

Lo Stato Patrimoniale Passivo al 31.12.2012

PASSIVO	Valori al 31.12.2011	Valori al 31.12.2012	Differenze	%
1) PATRIMONIO NETTO				
Patrimonio netto esercizi precedenti	42.244.660,95	43.712.275,02	1.467.614,07	3,47
Avanzo economico esercizio	1.467.614,07	210.059,35	- 1.257.554,72	- 85,69
Fondo solidarietà CCIAA Terremotate	-	- 1.000.000,00	- 1.000.000,00	- 100,00
Riserve da partecipazione	7.809.115,75	7.982.399,10	173.283,35	2,22
Totale patrimonio netto	51.521.390,77	50.904.733,47	- 616.657,30	- 1,20
2) DEBITI DI FINANZIAMENTO				
Mutui passivi	-			
Prestiti ed anticipazioni passive	-			
Anticipazioni di cassa	-			
Totale debiti di finanziamento				
3) TRATTAMENTO DI FINE RAPPORTO				
Fondo trattamento fine di rapporto	3.658.659,02	3.602.228,21	- 56.430,81	- 1,54
Totale fondo trattamento di fine rapporto	3.658.659,02	3.602.228,21	- 56.430,81	- 1,54
4) DEBITI DI FUNZIONAMENTO				
Debiti v/fornitori	8.999.853,41	11.466.535,99	2.466.682,58	27,41
Debiti v/società del sistema	3.009.583,30	1.677.753,94	- 1.331.829,36	- 44,25
Debiti v/CCIAA	2.461.460,75	4.793.927,50	2.332.466,75	94,76
Debiti v/dipendenti	19.922,66	13.549,66	- 6.373,00	- 31,99
Debiti diversi	1.106.141,25	1.289.287,07	183.145,82	16,56
Debiti v/fornitori attività commerciale	551.182,85	526.802,16	- 24.380,69	- 4,42
Debiti per servizi c/terzi	13.394.298,94	7.704.984,74	- 5.689.314,20	- 42,48
Clienti c/anticipi	7.877.327,69	4.956.111,50	- 2.921.216,19	- 37,08
Debiti v/Camere per fondo perequativo	54.439.105,13	64.686.640,82	10.247.535,69	18,82
Totale debiti di funzionamento	91.858.875,98	97.115.593,38	5.256.717,40	5,72
5) FONDI PER RISCHI ED ONERI				
Fondo oneri spese future	3.963.768,02	4.419.822,72	456.054,70	11,51
Fondo oneri spese future perequativo	39.802.416,82	17.538.252,15	- 22.264.164,67	- 55,94
Totale fondi per rischi ed oneri	43.766.184,84	21.958.074,87	- 21.808.109,97	- 49,83
6) RATEI E RISCONTI				
Ratei passivi	-			
Risconti passivi	-			
Totale ratei e risconti passivi				
TOTALE PASSIVO	139.283.719,84	122.675.896,46	- 16.607.823,38	- 11,92
TOTALE PASSIVO E PATRIMONIO NETTO	190.805.110,61	173.580.629,93	- 17.224.480,68	- 9,03
7) CONTI D'ORDINE				
TOTALE GENERALE	190.805.110,61	173.580.629,93	- 17.224.480,68	- 9,03

PAGINA BIANCA

RELAZIONE DEL CONSIGLIO

PAGINA BIANCA

RELAZIONE SULLE ATTIVITÀ'

Premessa

Le iniziative programmate dall'Unioncamere per il 2012 hanno richiesto un continuo e costante affinamento in corso d'anno, anche al fine di assicurare la piena coerenza dell'impegno dell'Ente rispetto agli obiettivi strategici del successivo piano triennale del Sistema camerale, da portare a conclusione nel 2015. Tale rimodulazione è apparsa altresì indispensabile per garantire un nuovo e più efficace supporto rispetto alle esigenze dei sistemi produttivi locali in risposta a una crisi che non sembra trovare chiare soluzioni nel breve termine e che, per la sua portata, ha imposto una revisione del paradigma di riferimento per tutti gli operatori sociali ed economici.

Durante l'intero 2012, forti tratti d'incertezza hanno infatti continuato ad improntare gli andamenti economici su scala globale, e le tensioni sullo scenario europeo sono state decisamente penalizzanti per l'evoluzione della situazione nel nostro Paese. Ad agire da fattore frenante di una contrazione tendenziale del prodotto interno lordo, che si protrae ormai dall'ultimo trimestre del 2011, è stato certamente un crollo nella fiducia delle famiglie e delle imprese, che stanno prudentemente procrastinando decisioni di investimento e consumo, due delle componenti della domanda interna in più netta contrazione. Oltre al clima di incertezza, sui consumi interni hanno tuttavia pesato - attraverso il canale del reddito - anche le deboli dinamiche del mercato del lavoro, che hanno messo in evidenza una tendenza all'aumento del tasso di disoccupazione, soprattutto di quello riferito alla componente giovanile. Ad alimentare questo rialzo anche l'innalzamento del tasso di attività, non accompagnato da una contestuale ripresa della domanda di lavoro da parte di imprese e soggetti pubblici.

Le incognite sul fronte della tenuta dell'unione monetaria e sulle prospettive di inversione del ciclo rappresentano invece i due fattori che maggiormente hanno inciso sulla caduta degli investimenti. Sotto il profilo dell'offerta, la propensione delle banche a concedere credito ha subito un deciso ridimensionamento per il riflesso che le tensioni sugli spread hanno avuto sulla loro liquidità e sulla capacità di finanziarsi sul mercato. L'inasprimento delle condizioni di accesso al credito, particolarmente acuto per le piccole imprese, e la stagnante attività economica hanno, dunque, dissuaso ancora di più le imprese dal mettere in campo progetti di investimento a medio-lungo termine.

Proseguendo la tendenza inauguratasi all'indomani della prima ondata di recessione, anche nel 2012 la domanda estera ha tuttavia fornito un contributo positivo alle dinamiche dell'economia italiana, seppur con un lieve rallentamento negli ultimi mesi dell'anno, quando il commercio internazionale ha risentito di un indebolimento del ciclo anche nei Paesi europei (Germania in testa) che avevano fino ad allora supportato le performance dell'Ue. Particolarmente sostenute su base annua sono invece risultate le dinamiche di espansione delle esportazioni verso i Paesi extra-europei, sintomo della capacità di un nucleo solido di medio-grandi imprese - spesso a capo di filiere lunghe, a forte partecipazione di aziende di più piccole dimensioni - di trainare il sistema Italia anche su mercati più lontani, per soppiare all'insufficiente capacità di generare valore delle economie europee.

Le prospettive per i primi mesi del 2013 non consentono ancora di considerare conclusa la difficile fase congiunturale attraversata dall'Italia e dall'intera Area euro, tanto che pure per l'intero anno le previsioni restano orientate verso una contrazione dell'attività economica, seppur meno intensa del recente passato. Oltre alle misure strutturali e di contenimento della spesa pubblica che hanno permesso nel corso del 2012 un progressivo abbassamento delle tensioni sui corsi dei titoli del debito sovrano italiano - ma dal sostanziale impatto recessivo - è evidente che l'avvio di azioni concertate capaci di coniugare guadagni in termini di produttività e di competitività diffusi sull'intero sistema Paese non sono ulteriormente rimandabili.

Facendo propri questi obiettivi prioritari di accompagnamento dei sistemi produttivi territoriali, vero motore della crescita e della coesione sociale, il Sistema camerale ha continuato ad accettare le sfide dei cambiamenti, e - in stretta collaborazione con le associazioni imprenditoriali e con il mondo delle professioni - non ha smesso di generare valore e valori utili a garantire la tenuta e lo sviluppo del nostro sistema imprenditoriale. Al contempo, in risposta al dibattito sulla riorganizzazione del sistema pubblico a sostegno del mondo delle imprese, l'Unioncamere e le CCIAA hanno voluto dare avvio a una nuova fase di autoriforma mirata a una sempre maggiore efficienza e qualità dei servizi offerti, riorganizzando le funzioni tramite l'individuazione di opportune economie di scala da sfruttare e da mettere in rete e, non da ultimo, puntando su una sempre maggiore digitalizzazione dei servizi offerti.

Di fronte all'evoluzione del quadro istituzionale e alla necessità - anche in presenza di vincoli di bilancio sempre più stringenti - di qualificare e rendere distintive le funzioni e le competenze delle Camere di commercio, il programma annuale è stato attuato intorno ad alcune grandi priorità, tali da far emergere per ciascuna di esse il contributo originale di Unioncamere e dell'intero Sistema camerale: la nascita e il consolidamento delle imprese, il lavoro (in particolare quello creato all'interno di un'economia sostenibile), l'internazionalizzazione delle imprese e dei territori, il sostegno a interventi che favoriscano la domanda interna, con particolare riferimento al credito per le attività di investimento, e, non da ultima, la semplificazione amministrativa. A questi assi portanti si sono affiancate attività strategiche a essi funzionali, come la regolazione del mercato, i fattori di competitività (infrastrutture, ambiente, innovazione) e le politiche per la qualità e la tracciabilità delle filiere.

GLI OBIETTIVI STRATEGICI**Sostenere l'internazionalizzazione delle imprese**

Per favorire il recupero competitivo del sistema imprenditoriale, è stata concentrata l'attenzione sul sostegno alle filiere e ai distretti produttivi del made in Italy, in cui maggiore è la presenza di quelle aziende di piccole e medie dimensioni che più di altre hanno difficoltà da sole a fare affari fuori dai confini nazionali.

Le iniziative previste all'interno di questo obiettivo strategico sono state dunque dedicate al supporto all'internazionalizzazione per la promozione del sistema italiano delle imprese, candidando fortemente le CCIAA a "caselli d'entrata" delle imprese sui mercati internazionali e promuovendo l'aggregazione tra imprese attraverso lo strumento delle reti.

**CCIAA: caselli d'entrata
per
l'internazionalizzazione
delle imprese italiane**

Dalla Cabina di regia per l'internazionalizzazione è giunto l'input al sistema Italia di attuare una strategia integrata di tutti i soggetti coinvolti nelle politiche di supporto alle imprese per l'internazionalizzazione e le CCIAA sono state individuate per il rafforzamento del loro ruolo di «punto di contatto primario sul territorio a favore delle imprese». Da queste premesse è nata un'iniziativa di sistema, avviata nel 2012, per potenziare la rete camerale degli sportelli territoriali per l'internazionalizzazione. Al riguardo è stato varato un progetto esecutivo per la "Realizzazione di sportelli informativi e di primo orientamento alle attività di internazionalizzazione delle imprese", che ha avuto una significativa accelerazione nel secondo semestre 2012 e grazie al quale sono state individuate e aggiornate le Banche dati informative su statistiche per il commercio estero, schede Paese, informazioni utili per esportare da mettere a disposizione delle CCIAA, quale supporto alle esigenze di assistenza delle imprese; con il supporto di un gruppo di lavoro di 15 CCIAA sono stati definiti i servizi standard sui quali costruire le funzionalità degli sportelli internazionalizzazione mentre un gruppo di CCIAA pilota ha collaborato ad individuare le linee generali per un intervento formativo finalizzato a potenziare le conoscenze del personale camerale coinvolto nell'assistenza alle imprese sulle opportunità offerte dai mercati esteri. In collaborazione con Universitas Mercatorum e con il coinvolgimento di altre istituzioni (Agenzia ICE – SACE – SIMEST) sono state realizzate nell'ultimo bimestre dieci sessioni formative, che hanno riguardato complessivamente 95 CCIAA e 250 unità di personale camerale, con l'obiettivo di avviare concretamente la rete degli sportelli sul territorio già a partire dai primi mesi del 2013.

Le missioni nazionali del sistema camerale realizzate in Turchia e in Messico e Colombia nella prima parte dell'anno hanno visto un'importante partecipazione del sistema, così come le fiere (Fiera Project Qatar, Fiera Hospitaler – San Paolo del Brasile e Summer Fancy Food – Washington) organizzate in diversi Paesi del mondo. Nel secondo semestre di attività si sono realizzate due missioni imprenditoriali in Iraq assicurate dal desk camerale di Erbil condiviso da Unioncamere, alle quali hanno partecipato complessivamente 80 imprese. A conclusione delle attività 2012 Unioncamere ha ottenuto il risultato di convogliare le diverse iniziative camerali in un numero selezionato di proposte di sistema, aumentando, al contempo, il numero delle imprese partecipanti (2325 nel 2012 a fronte delle 2009 del 2011).

Sono stati inoltre creati i gruppi di lavoro progettuali camerali, suddivisi secondo logiche di filiera, che hanno portato alla formulazione di una nuova proposta operativa complessiva alla nuova Agenzia ICE, che destina complessivamente 1.800.000 euro per interventi a favore delle imprese in materia di promozione, cooperazione industriale e formazione.

L'attività 2013 in tema di informazione e assistenza sulle procedure per l'Export si è concentrata particolarmente sulla sensibilizzazione delle CCIAA sul progetto degli Sportelli per l'internazionalizzazione, in linea con l'iniziativa di sistema varata dall'ente. Gli uffici Estero delle CCIAA costituiscono, infatti, un punto vitale attorno al quale è stata costruita l'implementazione di servizi informativi utili a rispondere al fabbisogno delle imprese esportatrici e potenziali esportatrici, stimolando anche maggiori sinergie tra diversi uffici camerali. La risposta delle CCIAA è stata significativa già a fine 2012. Si è fornita assistenza alle CCIAA nella distribuzione dei

documenti a sostegno dell'export, anche attraverso risposte dirette ed in tempo reale a quesiti di natura tecnico doganale (450 quesiti risolti). In materia di attuazione delle Convenzioni internazionali, oltre a garantire il coordinamento a livello internazionale, si è data tempestiva risposta alle 1.400 pratiche di contenzioso, affrontate e risolte nei termini stabiliti dalle Convenzioni. Attraverso una gara che ha consentito la selezione di una Compagnia in grado di garantire il cauzionamento di tutti i Carnets ATA emessi in Italia – per mezzo dello strumento convenzionale – si è garantito il contenimento del costo di cauzione che devono sostenere le imprese per l'accesso ai Carnet. Si è, inoltre, concluso positivamente per l'Ente il rapporto di audit dell'Organismo internazionale IRU che ha evidenziato un'ottima valutazione dell'organizzazione interna delle attività, secondo gli standard internazionali definiti per le Associazioni garanti.

Nel corso del 2012 è stata sottoscritta una nuova Convenzione con il Mise per il Made in Italy che ha permesso di realizzare le iniziative Matching Cina con oltre 150 operatori italiani e Matching Milano con 2000 operatori italiani presenti e 300 buyers stranieri.

Promuovere reti d'impresa e strumenti finanziari per l'internazionalizzazione delle imprese

L'obiettivo progettuale è stato quello di promuovere lo strumento delle reti d'impresa e favorire la stesura dei contratti di rete. In particolare, i progetti e gli interventi del sistema camerale si sono articolati in due fasi fondamentali. La prima fase ha riguardato l'analisi del contesto economico anche attraverso la verifica delle filiere esistenti; la sensibilizzazione degli operatori, attraverso l'organizzazione di cicli di seminari; l'erogazione di corsi di formazione tecnico-pratico in modalità e-learning sulle normative e la gestione di un contratto di rete; l'attivazione di Focus group con imprenditori per la raccolta degli specifici fabbisogni. La seconda fase ha previsto attività di assistenza tecnica a gruppi di imprese per la costituzione di contratti di rete, con la predisposizione di studi di fattibilità – in chiave economica e di mercato – anche attraverso l'analisi di casi esistenti in altri contesti territoriali; l'assistenza e consulenza in loco alle imprese individuate per la redazione del contratto e l'attivazione delle necessarie procedure; la raccolta sistematizzata di tutti gli atti tecnico-giuridici necessari a realizzare un contratto di rete e relativa divulgazione. L'azione camerale ha quindi sviluppato quelle forme di aggregazione a Rete finalizzate a favorire l'accesso delle PMI ai mercati esteri. Sono stati ben 52 i progetti realizzati a valere sull'Accordo di programma (che quindi hanno coinvolto 52 realtà camerale tra CCIAA ed UR) di cui 17 sono stati indirizzati a favorire la creazione delle reti di impresa, 14 a promuovere l'internazionalizzazione delle reti e 21 ad offrire servizi integrati operando sia sul piano delle reti "generaliste" che di quelle volte a stimolare progetti di internazionalizzazione. Tra i risultati conseguiti, le CCIAA hanno formato 6.333 imprenditori (attraverso 208 seminari realizzati), hanno favorito la redazione di 102 di studi di fattibilità su casi concreti e la realizzazione di 10 contratti di rete. Si è inoltre avviata la nuova progettualità, con l'obiettivo di affinarne ulteriormente il campo di azione. Infatti, la nuova linea di attività ha lo scopo di favorire la conclusione dei contratti tra le imprese, con particolare riguardo ad alcune tematiche di specifico interesse camerale (ad esempio, la condivisione dei servizi e attività tese all'efficienza energetica e all'utilizzo di fonti energetiche rinnovabili, la promozione dell'internazionalizzazione delle PMI, la qualificazione delle filiere del Made in Italy, la riqualificazione dei centri urbani e valorizzazione dei servizi commerciali, le reti tra confidi). Sulla linea di attività, sono stati presentati 56 progetti sui quali si sta promuovendo un'assistenza dedicata alle CCIAA per favorire la conclusione dei contratti.

Valorizzare la rete della ristorazione italiana nel mondo e iniziative per l'agroalimentare

Nel corso dell'anno il Comitato di Valutazione, ha rilasciato 454 nuove certificazioni "Ospitalità Italiana - Ristoranti italiani nel mondo" consentendo di raggiungere la quota di 1.100 ristoranti certificati. Parallelamente sono state avviate le visite per il mantenimento della certificazione ai ristoranti già valutati al fine di mantenere nel tempo quegli standard di qualità propri del marchio. La costituzione della rete dei ristoranti italiani nel mondo è, dunque, ormai una realtà consolidata. Sono, pertanto, proseguite le attività di animazione della rete dei ristoranti. Nel padiglione Italia dell'Expo 2012 in Corea, è stato presentato il prodotto turistico, le strutture certificate con il marchio "Ospitalità Italiana" ed i prodotti agroalimentari italiani sul mercato della Corea e ai 107 Paesi partecipanti all'Expo e sperimentare nuove possibilità di vendita degli

stessi attraverso la rete dei ristoranti italiani nel mondo certificati "Ospitalità Italiana". Sono stati inviati in Corea gli olii partecipanti all'ultima edizione dell'Ercole Olivario e la produzione cioccolatiera dei territori aderenti al network Cioccolati d'Italia.

Per valorizzare, in chiave innovativa, i territori ed il loro patrimonio eno-gastronomico attraverso il volano della Dieta Mediterranea con le positive ricadute che ne possono derivare per tutta la filiera (produttori di materie prime, aziende agroalimentari, operatori della ristorazione) è stato realizzato il prototipo di un Progetto che consenta di rilanciare il made in Italy anche utilizzando il valore salutistico del riconoscimento internazionale della Dieta Mediterranea conferito dall'Unesco, sistematizzare il patrimonio agroalimentare italiano raccolto in questi anni dal Sistema Camerale, valorizzare i prodotti e la loro declinazione gastronomica in chiave nutrizionale-salutistica, anche attraverso il supporto di strumenti analitici, promuovere la filiera agroalimentare che partecipa alla costituzione del modello alimentare della dieta mediterranea, anche attraverso la ristorazione di qualità certificata. Il progetto, presentato e approvato dalla Commissione europea, verrà realizzato nel 2013.

Per quanto riguarda il supporto alla qualificazione e certificazione dei prodotti tradizionali, per consolidare le competenze del Sistema camerale nel settore dei prodotti a Denominazione di Origine è stato realizzato un piano di audit nazionale in grado di dare assistenza alle CCIAA operanti come organismi di controllo nel settore vitivinicolo. Nel corso del 2012, sulla base del piano di audit nazionale predisposto, sono state effettuate numerose verifiche presso le strutture di controllo camerali garantendo così un approccio unitario nella gestione dei controlli e in conformità alla normativa europea di riferimento (circa 43 CCIAA su tutto il territorio nazionale). Con il supporto della società in house Dintec, è stato, inoltre, realizzato uno specifico progetto per la sperimentazione delle DAP (Dichiarazioni ambientali di prodotto) nel settore vitivinicolo. La DAP è un innovativo strumento di certificazione che permette alle imprese di fornire ai propri consumatori informazioni sulle prestazioni ambientali dei prodotti o dei servizi erogati. L'obiettivo principale del progetto era di diffondere la conoscenza di questo strumento innovativo attraverso il coinvolgimento delle CCIAA, le quali a loro volta dovrebbero favorire la partecipazione delle aziende vitivinicole del territorio. A tale fine, è stata, anzitutto, diffusa la "Guida per lo sviluppo della Dichiarazione Ambientale di Prodotto nel settore vitivinicolo" realizzata lo scorso anno e rivolta agli operatori di settore, guida che costituisce uno strumento utile per l'implementazione di una DAP. Successivamente, sono state selezionate 2 aziende sulle quali attivare il percorso di qualificazione. È stato, dunque, fornito supporto alle aziende selezionate nella raccolta dei dati utili per valutare le prestazioni ambientali e nella fase di stesura delle Dichiarazioni Ambientali di Prodotto. Uno dei punti fondamentali del progetto ha riguardato la messa a punto di forme di comunicazione per facilitare la comprensione, ad un consumatore medio, dell'impegno ambientale sostenuto dalle aziende che hanno deciso di applicare la DAP. Infatti, si è cercato di favorire la partecipazione di più CCIAA appartenenti a contesti territoriali diversi in modo da rendere possibile una comunicazione di sistema. Si è conclusa positivamente la vicenda dell'accreditamento delle CCIAA sollevata a livello comunitario. A Trieste è stata realizzata la fiera "Olio capitale – salone degli olii extra vergini tipici e di qualità", ormai giunta alla sesta edizione: un momento importante appositamente dedicato alla promozione dell'olio extra vergine d'oliva di qualità, in cui i produttori italiani sono messi nelle condizioni di poter raggiungere nuovi buyers, specialmente quelli provenienti dall'estero. Si è tenuta a Roma la XX edizione del Premio Ercole Olivario: questa manifestazione, nata dalla volontà di Unioncamere e delle associazioni dei produttori, rappresenta non solo un efficace veicolo di promozione delle produzioni di eccellenza, ma anche un momento di confronto e di crescita per tutto il settore olivicolo.

Relativamente all'animazione delle attività di networking, nell'ambito del Network Cioccolati d'Italia si è avviato il percorso volto a promuovere la candidatura in sede europea per il riconoscimento degli itinerari culturali del cioccolato che darebbe grande visibilità ai territori e ai distretti interessati, in chiave di promozione dello sviluppo locale. Sono stati promossi gli incontri, anche a livello europeo, per arrivare alla definizione di una proposta condivisa tra le CCIAA e si sta procedendo all'animazione del territorio in tale direzione. Inoltre, il Network ha avviato un programma promozionale che ha visto la partecipazione nel 2012 a due importanti eventi

nazionali: "Cioccolatò 2012" (Torino), "Eurochocolate" (Perugia). Durante le manifestazioni sono state organizzate degustazioni che hanno permesso alle aziende cioccolatieri artigianali dei quattro distretti partecipanti (Cuneo, Torino, Perugia e Ragusa) di presentare le proprie eccellenze e produzioni. Inoltre, al Network è stata proposta la partecipazione all'expo in Corea, nel ristorante italiano, attraverso la consegna di un certo quantitativo di cioccolato da valorizzare attraverso degustazioni in loco e materiale promozionale, usufruendo così di una vetrina di rilevanza internazionale. Infine, si è avviata la procedura per la stesura di un "Sistema di tracciabilità della filiera del cioccolato e qualificazione di prodotti" che fornirà alle imprese un ulteriore strumento di promozione e qualificazione del cioccolato di qualità.

**Tutela del made in Italy
nel mondo**

Nell'ambito della Convenzione Unioncamere-Mise in tema di Proprietà industriale, è proseguita nel 2012 l'attività di gestione dei bandi sulle due linee di intervento avviate con la pubblicazione in Gazzetta ufficiale il 7 maggio 2012 dei due Avvisi pubblici per servizi diretti e indiretti alle imprese. Si ricorda che questa attività rientra nell'ambito di una convenzione siglata con il Mise per favorire la promozione della proprietà industriale nell'ambito della quale, per la prima volta, l'Unioncamere assolve al ruolo di ente attuatore di una iniziativa per la concessione di agevolazioni dirette a favore delle imprese. A partire dalla data di pubblicazione dei bandi si è proceduto con le azioni di comunicazione interne al sistema camerale con il duplice obiettivo di dare evidenza alle risorse ad esso destinate e in seconda battuta per mettere a conoscenza le CCIAA del bando Marchi+ dedicato alle imprese riguardo alle agevolazioni per la registrazione di marchi comunitari ed internazionali. L'attività di comunicazione verso le imprese con il bando Marchi+ è stata particolarmente importante come testimoniato dagli oltre 1000 quesiti a cui si è dato risposta, dalle oltre 800 domande di richiesta di finanziamento pervenute da parte delle imprese e dai giornalieri contatti avuti per telefono o email. La forte visibilità dell'ente si è avuta non solo verso le MPPI imprese che potevano beneficiare dell'agevolazione, ma anche verso le imprese che, grazie al bando, hanno potuto beneficiare indirettamente dell'agevolazione in qualità di fornitori di servizi, come ad esempio le società di grafica. Inoltre grande visibilità l'Unioncamere l'ha avuta nei confronti del mondo associativo, dell'ordine degli avvocati e dei mandatari che hanno tutti avuto un ruolo attivo sia in fase di compilazione delle domande di richiesta di finanziamento che nella fornitura di servizi. Anche le ricadute nei confronti delle CCIAA sono state importanti sia grazie al bando Marchi+ che al bando dedicato agli enti per il potenziamento degli Uffici brevetti e marchi camerale, alla rete dei Patlib e Pip e alle UR. I risultati del finanziamento di circa 90 progetti del sistema camerale cominceranno a vedersi a partire dalla metà del 2013 e anche in questo caso il finanziamento ha comportato e comporta nuove opportunità per le imprese del territorio in grado di fornire servizi dedicati. Nel corso del 2012 infine attraverso Universitas Mercatorum, è stato realizzato un piano formativo modulare della durata complessiva di 100 ore di formazione dedicato alle risorse umane che operano nei centri PatLib e PIP e negli uffici Brevetti e Marchi delle CCIAA. L'attività formativa dedicata al sistema camerale ha avuto un'ottima riuscita come risulta dal monitoraggio effettuato ex post circa la valutazione dell'intero intervento e la misurazione del livello di soddisfazione degli utenti (customer satisfaction).

Le attività principali in favore delle CCIAA per la lotta alla contraffazione hanno riguardato l'attività di studio e predisposizione della documentazione di supporto dell'Audizione in materia di Anticontraffazione presso la commissione bicamerale d'inchiesta. In relazione al dossier predisposto, si è proceduto con la raccolta e sistematizzazione delle materie che toccano i temi dell'anticontraffazione a partire dalle attività in capo agli Uffici brevetti e marchi camerale fino alla tutela del Made in Italy, alla tracciabilità dei prodotti, agli interventi in materia di vigilanza e sicurezza prodotti per finire con i documenti per l'export. L'Unioncamere ha poi partecipato attivamente agli Stati generali del Consiglio Nazionale Anti Contraffazione alla presenza del Ministro dello sviluppo economico, durante la quale si è ribadito l'impegno del sistema camerale a contrasto di un fenomeno così dannoso per l'economia italiana e mondiale.

Sulla base dell'attività di analisi condotta nel corso degli ultimi anni, anche nel 2012 si è proceduto con la realizzazione dell'Osservatorio annuale Brevetti, Marchi e Design attraverso l'estrazione e l'elaborazione dei dati delle domande italiane di brevetto europeo pubblicate da

EPO nel 2011 (n. 3.882), dei dati delle domande italiane di design comunitario depositate presso UAMI nel 2011 (n. 10.033) e delle domande italiane di marchio comunitario depositate presso UAMI nel 2011 (n. 5.876). Le altre attività hanno riguardato principalmente la predisposizione del Rapporto 2012 dell'Osservatorio Brevetti Marchi e Design. Riguardo al rapporto tecnologico su chimica verde e fonti rinnovabili, si è proceduto con l'individuazione delle parole chiave e dei codici tecnologici IPC, funzionali all'estrazione delle domande di brevetto su chimica verde e fonti rinnovabili. Il volume dell'Osservatorio 2011 è stato quindi diffuso presso il sistema camerale e presentato agli eventi di maggiore rilevanza in tema di proprietà industriale che sono stati realizzati in collaborazione con le CCIAA. In termini di comunicazione l'attività più significativa è stata il lancio del comunicato stampa Unioncamere con i dati dell'ultimo osservatorio, che ha focalizzato l'attenzione sui dati storici di marchi d'impresa degli ultimi 12 anni dando una forte enfasi alle attività realizzate d'intesa con il Mise, relativamente al bando Marchi+.

**Sviluppo della rete
all'estero del sistema
camerale**

Per qualificare l'azione delle Camere miste a favore delle imprese, la Sezione si è impegnata a realizzare incontri di formazione dei quadri. Il VII Forum delle Camere miste ha rappresentato il momento ideale per verificare le migliori forme di collaborazione tra il sistema camerale misto e gli altri soggetti di promozione pubblici e, durante il quale è stato presentato un Focus sulle iniziative delle Camere miste in nuovi mercati, quali ad esempio l'Africa e l'Asia Centrale. È stata intensificata la collaborazione con il Mise, attraverso l'avvio di tavoli geografici con i responsabili di area del Ministero e le Camere miste di nuova acquisizione (Lituania, Ghana, Mongolia, Bielorussia, Ucraina). È inoltre attivo il portale Internet delle Camere miste (www.cameremiste.it), che è stato completamente rinnovato con l'obiettivo di promuovere i servizi offerti dalle Camere, favorendo l'accesso ai siti di ciascuna di esse attraverso una comune "porta di accesso" consentendo così di sviluppare una mentalità di rete tra le Camere, che le induca ad organizzarsi sempre più secondo parametri omogenei.

Nell'ambito del fondo intercamerale d'intervento "Ospitalità italiana - ristoranti italiani nel mondo" è proseguito il lavoro del desk di assistenza e informazione continua presso la CCIE rivolto ai consumatori locali interessati alla ristorazione italiana certificata e ai prodotti tipici, e l'incremento della rete dei ristoranti certificati. I settori oggetto di progettualità da parte delle CCIE e miste hanno riguardato iniziative di incoming in Italia a favore delle realtà imprenditoriali del settore agroalimentare e del turismo, un programma di formazione post universitaria, la promozione del Made in Italy nel comparto tessile/orafo, progetti camerali a favore della cosiddetta economia del mare, la promozione delle iniziative a favore dell'interscambio con Aree strategiche per le imprese italiane.

Per la realizzazione di queste attività sono state impiegate risorse pari a euro 7.101.469,60 a valere sul bilancio Unioncamere, di cui 248.340,64 euro per attività commerciale, 4.078.887,83 euro per la realizzazione di progetti co-finanziati dal Mise, 1.604.871,27 euro finanziati con proventi propri e 1.169.369,86 sul fondo intercamerale d'intervento.

Semplificare la burocrazia per lo sviluppo dell'economia e Promuovere la regolazione del mercato

In questo ambito hanno trovato ulteriore significato le attività per un'efficiente messa a regime e consolidamento dello sportello unico delle attività produttive e della Direttiva servizi. L'obiettivo strategico è stato dunque quello di proseguire con determinazione sulla strada della semplificazione, diminuendo il più possibile il peso della burocrazia sulle nostre imprese, proponendo il sistema camerale – in stretto raccordo con il mondo associativo – come protagonista dei processi di innovazione per rendere efficienti i rapporti con le imprese.

Inoltre, il posizionamento ottenuto con la Riforma è stato sostenuto e valorizzato a partire dalle funzioni di garanzia e trasparenza svolte dalle CCIAA, che sono state esaltate anche rafforzando la collaborazione con altri soggetti su funzioni di controllo della concorrenza e del mercato a livello locale. Per dare maggior fiducia al mercato, è stato ulteriormente potenziato l'impegno delle CCIAA nella promozione di un modello di giustizia civile rapido, efficace e poco costoso, diffondendo la cultura e gli strumenti della giustizia alternativa (costituzione di commissioni arbitrali e conciliative) e la predisposizione di contratti-tipo tra imprese, loro associazioni e associazioni di tutela degli interessi dei consumatori e degli utenti per promuovere forme di controllo sulla presenza di clausole inique inserite nei contratti.

Consolidare il SUAP e la Direttiva servizi e promuovere il Registro imprese come strumento di semplificazione

Nel corso del 2012, attraverso il consolidamento del ruolo del portale “impresainun giorno.gov.it” e la diffusione della piattaforma dedicata agli adempimenti digitali delle imprese, le CCIAA hanno potuto confermarsi cruciale e concreto soggetto semplificatore del proprio territorio. Tale protagonismo costruttivo: da un lato, ha dato spessore e luce all'Istituzione che ha raccolto intorno a se (per la stipula di accordi e convenzioni e/o per le attività di formazione) le principali istituzioni del territorio; e dall'altro, rendendo un servizio tangibile alle imprese, ha visto crescere il consenso delle stesse che si è manifestato con le positive pubbliche prese di posizione delle Associazioni di categoria. L'utilizzo del portale da parte dell'utenza ha segnato una crescita estremamente elevata passando dalle 385.922 visite del 2011 alle 616.459 del 2012, con un incremento del 63%, ed anche l'operatività della piattaforma SUAP Camerale ha raggiunto livelli molto elevati facendo registrare 41.485 pratiche digitali con una media di invii mensili 5 volte superiore a quella dell'anno precedente.

La migliore promozione degli strumenti (digitali) destinati alla semplificazione è stata il loro buon funzionamento ed il continuo miglioramento della qualità e della rispondenza ai bisogni delle imprese che si ottenuto grazie ad un attento ascolto dei bisogni attivato a livello centrale e locale. Inoltre, la struttura ha fornito appoggio e partecipazione attiva a decine di eventi che si sono svolti nei territori con le CCIAA, gli Enti locali ed il Dipartimento per le Politiche Europee. La revisione del DPR 581/1995 consentirà di adeguare all'imponente sviluppo tecnologico del registro delle imprese le norme organizzative e gestionali, consentendo di migliorare ulteriormente le prestazioni degli uffici, che potranno quindi rendere servizi sempre più efficaci alle imprese.

Per quanto attiene la materia del SUAP, della Direttiva Servizi e della semplificazione, si è consolidata la collaborazione con i principali soggetti istituzionali (MiSE e Dipartimento per le Politiche Europee) che tra l'altro hanno designato l'Unione alla rappresentanza del tavolo tecnico dell'Unione Europea dedicato ai SUAP/PSC (EUGO Group); lo stesso è avvenuto col CNEL che nel 2012 ha confermato la richiesta di collaborazione per la stesura del Rapporto Annuale al Parlamento relativo ai servizi della PA.

Diffondere la giustizia alternativa e i contratti tipo

L'attività 2012 ha visto l'Unioncamere impegnata nell'accompagnamento dell'attuazione delle norme sulla mediazione civile e commerciale, contribuendo all'accreditamento delle CCIAA nel Registro degli Organismi di Mediazione del Ministero della Giustizia (a fine 2012 le CCIAA iscritte erano 101). L'Unioncamere nel 2012 si è costituita dinanzi alla Corte Costituzionale per il giudizio

sulla mediazione obbligatoria, richiesto dal Tar Lazio per le questioni di illegittimità costituzionale sollevate in occasione dell'esame del ricorso dell'Organismo Unitario dell'Avvocatura sul decreto legislativo n. 28 del 2010 in materia di mediazione civile e commerciale. L'Unioncamere si è costituita per sostenere l'obbligatorietà della mediazione ed è stata rappresentata in giudizio: i giudici costituzionali hanno deciso di eliminare la previsione dell'obbligatorietà della mediazione per eccesso di delega.

Nel corso del 2012 sono stati organizzati due convegni sulla mediazione che hanno visto la partecipazione, complessivamente, di oltre 500 persone. In occasione della comunicazione integrata realizzata in occasione della IX edizione della Settimana Nazionale dei servizi di conciliazione delle CCIAA è stata realizzata una Campagna stampa con oltre 260 articoli pubblicati sui principali quotidiani giuridici ed economici nazionali (oltre 100 sulla stampa locale riferiti ad iniziative delle CCIAA). Sono state organizzate circa 150 iniziative sulla mediazione nel corso della settimana, una campagna radiofonica con 35 passaggi e 1.876.000 radioascoltatori e una Campagna televisiva su Rai news 24 con 96 passaggi e oltre 68.500 spettatori e una campagna in 100 cinema con 286 sale cinematografiche su tutto il territorio nazionale. È stata poi prevista l'attivazione di un Numero Verde dedicato all'utenza. Tutto ciò ha portato a gestire, nel corso dell'anno 18.906 mediazioni, che supera di circa il 10% il numero complessivo di quelle gestite nel 2011. Le mediazioni hanno riguardato prevalentemente i settori dell'Rc-auto, dei contratti bancari, della locazione e dei contratti assicurativi. Il valore medio è stato di 84.000 euro e la durata media di 47 giorni.

Con riferimento all'attività di predisposizione e promozione dei contratti-tipo sono stati realizzati nuovi approfondimenti scientifici sulle tematiche di diritto dei contratti e della concorrenza connesse ai lavori di predisposizione dei contratti promossi dalle 88 CCIAA attive sul territorio nazionale (350 contatti e 60 quesiti – telefonici e tramite e-mail). In tale contesto è stata svolta l'Audizione di Unioncamere presso il Parlamento Europeo. È stata realizzata in materia di contratti-tipo e e-commerce un'audizione presso la Cabina di Regia per l'Agenda Digitale e a tale scopo sono state presentate qualificate e dettagliate proposte. Si sono altresì svolti tavoli istituzionali e tecnici con le associazioni di categoria in materia di artigianato, locazione, condominio e soprattutto (nella seconda parte dell'anno) contratti-agricoli per complessivi 11 contratti-tipo condivisi a livello nazionale. È proseguita l'azione di manutenzione e aggiornamento del portale contratti-tipo che ha registrato nel 2012 oltre 800.000 contratti-tipo scaricati o visualizzati dagli utenti, con un aumento dei visitatori del 156% rispetto al 2011.

Riguardo ai Progetti Mise-Unioncamere in materia di contratti-tipo è stato predisposto e realizzato un articolato piano di comunicazione istituzionale. Particolare cura Unioncamere ha riservato ai contatti e al coordinamento con gli uffici del Ministero per la condivisione delle iniziative di promozione da sviluppare. La scelta di diversi strumenti di comunicazione ad hoc per i consumatori ha comportato una attenta attività redazionale mirata a realizzare: spot radiofonici, video (web), banner (17 su siti di informazione specializzata e generalista), una bacheca dedicata, articoli sulla stampa oltre alla gestione del portale web specializzato www.contratti-tipo.camcom.it. I risultati conseguiti hanno riguardato una diffusa conoscenza tra gli utenti di tutte le informazioni utili per non incorrere in controversie attraverso l'utilizzo di modelli di contratti-tipo diretti ai consumatori in materia di: commercio, condominio, vendita e locazione di immobili, servizi e turismo, realizzati a partire dal 2009 e dei diritti dei consumatori in materia di rapporti di consumo. I dati più significativi (nei soli periodi della Campagna istituzionale: "25 Giugno-8 Luglio" e "19-25 Novembre"): 39.561.194 impressions sui principali siti internet di informazione generalista.

Il Progetto Giovani consumatori Web (in collaborazione con il Mise) ha visto la sua piena attuazione nel 2012, con importanti ricadute nel tessuto scolastico e, più in generale, per i consumatori. La diffusione di 30.000 copie cartacee verso 30 istituti scolastici è stata la più importante azione di comunicazione attuata quest'anno. L'azione è stata ulteriormente rafforzata attraverso l'invio alle CCIAA del formato elettronico per una veicolazione capillare sul territorio. Un'altra attività particolarmente importante è stata la formazione di circa 200 insegnanti sui temi del consumo, che ha generato una maggiore consapevolezza dei diritti sia per

i docenti che per i loro alunni (circa 1.600). Un ulteriore ed efficace mezzo di comunicazione messo in campo è la pagina di Facebook dedicata al progetto, che ha “fidelizzato” circa 3.300 utenti costantemente informati attraverso un aggiornamento settimanale della pagina. L’attività più rilevante realizzata nell’ambito del progetto ECC NET è la verifica della rendicontazione delle azioni svolte dal Centro europeo dei consumatori per l’anno 2011 per azioni dirette a tutelare i consumatori e le imprese.

Valorizzare le funzioni metriche e le attività di vigilanza sul mercato

Il Progetto vigilanza, avviato nel 2009, si è concluso al 31 dicembre 2012. Quest’ultima annualità è stata caratterizzata da un aumento significativo dei controlli da parte delle CCIAA e quindi un maggiore impegno dei enti camerali sul tema del rafforzamento della vigilanza del mercato a tutela dei consumatori. Tutto ciò ha garantito un mercato più sicuro e trasparente a beneficio delle imprese che operano della normativa sulla sicurezza prodotti. Anche il settore delle manifestazioni a premio è stato interessato da una importante miglioramento del sistema informativo PREMAONLINE che consente alle CCIAA di seguire l’iter di autorizzazione delle manifestazioni a premio sin dalla richiesta telematica dell’impresa al Mise. Questa semplificazione ha reso più efficiente l’intervento della camera e ha facilitato il dialogo con l’impresa. In considerazione dei risultati positivi ottenuti a conclusione dell’Iniziativa in materia di controllo, vigilanza del mercato e tutela dei consumatori del 2009 (Mise), ad ottobre 2012 è stato siglato un nuovo protocollo di intesa con il Mise per rafforzare ulteriormente le azioni di vigilanza del mercato. Tra ricadute positive, che saranno pienamente attuate nelle successive annualità di progetto, si evidenzia sin da ora l’ampliamento dei settori di intervento a tutela del mercato (es. etichettatura energetica), un ulteriore aumento del numero di controlli sul territorio e una forte azione formativa diretta non sono alle CCIAA ma anche ad altre autorità di controllo (es. guardia di finanza e agenzia delle dogane).

Nel 2012 Unioncamere ha garantito a CCIAA ed imprese il sostegno tecnico giuridico sui temi della metrologia legale e sicurezza dei prodotti attraverso i seguenti strumenti: risposte a quesiti, alimentazione dei siti istituzionali, comunicazione periodiche sulle novità normative, partecipazione ad incontri con le associazioni di categoria e forte raccordo con il MiSE anche nell’ambito dei tavoli di lavoro. Riguardo alla competenza sul riconoscimento dei laboratori che intendono svolgere verificazione periodica, Unioncamere ha assistito in tutte le fasi del procedimento amministrativo le 12 imprese che hanno presentato la SCIA, oltre a coordinare le attività istruttorie compiute dalla agenzie in favore dei laboratori. Nell’ambito dei sopralluoghi, Unioncamere ha garantito anche l’omogeneità dei comportamenti delle CCIAA coinvolte nel procedimento di valutazione.

Promuovere gli strumenti camerali di regolazione

L’innovativa configurazione delle borse merci, voluta dal decreto del 2006, vede una complessa struttura dove a fianco della borsa merci telematica italiana, luogo virtuale delle contrattazioni, ci sono le CCIAA per la promozione delle attività sul territorio e la Deputazione nazionale, organo di indirizzo e vigilanza del sistema. Ai sensi della norma, Unioncamere fornisce il supporto alle riunioni della Deputazione Nazionale di Borsa, organo di controllo della Borsa Merci Telematica. Le attività di indirizzo e vigilanza sono realizzate attraverso la predisposizione di standard contrattuali, per promuovere la trasparenza e dare maggiore certezza agli operatori, regolamenti generali e di prodotto al fine di favorire la contrattazione nel mercato telematico. A tale proposito, nel 2012 sono stati adottati 18 regolamenti (sono 73 in totale dal 2007 ad oggi) e risultano accreditati oltre 1200 operatori. Sono stati promossi anche dei servizi accessori, quali ad esempio quelli assicurativi e del credito, per rendere più completa l’offerta di borsa merci agli operatori e per supportare meglio le imprese. Infine, sul finire del 2012 si sono avviate le attività per la stesura della prima relazione annuale da presentare al convegno in programma il 20 marzo 2013 in occasione della ricorrenza del centenario del riconoscimento legislativo delle borse merci.

Con l’obiettivo di ampliare la gamma dei servizi offerti dalla Rete nel corso del 2012 si è proceduto alla realizzazione di azioni per favorire l’integrazione tra la rete dei laboratori camerale ed altre aziende speciali del sistema camerale, con particolare riferimento alle Stazioni

Sperimentalì per l'Industria. Nel corso di questi anni la Retelab ha avviato una positiva esperienza di applicazione dei Ring Test su alcune matrici scelte in base alla vocazione territoriale dei laboratori come olio, metalli preziosi, zafferano e prodotti tessili; con riferimento al settore tessile, inoltre, i servizi offerti dai Laboratori possono essere strategici e di supporto alle attività di controllo ed ispezione in materia di etichettatura e corretta composizione dei capi che le CCIAA già esplicano in base a quanto disposto dal D.Lgs. 112 del 31/03/1998. L'obiettivo è stato quello di favorire la diffusione delle prove interlaboratorio, in modo da aumentare le garanzie di qualità e attendibilità offerti dai Laboratori al cliente. A tal riguardo, è stato istituito un circuito interlaboratorio di Risonanza Magnetica Nucleare – NMR, favorendone l'integrazione con quelli già attivati da Retelab, per garantire la qualità e l'affidabilità dei metodi analitici. Tale attività, che potrà favorire eventuali collaborazioni con le Università, è stata oggetto di presentazioni pubbliche.

Nel 2012 si è garantita assistenza alle CCIAA ed alle imprese in materia di utilizzo del tachigrafo digitale, con risposte a quesiti inerenti al rilascio delle carte tachigrafiche e all'utilizzo dello strumento (150 quesiti risolti). Si è intensificata l'interazione con i partner degli altri Paesi aderenti al sistema Tachigrafo che mira ad un'azione sinergica di controllo sulle emissioni delle carte in tutto il territorio europeo. È stata realizzata una componente applicativa web a supporto delle Forze dell'ordine con l'obiettivo primario di rendere autonome le Autorità di controllo nell'accesso alle informazioni detenute dal sistema camerale e con il fine ultimo di agevolare la capacità di controllo e di conseguenza favorire il rispetto della normativa sui tempi di guida. Si è proceduto, inoltre, ad un lavoro di revisione della modulistica per la domanda delle carte tachigrafiche, da condividere con il Mise, anche in prospettiva della futura telematizzazione.

Per la realizzazione di queste attività sono state impiegate risorse pari a euro 2.079.543,28 a valere sul bilancio Unioncamere, di cui 15.547,70 euro per attività commerciale, 1.269.075,35 euro per la realizzazione di progetti co-finanziati dal Mise, e 794.920,23 euro finanziati con proventi propri.

Favorire la nascita delle imprese e investire sul capitale umano

Pur se segnati da particolari difficoltà sullo scenario economico, in questi ultimi anni, la voglia di fare impresa ha rappresentato il segnale più evidente della vitalità del nostro sistema produttivo, capace di generare di continuo nuove forze economiche. Anche tra quei giovani che hanno provato a sfruttare qualche spazio di mercato, facendo leva sulle loro competenze e sulle loro passioni. L'attuazione di questo obiettivo strategico, sviluppato in collaborazione con le associazioni di categoria, ha permesso quindi in primo luogo di sostenere i fenomeni di enterprise creation, a partire da quelli che vedono protagonisti i giovani e le donne: non solo quelli legati all'autoimpiego (ovvero, alla difficoltà di trovare un lavoro alle dipendenze o dall'averlo perso) ma anche quelli che possono nascere dalla valorizzazione delle conoscenze produttive e delle capacità commerciali da parte dei neo-imprenditori.

Favorire la nascita di nuove imprese

È stata attivata la nuova azione di sistema "FILO" (Formazione Imprenditorialità Lavoro Orientamento), al fine di sviluppare una rete di sportelli sui temi del mercato del lavoro, della transizione formazione-impresa e della nascita di nuove attività economiche. Un focus specifico è stato indirizzato ad agevolare e assistere chi intenda "mettersi in proprio", implementando un sistema a livello nazionale di "Servizi o Punti Nuova Impresa". Tra gli strumenti realizzati, la piattaforma integrata di servizi via web accessibile tramite il nuovo portale www.filou.unioncamere.it. La prima versione completa è stata messa in linea con l'attivazione della relativa redazione per le funzioni di assistenza e centro di contatto. È così ora a disposizione delle varie tipologie di utenti e operatori, in modo organico, aggregato, aggiornato e tramite un unico punto d'accesso, una vetrina pubblica di tutta l'offerta di servizi, sportelli, info-point, strumenti, corsi, bandi, progetti e iniziative promossi e gestiti da Unioncamere, CCIAA, Aziende Speciali e altre strutture di sistema, in riferimento alle quattro sezioni tematiche considerate. Particolarmente rilevanti i contenuti, strumenti e servizi su creazione, start-up e continuità d'impresa, che fanno di FILO l'infrastruttura di base per la rete dei Punti Nuova Impresa. Il portale, a soli tre mesi dalla messa on line, era già stato visitato da 2.700 utenti unici che avevano visualizzato oltre 40 mila pagine. Si è definito il modello generale dell'offerta di servizi FILO, riservando uno spazio specifico alla costruzione di un percorso modulare di assistenza tecnica per nuovi e aspiranti imprenditori, che ha incorporato anche, come sua variante applicativa, lo specifico modello di assistenza tecnica per il finanziamento della creazione di nuove imprese precedentemente progettato e già adottato nel mese di luglio come prototipo di "Servizi integrati per l'imprenditorialità e il micro-credito", a sostegno dei processi di autoimpiego, riconversione e transizione al lavoro autonomo e imprenditoriale di dipendenti d'aziende in crisi, espulsi o a rischio d'esclusione dal mercato del lavoro, nell'ambito delle progettualità presentate ed approvate a valere sull'Accordo di programma Mise-Unioncamere.

Nel quadro complessivo delle attività curate dall'Unità di progetto FILO, sono stati dedicati spazi di approfondimento in tema di servizi camerali per l'avvio e il decollo di nuove iniziative imprenditoriali e attività produttive a più alto contenuto tecnologico e innovativo. In virtù di ciò, sono stati realizzati strumenti mirati ad assistere lo sviluppo di una rete di supporto per lo start-up di imprese innovative e per favorire una capillare diffusione della "cultura dell'innovazione". Tra questi un manuale rivolto agli aspiranti imprenditori per la redazione del business plan, una guida e un modello di accordo alla copertura dei fabbisogni finanziari, specificamente tarati sulle peculiarità dell'impresa innovativa.

Sempre nell'ambito dell'Unità di progetto FILO, è stata condotta un'estesa attività di ricognizione sulle migliori pratiche all'interno del sistema camerale in tema di nuova imprenditorialità, che ha consentito anche di individuare, monitorare e classificare le esperienze e i modelli specialistici realizzati da alcune Aziende speciali camerale nel campo del trasferimento e della continuità competitiva d'impresa.

L'Accordo di Programma con il Mise ha conferito centralità ad azioni per lo sviluppo del microcredito. Le CCIAA si sono poste anzitutto l'obiettivo di agevolare lo sviluppo del mercato del microcredito in Italia, attraverso la creazione di fondi di garanzia specificatamente dedicati e