioni. Le principali aree economiche che hanno costituito l'obiettivo delle azioni del sistema camerale hanno confermato l'interesse per il comparto della meccanica (17,2%), del tessile e dell'abbigliamento (12,3%), dell'energia e dell'ambiente (8%) a conferma dell'importanza di questi settori per il rilancio competitivo del Paese.

La distribuzione delle iniziative di internazionalizzazione del 2010 per filiera-obiettivo

Tav. 3.3.1.9: La distribuzione delle iniziative di internazionalizzazione del 2010 per filiera obiettivo (% per filiera)

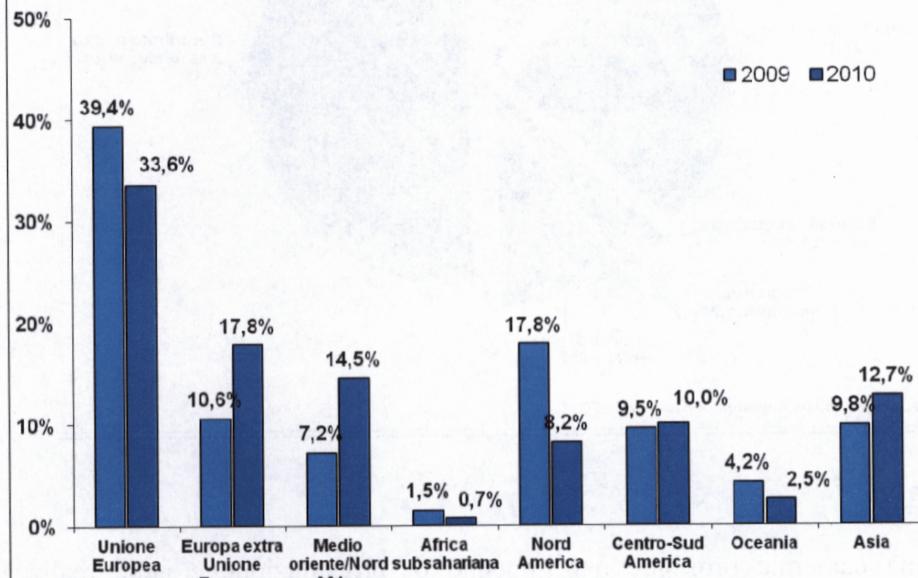


Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

Le Camere di commercio hanno incrementato le azioni rivolte ai mercati che offrono maggiori opportunità alle aziende italiane in termini di consumo, di distribuzione e di collaborazione commerciale, in particolare i paesi delle aree asiatiche, delle aree del Medio Oriente e del Nord Africa. Uno specifico progetto, a valere sul fondo perequativo di cui all'articolo 18 della legge n. 580/1993, ha coinvolto circa 70 Camere di commercio, in prevalenza ubicate al Sud, per la realizzazione di numerose iniziative con il supporto locale di partners camerali, istituzionali e imprenditoriali dei Paesi del Mediterraneo, nei settori dell'agro-alimentare, dell'agro-industria, dell'edilizia, dell'energia e dell'ambiente, della formazione e della ricerca.

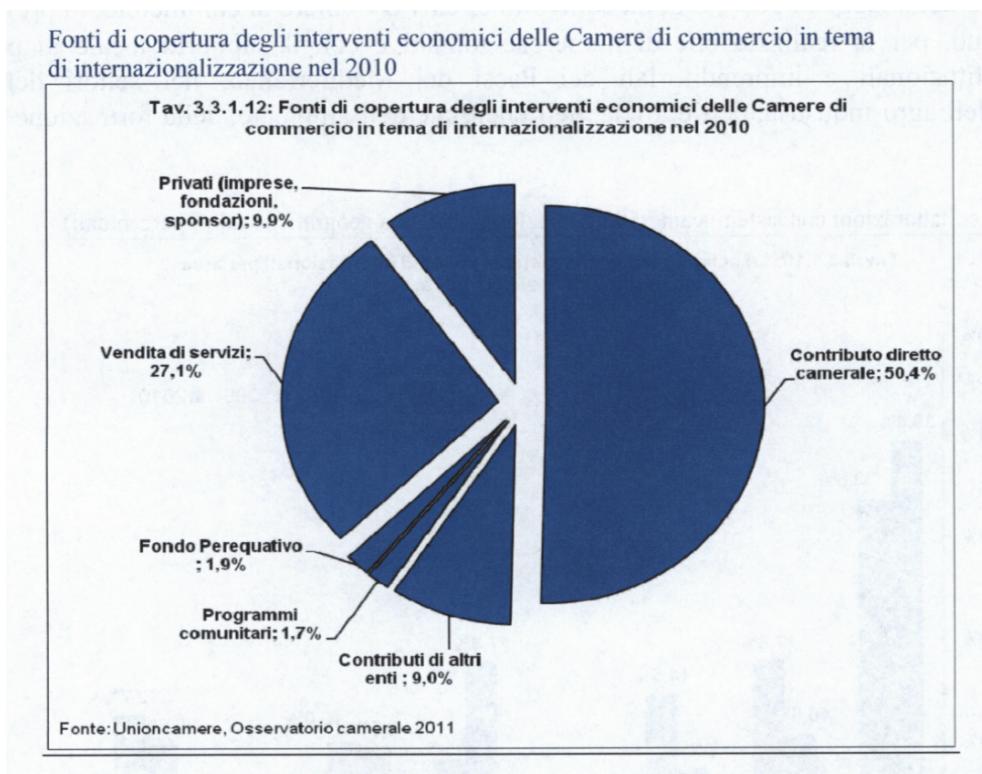
Le collaborazioni con sistemi camerali internazionali per area geografica (valori percentuali)

Tav. 3.3.1.10: Le collaborazioni con sistemi camerali internazionali per area geografica (% iniziative per area)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

La copertura delle iniziative in favore dell'internazionalizzazione è derivata principalmente dalle risorse provenienti dai bilanci camerali con un incremento delle capacità di recupero da parte delle medesime Camere attraverso la vendita di servizi.



## Il Made in Italy

Il sistema camerale prosegue nell'impegno di progettazione e nella realizzazione di iniziative per la promozione e la valorizzazione delle filiere del Made in Italy, riservando particolare attenzione ai segmenti di mercato che maggiormente apprezzano la qualità e l'originalità di questi prodotti.

Nel 2010 numerose Camere di commercio hanno svolto specifiche attività di valorizzazione delle filiere, prevalentemente di carattere promozionale (oltre 700 iniziative), coinvolgendo circa 13.500 operatori; non è peraltro mancato un forte impegno nell'attuazione di interventi specifici di qualificazione delle filiere medesime, supporto particolarmente efficace nel sostegno delle imprese per il necessario riposizionamento sui mercati internazionali. La qualificazione e la certificazione confermano l'origine delle produzioni italiane, in particolare per il design e l'ideazione, mettendo, altresì, in rilievo la trasparenza sui materiali impiegati, sui metodi di lavorazione e sulla qualità della provenienza territoriale.

Nel settore agroalimentare 30 camere di commercio si sono impegnate nella certificazione dei prodotti, soprattutto nel comparto vitivinicolo, con l'autorizzazione ad effettuare i controlli previsti dalla nuova Organizzazione comune di mercato (O.C.M.), emanata dall'Unione europea a

seguito di importanti innovazioni normative. Le Camere di commercio hanno, inoltre iniziato le attività necessarie per la predisposizione delle attività di controllo negli altri compatti produttivi.

Prosegue l'impegno delle Camere di commercio per la promozione della registrazione dei marchi collettivi geografici, definiti da una specifica direttiva comunitaria, che interessano il comparto agro-alimentare, tessile e artigiano.

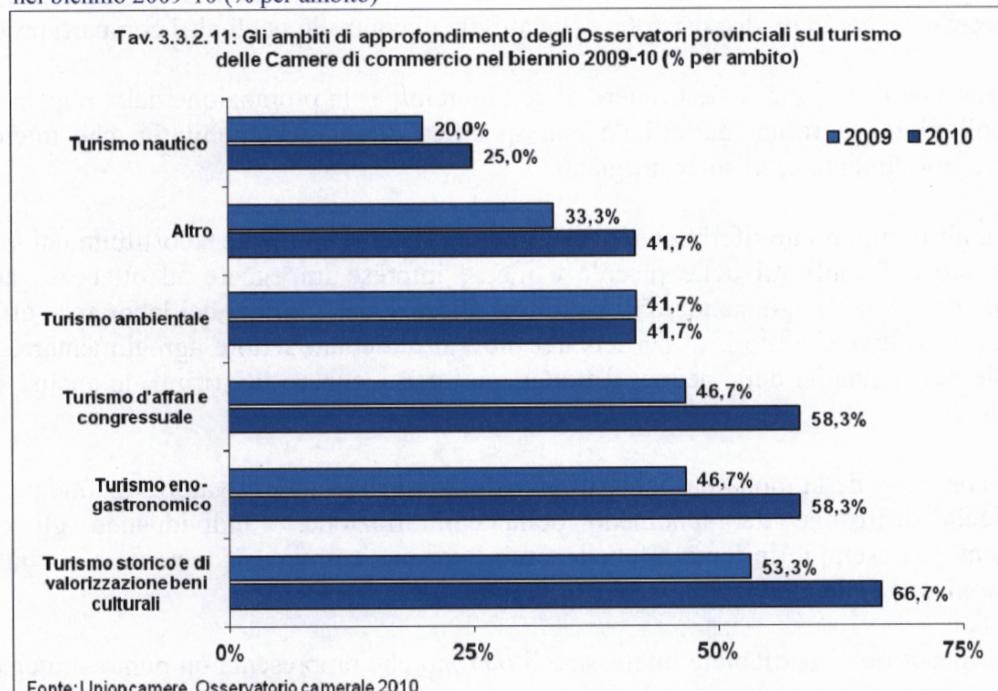
Un altro importante riferimento all'interno del sistema camerale è costituito dai *laboratori*, in particolare nei confronti delle piccole e medie imprese impegnate ad ottenere garanzie di conformità dei prodotti agli standard di commercializzazione. I servizi dei laboratori, effettuati in rete, riguardano diversi settori, in particolare, oltre al già citato settore agroalimentare, il settore ambientale per le analisi delle acque, il trattamento e il recupero dei rifiuti, le analisi sui rifiuti industriali.

Il comparto della moda ha richiesto uno sforzo di rilancio e di valorizzazione per arginare la massiccia diffusione del fenomeno della contraffazione, individuando gli opportuni adeguamenti (ad esempio in tema di etichettatura) per una comunicazione chiara al consumatore della provenienza delle merci.

Altro settore di particolare interesse è il *turismo* che rappresenta un punto strategico per la crescita del Paese per quanto riguarda le imprese interessate, che hanno registrato un incremento, e i dipendenti del settore. Il sistema di offerta è stato pertanto incrementato dalla realizzazione di un progetto in grado di coinvolgere le Camere di commercio in materia di politiche del turismo con una specifica valorizzazione del settore enogastronomico ed ambientale per lo sviluppo economico locale.

Nel 2010 alcune Camere di commercio (95) hanno realizzato attività collegate alla promozione turistica del territorio, sia attraverso investimenti diretti a potenziare l'aspetto promozionale, sia attraverso un'offerta ampia diretta ai soggetti interessati (formazione e aggiornamento professionale). La rete degli Osservatori provinciali sul turismo ha coinvolto 34 Camere di commercio, realizzando una importante attività di monitoraggio del settore, dal quale appare evidente un'attenzione sempre maggiore al comparto congressuale, oltre a quelli tradizionali dell'enogastronomia e del turismo storico e culturale.

Gli ambiti di approfondimento degli Osservatori provinciali sul turismo delle Camere di commercio nel biennio 2009-10 (% per ambito)



La promozione delle attività di partenariato ha, inoltre, rappresentato una componente fondamentale per la realizzazione delle attività nel settore attraverso una collaborazione specifica tra Ministeri, Enti e Associazioni di categoria.

### Il sostegno all'imprenditorialità

Le attività svolte dalle Camere di commercio confermano il significato strategico del sostegno alla creazione d'impresa nelle politiche economiche e occupazionali legate al territorio.

L'attività a supporto della promozione di nuove imprese ha interessato un numero sempre maggiore di Camere di commercio, spesso in collaborazione o direttamente attraverso le aziende speciali, con la realizzazione di convegni, seminari, riunioni e incontri tecnici dedicati ad aspiranti e nuovi imprenditori. I servizi di sostegno all'imprenditoria sono, inoltre, caratterizzati da una trasversalità di azioni in grado di coinvolgere l'aspetto amministrativo (Registro delle imprese), l'aspetto statistico e formativo, l'innovazione, le infrastrutture, il credito.

Nel 2010 sono stati raggiunti risultati di particolare rilievo dai "Punti nuova impresa" o "Servizi nuove imprese" con i quali le Camere di commercio hanno fornito, con gli opportuni adattamenti ai diversi territori, attività di sportello, prevalentemente a contenuto informativo e promozionale, sui temi del credito, delle agevolazioni dal settore pubblico, delle opportunità del mercato; sono stati inoltre forniti servizi di orientamento, di formazione, di affiancamento allo start-up e, seppure in misura molto limitata, erogazioni di contributi all'avvio d'impresa.

E', peraltro, emersa l'esigenza per il sistema camerale di fornire uno sforzo ulteriore in tema di assistenza tecnica e di formazione con la realizzazione, per i nuovi imprenditori, di progetti di fattibilità, confermando l'importanza di una maggior diffusione degli strumenti informatici e dell'utilizzo del web, e l'attenzione al partenariato (B.I.C. - Business Innovation Center, Agenzie di sviluppo locale, Centri provinciali, Agenzie regionali per l'impiego).

Si è, inoltre, consolidata una tendenza ad offrire servizi specializzati tenendo conto delle specifiche esigenze degli interlocutori:

➤ l'imprenditorialità giovanile è stata supportata da circa la metà delle Camere di commercio attraverso informazioni sulle agevolazioni offerte dalle normative comunitarie, nazionali e regionali, sulle modalità di erogazione dei contributi, sui settori ammessi ai finanziamenti, sull'assistenza tecnica e sui dati di mercato;

➤ l'imprenditorialità femminile ha registrato un notevole impegno da parte del sistema camerale attraverso la rete dei Comitati, costituiti a seguito di un protocollo d'intesa tra il Ministero dello sviluppo economico e l'Unioncamere, attraverso la promozione, il sostegno e la valorizzazione delle imprenditrici. Numerose Camere di commercio (86) nel 2010 hanno realizzato attività specifiche di supporto al tessuto imprenditoriale costituito da donne, con particolare informazione sugli strumenti di agevolazione e sulle attività di sensibilizzazione e di formazione specifica;

➤ l'imprenditorialità straniera, in particolare di cittadini extracomunitari e di cittadini di paesi di più recente appartenenza all'Unione europea, è stata incentivata attraverso studi e ricerche quantitative e qualitative sul fenomeno (Osservatori regionali e provinciali sulle migrazioni), fornendo informazioni di primo livello quali l'iscrizione alla Camera di commercio e informazioni più specifiche per l'avvio di attività di impresa.

### Le azioni per l'accesso al credito

Le Camere di commercio hanno svolto un'azione di supporto nella domanda e nell'offerta di credito, tramite l'erogazione di contributi da parte di 90 Camere, di cui circa il 13% con la collaborazione delle aziende speciali, a favore di 18.000 imprese, con un aumento del 13% del numero dei beneficiari; rilevanti sono stati inoltre l'azione di sostegno al sistema dei Confidi, interessati da cambiamenti normativi che hanno comportato importanti adeguamenti per gli organismi di garanzia, il potenziamento delle azioni di partnership con i consorzi di garanzia, l'assistenza e la collaborazione nei processi di razionalizzazione della rete.

Particolarmente significativa è risultata l'attività di promozione, consulenza e formazione sul credito, rivolta in particolare alle piccole imprese che richiedono assistenza nei rapporti con gli istituti erogatori.

Il settore dell'artigianato e, in misura minore, il settore del commercio si confermano i settori di maggior assorbimento dei contributi, con una distribuzione più equilibrata rispetto all'anno precedente e un forte incremento del sostegno alle imprese nel settore dell'industria, dei servizi e dell'agricoltura.

### I programmi e i progetti comunitari

La programmazione 2007-2013 dei fondi strutturali ha subito in Italia un forte ritardo nelle Regioni inserite nell'obiettivo “Convergenza” per le Regioni in ritardo di sviluppo come Basilicata, Calabria, Campania, Puglia, Sicilia, e nelle Regioni “Competitività e occupazione” per il rafforzamento della competitività e dell'occupazione a livello regionale come le Regioni del Centro-Nord, l'Abruzzo, il Molise. L'attuazione dei programmi ha evidenziato ulteriori ritardi per i pagamenti e per gli impegni su un ammontare cofinanziato dallo Stato attraverso il Fondo di rotazione per le politiche comunitarie, dal Fondo europeo di sviluppo regionale e dal Fondo sociale europeo.

In particolare è stato realizzato dal Ministero dello sviluppo economico, su incarico del Commissario europeo alle politiche regionali, un primo rapporto sulle politiche di coesione tra la Commissione europea e gli stati membri.

## LE ATTIVITÀ PER LA REGOLAZIONE DEL MERCATO

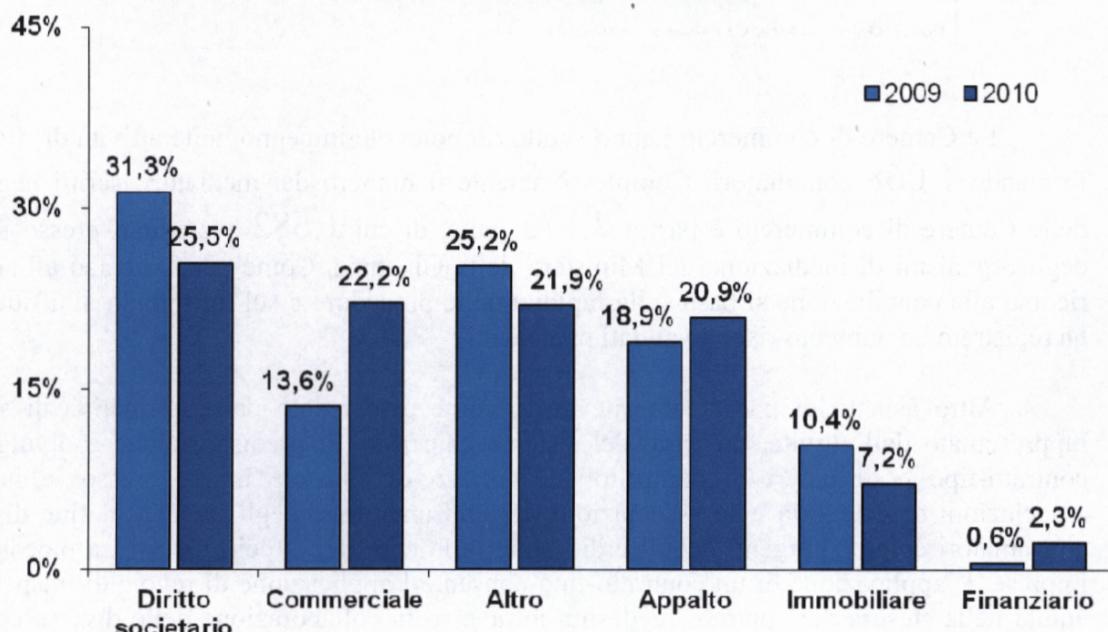
### L'attività di regolazione stragiudiziale

La riforma del sistema camerale ha confermato il ruolo svolto dalle Camere di commercio nella regolazione stragiudiziale delle controversie tra imprese, e tra imprese e consumatori. La nuova legislazione sulla mediazione civile e commerciale (decreto legislativo 4 marzo 2010, n. 28 “Attuazione dell’articolo 60 della legge 18 giugno 2009, n. 69 in materia di mediazione finalizzata alla conciliazione delle controversie civili e commerciali” e decreto del Ministro della Giustizia 18 ottobre 2010, n. 180 “Registro degli organismi di mediazione e elenco dei formatori per la mediazione”) ha registrato da parte del sistema camerale una adeguata offerta di servizi rispetto all’impatto della normativa.

La rete arbitrale formata da 69 camere arbitrali ha gestito 485 procedure, di cui 392 tra imprese e 93 tra imprese e consumatori, concentrate nelle aree territoriali del nord e in particolare del nord-est. I principali ambiti dell’azione arbitrale hanno interessato il diritto societario, in diminuzione tra imprese e in crescita tra imprese e consumatori, il settore commerciale, con un aumento dell’8% rispetto ai dati precedenti, e il settore degli appalti, registrando la conferma della qualità del servizio fornito per la maggiore rapidità delle procedure.

La distribuzione degli arbitrati tra imprese per settore nel biennio 2009-10

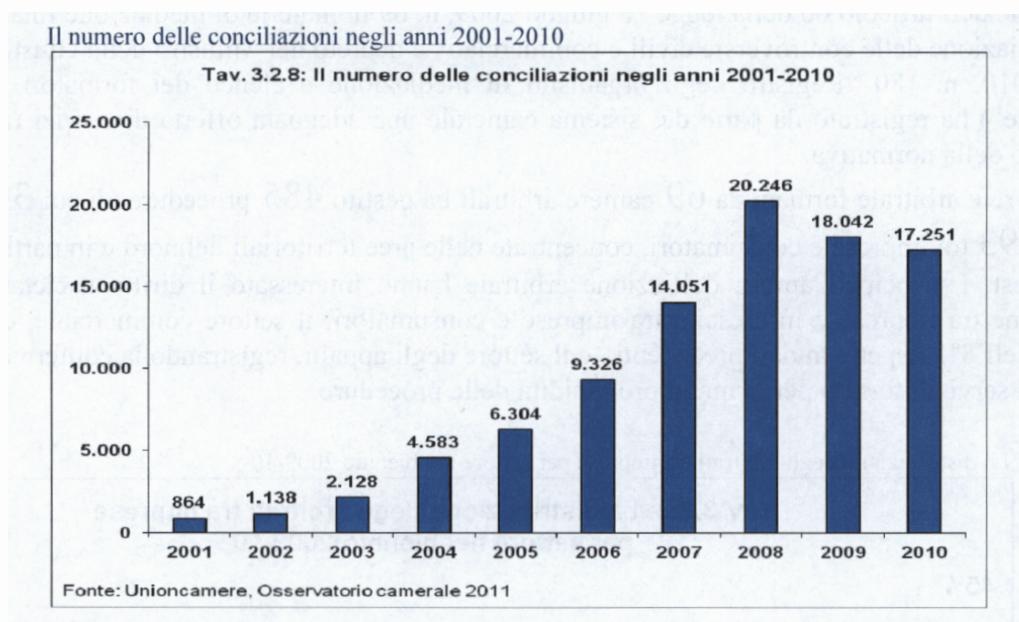
Tav. 3.2.3: La distribuzione degli arbitrati tra imprese per settore nel biennio 2009-10



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

L'impegno degli enti camerale ha riguardato, altresì, le attività di formazione con 9 Camere di commercio che hanno realizzato iniziative formative per circa 350 arbitri.

La rete di conciliazione ha esaminato 17.251 domande, per il 75% per controversie tra imprese e consumatori e per il 25% per conciliazioni tra imprese, con una ulteriore riduzione dei tempi di risoluzione, interessando principalmente territori del Sud e delle Isole. I principali settori hanno riguardato le telecomunicazioni, il commercio, il turismo e l'artigianato.



Le Camere di commercio hanno svolto un notevole impegno nelle attività di formazione, formando 1.068 conciliatori. Complessivamente il numero dei mediatori iscritti negli elenchi delle Camere di commercio è pari a 7.175 unità, di cui 1.682 accreditati presso il Registro degli organismi di mediazione del Ministero della Giustizia. Come per il ricorso all'arbitrato, il ricorso alla conciliazione si basa sulla rapidità delle procedure e sul loro grado di affidabilità che ha registrato un aumento rispetto ai dati precedenti.

Altro aspetto di particolare rilevanza, come evidenziato dalla normativa di settore, è rappresentato dall'attività, da parte del sistema camerale, di predisposizione e divulgazione di contratti-tipo e di pareri di controllo sull'utilizzo di clausole inique presso le imprese, le associazioni di categoria e le associazioni dei consumatori e degli utenti, al fine di tutelare i consumatori come contraenti deboli e di garantire la correttezza dei rapporti fra piccole e medie imprese. L'applicazione di un contratto-tipo consente l'applicazione di regole di trasparenza e di equità nella stesura dei contratti medesimi attraverso la collaborazione delle diverse componenti economiche e sociali che trovano negli enti camerale un significativo punto di accordo.

In particolare nel 2010 un **gruppo di lavoro**, costituito da 18 Camere e coordinato dall'Unioncamere, ha realizzato un Codice di etica commerciale, un parere sulle clausole inique e la formulazione di 8 contratti-tipo nei settori del commercio, dei servizi e del turismo, che si sono