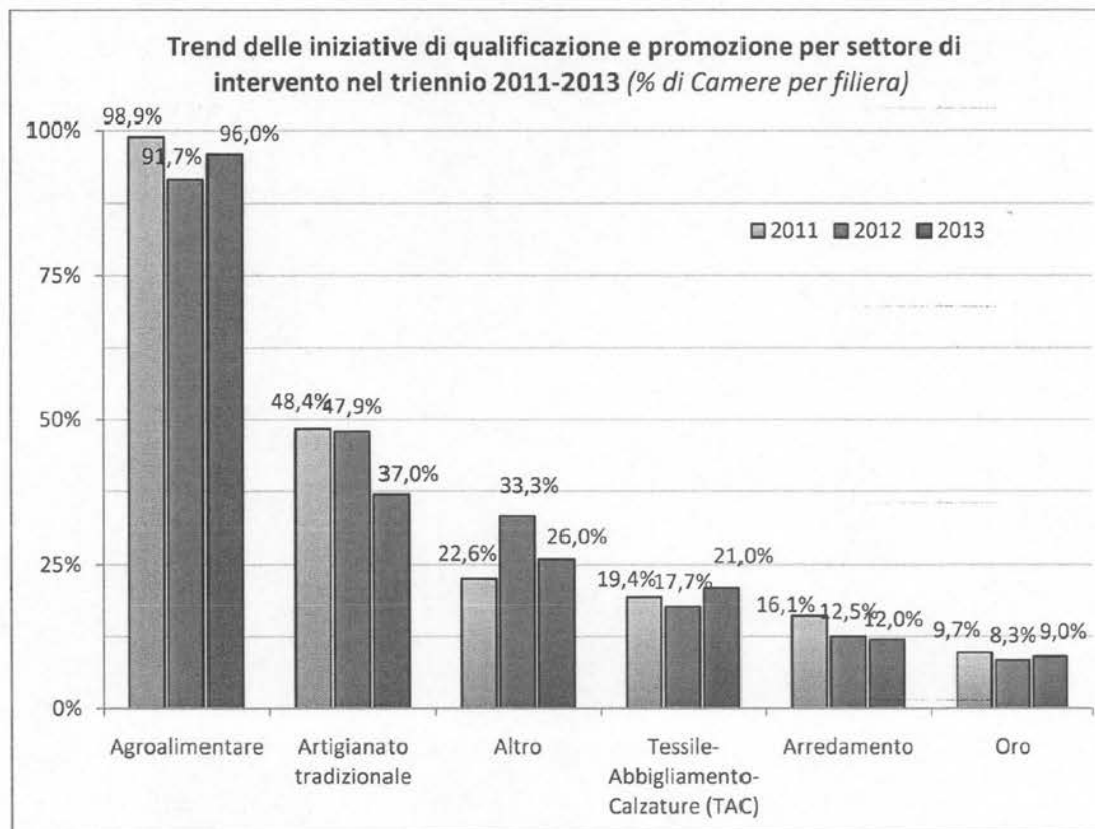


interessi) e di servizi di informazione, orientamento, formazione, assistenza e tutoraggio, a sostegno di autoimprenditorialità e creazione di nuove imprese.

In forte aumento (quasi il 13% del totale attività) anche le azioni di formazione e di consulenza in materia di accesso al credito: queste assumono un grande rilievo in quanto sono finalizzate ad aiutare le imprese di minori dimensioni a confrontarsi con il sistema bancario con una consapevolezza ed un livello di conoscenza che consente loro una migliore gestione negoziale delle condizioni del finanziamento.

### Le politiche per le filiere e i territori: tutela del Made in Italy



Nello scenario di crisi economica che ha caratterizzato questi ultimi anni, la strategia adottata dal Sistema camerale per accompagnare le imprese nel necessario percorso di riposizionamento, ha puntato molto sulla qualificazione delle filiere del Made in Italy.

La diffusione degli schemi di qualificazione definiti a livello centrale rappresenta una priorità di sistema che vede impegnate le Camere di commercio sia nella promozione degli schemi sia affiancando le imprese nelle fasi di applicazione degli strumenti disponibili.

I dati 2013 evidenziano che 100 Camere di commercio hanno svolto iniziative promozionali in favore delle filiere (anche avvalendosi delle proprie aziende speciali e di altre strutture del Sistema): un numero maggiore rispetto alle 95 dell'anno precedente. Si registra inoltre una leggera contrazione dell'attività promozionale in termini di numero di iniziative attivate: 663 attività promozionali svolte nel 2013 rispetto alle 671 del 2012. Aumenta invece rispetto all'anno precedente il numero dei partecipanti a tali attività che passa dagli 11.554 partecipanti coinvolti nel 2012 ai 12.051 del 2013.

La filiera agroalimentare è quella che maggiormente vede impegnate le Camere di commercio con attività di qualificazione. In particolare, per quanto concerne il comparto vitivinicolo il Sistema camerale vanta ormai un'esperienza cinquantennale su tali temi, con ben 35 Camere che ricoprono anche il ruolo di organismo di certificazione. L'attività di certificazione è

svolta dalle Camere anche attraverso i 26 Laboratori chimico merceologici (Retelab) censiti nel 2013. Essi offrono, ad imprese e consumatori, un ampio spettro di analisi e prove per i settori agroalimentare, ambientale, oreficeria ed altri comparti del manifatturiero. Punto di forza dei laboratori camerali è proprio la loro organizzazione a rete, che attraverso il collegamento tra i diversi laboratori, permette di potenziare i servizi offerti a beneficio delle imprese e dei clienti.

### **I servizi per la promozione del turismo**

Durante il 2013 il Sistema camerale ha rafforzato l'impegno in favore dello sviluppo locale, tramite azioni di valorizzazione delle componenti ambientali, organizzative e culturali del territorio, per aumentarne l'attrattività anche a fini turistici e trainare consumi e investimenti. I dati 2013 mostrano come l'impegno camerale si sia concentrato in particolare su iniziative volte a rafforzare la competitività dell'offerta del "prodotto Italia" tramite interventi di valorizzazione dei territori (oltre 1.110 iniziative) e delle economie locali incentrati sulla qualificazione dell'offerta turistica e dei suoi principali comparti produttivi.

Tra le iniziative di maggior rilievo emerge il marchio "Ospitalità italiana", un sistema di qualificazione dell'offerta ricettiva e ristorativa che permette alle aziende coinvolte di proporsi in modo più efficace verso i mercati turistici nazionali e internazionali.

Sul fronte formativo l'impegno del Sistema è stato particolarmente significativo: oltre 310 i corsi di formazione erogati ai quali hanno partecipato circa 3.300 soggetti, soprattutto su tematiche inerenti il rafforzamento delle competenze aziendali nella gestione delle imprese turistiche.

Costante anche l'attività di monitoraggio economico che le Camere realizzano tramite l'operatività della rete degli Osservatori provinciali sul turismo (sono 40 nel 2013) e le varie attività finalizzate al monitoraggio dei sistemi economici locali e dell'economia culturale.

### **Gli interventi per lo sviluppo locale: il sostegno ai settori del commercio e dei servizi**

La rivitalizzazione e riqualificazione economica dei territori, avviata attraverso le leve del commercio, assume indubbiamente un ruolo cardine, in un momento di grande difficoltà economica. Diventa fondamentale l'impegno sinergico dei soggetti pubblici e privati ad intervenire con progetti e strategie più ampie per lo sviluppo territoriale, sostenendo le realtà produttive - commerciali e artigianali - e attuando sistemi di "gestione" del territorio attraverso il marketing urbano, i distretti del commercio e le reti d'impresa.

I dati 2013 sottolineano l'impegno del Sistema camerale nel sostegno alle politiche di valorizzazione dei territori: oltre il 96% delle Camere ha effettuato nel 2013 attività di sviluppo locale e promozione del territorio, con attività di programmazione e governance, coinvolgendo circa 48.144 imprese. Nelle attività di governance del territorio il triennio 2011-2013 ha fatto registrare una buona percentuale di Camere che si è attivata sul tema delle "Reti d'impresa" attestandosi su una media del 63% nel triennio. I dati evidenziano come il 2012 sia stato l'anno di incremento maggiore del sistema delle Reti (65,1%) che, nel 2013, ha subito una leggera e fisiologica flessione

(62,7%) a testimonianza di come la rigenerazione urbana possa partire anche dalle Reti attraverso la valorizzazione dei servizi commerciali e del terziario.

Di rilievo anche la percentuale delle Camere di commercio che ha svolto iniziative integrate nel settore del commercio, del turismo, dello sviluppo delle attività produttive e dei servizi. La significatività del dato risiede nell'incremento costante registrato nel triennio (56,2% nel 2011, 60,2% nel 2012, 62,7% nel 2013). Emerge la priorità di ripensare politiche di sviluppo integrato del turismo, del commercio e dei servizi che facciano da volano non solo alle città, ma all'intera filiera economica.

Le attività di marketing territoriale avviate dalle Camere per rilanciare il ruolo rappresentativo delle città, indirizzate ad una maggiore attenzione alla qualità dei servizi offerti, in un'ottica sia di attrazione degli investimenti che di promozione integrata delle eccellenze, hanno evidenziato, nel triennio 2011-2013, un supporto contenuto delle Camere all'assistenza diretta all'insediamento imprenditoriale (media del triennio del 13 %). I dati evidenziano una flessione negativa nel 2012 (-5,3%), alla quale è corrisposta una ripresa nel 2013 (+6,3%) superiore alla percentuale registrata nel 2011; di esito opposto il contributo all'individuazione di aree di insediamento, con un picco del 22,2% nel 2012 che è sceso al 10,9% nel 2013, pur rimanendo nel triennio modesto in termini percentuali (15,9%).

## Il supporto all'innovazione e alla ricerca, la proprietà industriale

### I numeri 2013 di "Innovazione, trasferimento tecnologico e proprietà industriale"

<b>95</b>	Camere di commercio hanno svolto, nel corso del 2013, azioni di supporto all'innovazione, il trasferimento tecnologico e la proprietà industriale
	di cui
	14 attraverso un processo di associazione di funzioni con altra Camera o Unione regionale
	44 avvalendosi del supporto di una propria Azienda speciale o altre strutture camerali
<b>96.533</b>	utenti dei 99 Uffici Marchi e Brevetti presso le Camere
<b>14</b>	Centri di documentazione brevettuale (PatLib) sul territorio
<b>6.376</b>	utenti dei Centri di documentazione brevettuale (PatLib) attivi presso le Camere di commercio
<b>27</b>	Punti di informazione brevettuale (PIP) sul territorio
<b>6.242</b>	utenti dei Punti di informazione brevettuale (PIP) attivi presso le Camere di commercio
<b>515</b>	iniziative realizzate in tema di tutela della proprietà industriale (137.425 soggetti coinvolti)
<b>451</b>	iniziative realizzate in tema di promozione dell'innovazione e del trasferimento tecnologico alle imprese (32.740 soggetti coinvolti)

Nel 2013 95 Camere di commercio hanno svolto azioni di supporto significative per l'innovazione, il trasferimento tecnologico alle piccole e medie imprese (PMI) e la tutela della proprietà industriale.

I loro Uffici marchi e brevetti, in particolare, hanno servito 96,5 mila utenti (persone fisiche, imprese, aziende estere, professionisti, istituzioni non profit e amministrazioni pubbliche). I centri specializzati di informazione brevettuale del sistema, i 14 PatLib e i 27 PIP dentro la Camera o presso un suo organismo, hanno registrato invece – rispettivamente – 6,4 mila e 6,2 mila operatori, facendo fronte a richieste di assistenza più sofisticate.

Le numerose e diverse iniziative promozionali sulla tutela della proprietà industriale, realizzate anche attraverso le Aziende speciali, hanno coinvolto più di 147 mila soggetti interessati; quelle per diffondere l'innovazione nelle PMI e per favorire il trasferimento delle tecnologie – anch'esse piuttosto numerose – hanno invece favorito quasi 33 mila beneficiari.

### La responsabilità sociale, la green economy, l'energia

Il Sistema camerale è fortemente impegnato sui temi della sostenibilità e responsabilità sociale d'impresa in risposta alla crescente attenzione che le aziende hanno rivolto ad essi.

Da un lato lo sforzo per trasferire e valorizzare un modello italiano di green economy grazie allo sforzo di tante imprese che, facendo leva sulla qualità e sull'innovazione, sono le protagoniste di una riconversione in chiave eco-sostenibile del sistema produttivo italiano.

Dall'altro l'impegno del sistema camerale è stato quello di accompagnare e proporre alle imprese percorsi di efficientamento energetico finalizzati alla riduzione dei costi delle bollette.

Perseguire gli obiettivi europei di riduzione di CO<sub>2</sub>, presentare un piano di intervento per l'energia sostenibile, armonizzare gli acquisti energetici, supportare le imprese in un percorso di efficienza, cooperare con le altre reti istituzionali europee, nazionali e locali ugualmente impegnate sui temi della sostenibilità, questo in sintesi il percorso avviato dagli enti camerali per il medio-lungo periodo.

E in questa direzione sono stati rivolti anche gli interventi di formazione al personale camerale, in particolare per assistere le imprese sull'analisi dei consumi e delle modalità di approvvigionamento al fine di trovare forme contrattuali più convenienti e pianificare interventi strutturali per la ristrutturazione dei propri apparati.

Tenendo conto che la sfida energetica risiede anche nel cambiare modo di consumare e di produrre energia, le Camere di Commercio hanno intensificato le iniziative a supporto dei bisogni conoscitivi degli imprenditori non ancora abbastanza informati su queste tematiche fino a fornire incentivazioni finanziarie per la riconversione degli impianti.

La formula dei seminari e dei workshop è stata quella più ricorrente e richiesta alle Camere di commercio da parte delle imprese per raccogliere informazioni e avere un aggiornamento sui temi di maggior rilievo. I titolari d'impresa sono fortemente interessati dalle recenti disposizioni normative ma scoraggiati dall'appesantimento degli iter burocratici e dalla mancanza di sufficienti competenze per orientarsi verso le soluzioni più adeguate.

Tra le attività realizzate è proseguita quella formativa vera e propria soprattutto veicolata a imprese appartenenti agli stessi settori di attività economica per le quali le problematiche e la conseguente ricerca di soluzioni sono analoghe.

Sul tema della responsabilità sociale, nel 2013 sono state 50 le Camere di commercio che hanno svolto attività su tale tema, e di queste 36 attraverso l'attivazione di "sportelli" dedicati a supportare le imprese a tradurre i principi della CSR in elementi di competitività e prospettive di durata e di successo, a definire modelli di sviluppo sostenibile che facilitino il dialogo tra gli attori della filiera per la creazione di valori condivisi, con una particolare attenzione verso le nuove generazioni di imprenditori.

Tra le principali mission del Sistema in quest'ambito c'è quella di far emergere e valorizzare il valore "sociale" dell'impresa e la sua capacità di contribuire all'utilità e al benessere collettivo del territorio, rendendo al contempo consapevoli le imprese che le politiche CSR possono tradursi in competitività, laddove le pratiche virtuose e i comportamenti di eccellenza emergono e vengono valorizzati.

Secondo un'indagine condotta da Unioncamere nel corso della campagna di Customer satisfaction camerale poco più del 12% delle imprese ha dichiarato di conoscere il tema CSR, mentre circa il 30% non lo reputa un fattore di competitività.

Le Camere sono impegnate in alcuni casi, anche grazie a protocolli d'intesa sottoscritti da diverse Unioni regionali con le proprie Regioni (come in Lombardia, Piemonte e Veneto), in progetti specifici di CSR.

La raccolta delle buone prassi rimane una significativa attività delle Camere di commercio poiché risulta un ottimo modo per dare pubblica evidenza alle azioni realizzate da altre imprese.

Le Camere inoltre stanno utilizzando la formula del laboratorio d'impresa, uno strumento per aiutare i diversi attori a livello locale a promuovere la CSR e per facilitare le imprese a dialogare, condividere strategie ed azioni, "fare rete" attraverso percorsi articolati che prevedano l'analisi dei bisogni di sviluppo sostenibile, la realizzazione di gruppi di lavoro, la valutazione di processo e di risultato. Oppure percorsi formativi per i giovani attraverso moduli didattici on-line, stage di inserimento in azienda e partecipazioni ad eventi culturali.

Le Camere inoltre si sono fatte parte attiva nella creazione di nuovi strumenti di valutazione per permettere alle imprese di valutare il proprio grado di Responsabilità Sociale ed ottenere incentivi regionali.

#### **Le attività in favore dell'ambiente**

Negli anni la legislazione ha chiamato il Sistema camerale ad occuparsi delle tematiche ambientali rispondendo a specifici compiti demandati dal legislatore europeo e svolgendo un'importante ruolo nella raccolta di dati relativi all'impatto ambientale delle attività economiche delle imprese e nel loro trasferimento alla Pubblica Amministrazione centrale e locale al fine di rispondere agli obblighi di rendicontazione e comunicazione previsti dalla Commissione europea.

Attraverso l'attivazione di sportelli dedicati, le Camere sono diventate un punto di riferimento per una serie crescente di adempimenti ambientali, operando con logiche di semplificazione, grazie alla valorizzazione del network delle infrastrutture umane e tecnologiche. Esse hanno realizzato servizi innovativi e qualificati nella raccolta e nell'elaborazione delle informazioni ambientali e si sono contraddistinte per numerose azioni di assistenza tecnica e di informazione/sensibilizzazione alle imprese tramite seminari, eventi sul territorio e percorsi formativi.

In materia di adempimenti ambientali legati ai rifiuti e alla presentazione del MUD (Modello unico di dichiarazione ambientale) nel 2013 sono state realizzate circa 60 giornate di formazione alle imprese, ed è stato realizzato e distribuito telematicamente il software per la compilazione telematica del Mud (secondo le specifiche introdotte dal DPCM 20/12/2012).

L'attività ha prodotto la presentazione di circa 290 mila dichiarazioni per via telematica e circa 90 mila per via cartacea. Tutte le informazioni, come negli anni precedenti, sono state poi normalizzate ed inserite nella banca dati statistica Muda, che costituisce una raccolta di dati ambientali ad alto valore aggiunto, disponibile online e consultata per analisi economiche ed ambientali sul territorio da circa 1.000 utenti camerali.

Parallelamente le Camere di Commercio hanno espletato le proprie competenze ambientali sulla base di quanto previsto dalla normativa attraverso la gestione di registri e albi. Sono state raccolte circa 175 mila iscrizioni al Registro Fgas (imprese e persone autorizzate a manipolare

apparecchiature contenenti gas fluorurati ad effetto serra), circa 450 iscrizioni di nuove imprese al Registro delle Apparecchiature elettriche ed Elettroniche e circa 400 nuove iscrizioni al Registro Pile.

### **Il supporto all'internazionalizzazione**

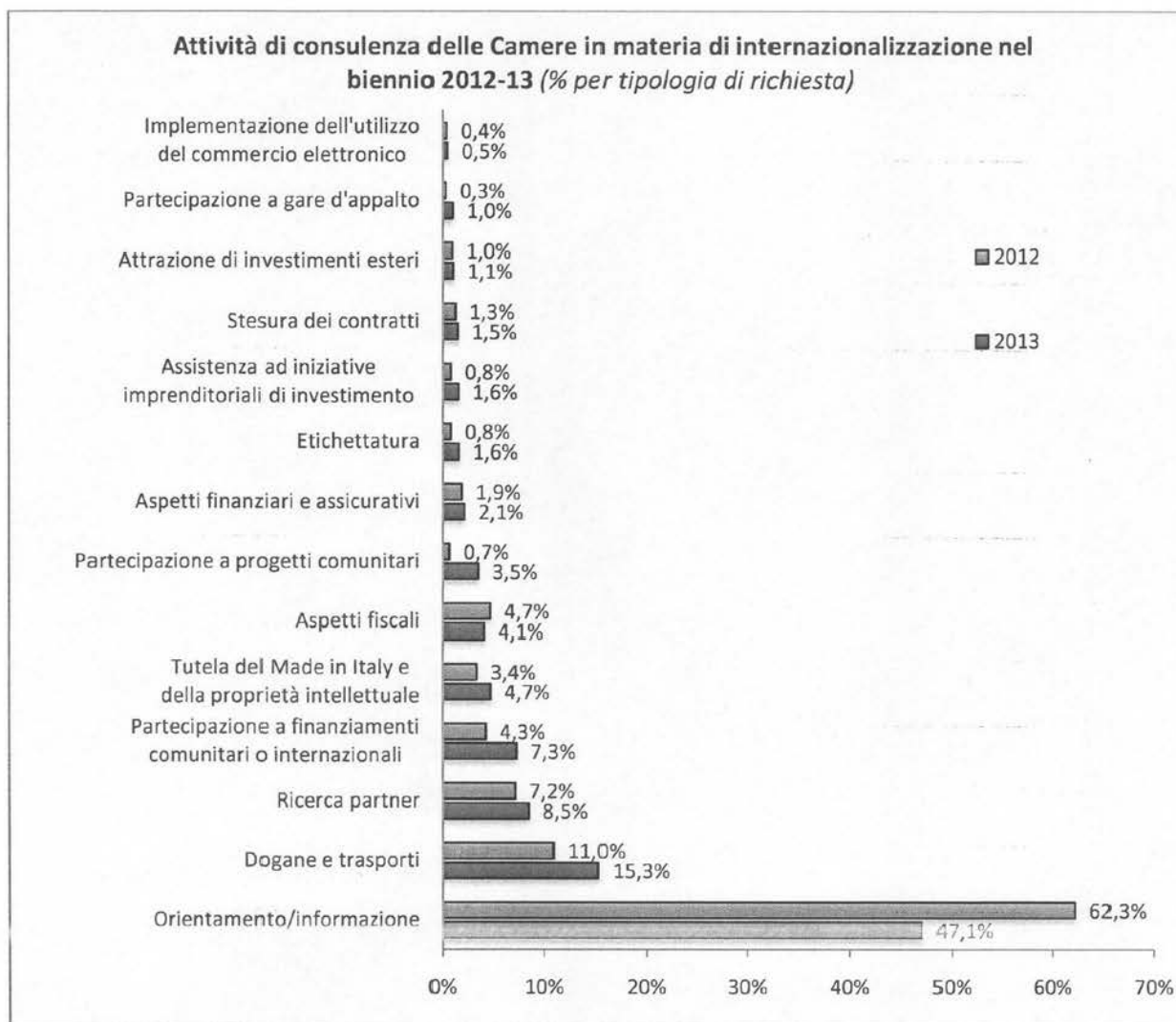
Il sistema camerale ha rafforzato la rete degli sportelli per l'internazionalizzazione sul territorio ed ha operato per la creazione del portale Worldpass, attivo dal 1° marzo 2013, destinato ad offrire servizi di assistenza e di primo orientamento alle imprese sui mercati internazionali.

Proprio dai dati dell'Osservatorio emergono i primi riscontri di questo lavoro: cresce in particolare il numero delle attività di formazione e di informazione alle imprese sulle quali il sistema sta consolidando una propria specializzazione funzionale a livello territoriale.

Questo dato viene ben rappresentato dalla tabella sottostante che mostra una decisa crescita proprio delle attività formative, informative e di consulenza alle imprese; da segnalare anche il trend positivo rappresentato dalle attività di partecipazioni a finanziamenti europei, di supporto alla ricerca di partner, di assistenza in materia fiscale e doganale.

La lettura dei dati conferma inoltre la peculiarità del sistema camerale quale struttura dedicata e sensibile ai fabbisogni delle piccole e medie imprese, rappresentata per esempio dalla crescita delle iniziative in materia agro-alimentare e del comparto abitare, ma anche all'interesse crescente manifestato per l'innovazione e le biotecnologie.

Anche sul piano delle aree geo-economiche di intervento il sistema camerale dimostra un particolare interesse alle aree di "contiguità" di più facile accesso per le nostre PMI: Unione Europea, Europa extra Unione Europea, Medio Oriente e Nord Africa; confermando il proprio carattere di complementarità rispetto ai soggetti pubblici preposti alle attività di internazionalizzazione.



### **Il supporto al commercio internazionale**

La performance positiva delle nostre esportazioni conferma che l'interesse e la fiducia nella qualità e nelle caratteristiche dei prodotti "Made in Italy" non sono mancati nonostante il passaggio delicato che tutte le economie stanno attraversando negli ultimi anni.

L'unicità e la caratterizzazione del prodotto italiano restano quindi un punto di forza che ha sempre più una valenza strategica per le nostre relazioni commerciali.

Il sistema camerale detiene competenze storiche di supporto all'export attraverso funzioni certificative, attribuite da leggi o Convenzioni internazionali, che consentono di rispondere al principale fabbisogno documentale per le transazioni commerciali all'estero delle nostre imprese. Oggi queste funzioni rappresentano uno dei servizi erogati dagli Sportelli WorldPass, attivati presso ciascuna Camera di commercio, che offrono anche supporto informativo- assistenziale alle imprese che già operano con l'estero, ma anche a quelle motivate ad avviare un confronto con nuovi mercati oltre confine.

Tra i principali documenti richiesti dagli operatori continuano a primeggiare i Carnet ATA, che le Camere rilasciano per conto di Unioncamere nazionale, e i certificati di origine, la cui competenza di rilascio è sancita dall'articolo 2, comma 2, lettera l), della legge 29 dicembre 1993, n. 580.

Il Carnet ATA ha il carattere ambivalente di strumento promozionale per le imprese e di garanzia doganale a beneficio degli Stati, e consente agli operatori di esportare e importare temporaneamente le proprie merci a fini promozionali, educativi, scientifici o tecnico-professionali, in esenzione dal pagamento dei dazi doganali. Tra i prodotti principali per i quali è diffuso l'uso di questo documento, rientrano principalmente quelli noti come eccellenza del made in Italy: gioielleria, abbigliamento, accessori, pelletteria, elettromedicali, veicoli impiegati in competizioni sportive; l'Italia è stabile al quinto posto per numero di documenti rilasciati ai propri operatori tra tutti i 73 Paesi aderenti al sistema internazionale e le mete principali sono: il Giappone, gli Stati Uniti, la Svizzera, la Federazione russa, la Cina, l'India e recentemente è in aumento la diffusione presso gli Emirati Arabi, il primo dei Paesi dell'area del Golfo a far parte del club.

Nel 2013 si è registrato un aumento sull'esercizio precedente (già in crescita) pari a circa il 3%, per un totale di 9.812 documenti emessi.

I certificati di origine, invece, sono necessari per l'esportazione delle merci in alcuni Stati (in particolare Paesi Arabi, America Latina, Sud Est asiatico ed Est Europa), che nell'esercizio della propria politica commerciale favoriscono l'ingresso di merci provenienti da alcuni Paesi, piuttosto che altri. In alcuni casi costituiscono requisito essenziale anche per l'accesso al credito all'esportazione e per la partecipazione a gare d'appalto internazionali.

Le norme generali che regolano l'attribuzione dell'origine "non preferenziale" e le modalità di emissione dei relativi certificati derivano dal codice doganale comunitario (regolamento UE n. 952/2013 del Parlamento Europeo e del Consiglio), le cui disposizioni di applicazione sono in fase di revisione.

Le disposizioni nazionali per il rilascio dei certificati d'origine seguono, nelle linee generali, indirizzi condivisi con le altre Camere europee che sono stati recepiti in una circolare del Ministero dello Sviluppo Economico del 2009. Queste definiscono specifici obblighi sull'attività di controllo che le Camere di commercio devono esercitare per il rilascio della certificazione d'origine, che tengono conto dell'incremento sempre maggiore della circolazione delle merci nell'era della delocalizzazione della produzione e della globalizzazione.

Nell'ottica della semplificazione, per le merci di origine nazionale e comunitaria, è prevista la possibilità di rendere da parte dell'esportatore richiedente una dichiarazione sostitutiva d'atto notorio sull'origine delle merci. Di conseguenza, le Camere di commercio sono in grado di accettare al momento dell'istanza la dichiarazione, con la quale il dichiarante assume piena responsabilità di quanto asserito sull'origine delle merci oggetto dell'esportazione.

La dichiarazione resa potrà essere assoggettata a successivo controllo a campione, in base al quale l'interessato dovrà comprovare con idonea documentazione di supporto l'origine dichiarata.

La procedura dei controlli a campione, in sostituzione delle verifiche puntuali, è stata avviata nel 2010 e si sta gradualmente diffondendo. Nel 2013 circa il 43% delle Camere ha attuato questo nuovo processo, adottando propri regolamenti interni per i controlli. Complessivamente quelli eseguiti nel 2013 rappresentano il 7,8% sul totale nazionale dei documenti emessi, ma è ancora più significativo il dato dell'incremento dei controlli a campione rispetto al 2012, pari a circa il 141%.

L'attività che le Camere esercitano per certificare l'origine delle merci all'esportazione, sia in prima istanza, sia in fase di controlli successivi, è piuttosto rilevante, ma costituisce proprio il fondamento di quel ruolo di garanzia che gli enti camerali sono chiamati a esercitare. In termini di numeri di certificati emessi – a livello nazionale – nel 2013 si è registrato un più 5,5% rispetto all'anno precedente. Questo trend è una evidente conferma che le imprese guardano ancora al commercio internazionale come un'alternativa possibile alla minore domanda interna.

#### Consistenze certificati e pratiche per il commercio estero nel triennio 2011-2013 (n° per tipologia)

Tipologia	2011	2012	2013
Certificato di origine	694.595	755.407	797.577
Carnet ATA	8.699	9.450	9.812
Attestati di libera vendita	3.348	3.804	4.438
Visti di conformità firma	86.012	98.834	83.446
Legalizzazione firme estero (ex visti UPICA)	38.501	43.017	54.665
Visti su fatture	196.070	183.001	233.341
Visti congruità (prezzi per merci da esportazione in alcuni paesi)	5.844	9.383	n.d
Altri visti diversi	51.791	68.344	64.466
Rilascio codici meccanografici	2.828	2.959	3.898

A questi atti si aggiungono una serie di altri documenti sottoposti a visto camerale prima della presentazione alle autorità consolari dei Paesi di destinazione delle merci, che in termini di volumi generano una attività altrettanto rilevante: nel 2013 sono stati 444.254 i visti e le

attestazioni su altri atti a valere all'estero, con un incremento di circa il 9% rispetto all'esercizio precedente.

Attualmente non è possibile ipotizzare una dematerializzazione integrale dei certificati d'origine, in quanto sono le Amministrazioni doganali dei Paesi di destinazione a prediligere il formato cartaceo. Tuttavia, sono circa il 57% le Camere che hanno introdotto almeno la domanda on-line, attraverso l'impiego della firma digitale. Comincia, infatti, ad essere rilevante il numero di atti emessi su domanda telematica, rispetto al totale nazionale di documenti emessi (circa il 19%).

La relazione diretta con le imprese che fruiscono di questi servizi è oggetto di attento monitoraggio già da tempo, perché consente di cogliere anche le esigenze informativo- assistenziali dell'utenza e permette di orientare il complesso dei servizi resi dal sistema camerale nella dimensione più ampia dei servizi degli sportelli Worldpass.

### La programmazione e la progettazione comunitaria

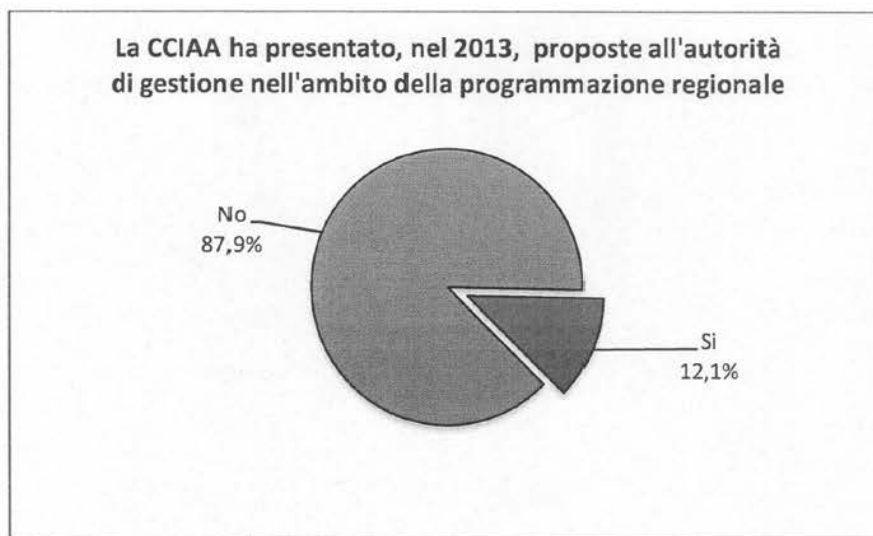
Il 2013 costituisce l'ultimo anno di impegno delle risorse previste per la programmazione 2013-2015. Com'è noto, in Italia si registra una forte criticità in termini di capacità di spesa, con performance negative particolarmente evidenti per alcuni Programmi Operativi delle regioni obiettivo "Convergenza".

I numeri 2013 di "Programmazione e Progettazione comunitaria"	
60	Camere di commercio hanno svolto, nel corso del 2013, attività finalizzate alla programmazione e progettazione comunitaria di cui 37 avvalendosi del supporto di una propria Azienda speciale o altra struttura camerale (anche tramite delega funzionale)
25	Camere di commercio componenti dei Comitati di sorveglianza dei POR FESR e FSE 2007-2013
18	proposte all'Autorità di gestione nell'ambito della programmazione regionale (11 Camere attive)
12	milioni di € di budget complessivo delle proposte all'Autorità di gestione nell'ambito della programmazione regionale
43	Camere di commercio hanno partecipato a bandi o avvisi di gara finanziati dai fondi strutturali 2007-2013
485	bandi/avvisi nazionali a cui hanno partecipato le Camere di commercio nell'arco della programmazione 2007/2013
18	numero di progetti europei a "Sportello Bruxelles" aggiudicati dalle Camere di commercio nel 2013 (30 Camere attive)

I ritardi accumulati espongono al rischio di "disimpegno automatico" di ingenti risorse finanziarie: un esempio è dato dal POIn Turismo, che nel Rapporto Annuale di Esecuzione 2013 rileva già il disimpegno di circa 49 milioni di euro, con riferimento agli anni 2011 e 2012, a causa delle difficoltà riscontrate a livello di attuazione.

L'attività del sistema camerale riguardo la programmazione comunitaria si articola secondo due direttrici principali: la partecipazione diretta a bandi e avvisi di gara finanziati dai Fondi strutturali e l'attività di informazione riguardo le opportunità di finanziamento, soprattutto a favore delle piccole e medie imprese, rilevate nell'ambito della programmazione stessa.

Il monitoraggio dell'Osservatorio camerale sui dati 2013 fa emergere una notevole carenza di partecipazione del sistema in tema di programmazione comunitaria, registrando una scarsa presenza delle Camere di Commercio nell'ambito dei Comitati di Sorveglianza dei POR FESR/FSE 2007-2013 (solo 25 Camere di Commercio risultano componenti di tali Comitati) e una loro bassa percentuale (12,1%) in tema di presentazione di proposte progettuali nell'ambito della programmazione regionale .



Per il nuovo ciclo di programmazione 2014-2020, i cui documenti sono in corso di definizione, il sistema camerale sta svolgendo un lavoro maggiormente sistematico, anche attraverso la costituzione di una "Cabina di regia" luogo deputato all'attivazione del sistema camerale quale interlocutore della Regione e portatore riconosciuto di interessi delle comunità economiche e dei territori. La cabina opera sul territorio attraverso un'apposita Task Force che accompagna e supporta gli enti camerali negli incontri con gli altri esponenti del partenariato fornendo loro informazioni e documentazione.

Sono state presidiate le attività in 19 regioni e 2 province autonome (Trento e Bolzano).

#### **Statistica, studi e documentazione**

E' capillare l'impegno del Sistema camerale sul versante dell'analisi economico-statistica, in virtù della prospettiva di osservazione privilegiata garantita dalle attività istituzionalmente presidiate, in primis, la gestione del Registro delle imprese, affiancate poi dalle attività di monitoraggio di prezzi e tariffe locali. Questi due ambiti tematici, originali nella loro diffusione territoriale, qualificano il ruolo delle Camere di commercio, attraverso la propria rete di Uffici studi e statistica, e ne fanno un punto informativo ufficiale della statistica italiana, grazie all'inclusione nel Sistema statistico nazionale.

A fronte di una evoluzione dello scenario economico-sociale nazionale che ancora nel 2013 non ha dato segnali univoci di inversione di tendenza, le attività di studi e ricerche delle Camere si configurano come una voce autorevole capace di rispondere ad una crescente domanda di informazione economico-statistica che sia aggiornata, affidabile e territorialmente confrontabile, e in grado di disegnare, da una parte, un percorso di orientamento per i processi decisionali e, in seguito, anche un sistema di monitoraggio degli impatti degli interventi di policy. Non secondaria anche la ricaduta di tale apparato analitico e informativo direttamente sulla capacità delle Camere di disegnare interventi attagliati alle esigenze delle imprese del territorio: la lettura del fenomeno economico diviene, dunque, in modo diretto, strumento per interagire con gli interlocutori per

elezione delle Camere, aumentando l'efficacia dei servizi proposti, specialmente quelli a più elevato impatto sulle prospettive di rafforzamento delle performance aziendali, come le attività di assistenza allo start-up, il sostegno all'internazionalizzazione, l'individuazione dei fabbisogni professionali.

Nel 2013, i flussi informativi prodotti dalle Camere, specialmente quelli in cui si concentra la maggior parte delle attività (poco meno del 90% del totale), hanno conosciuto una tendenza ascendente rispetto a quanto si rilevava nell'anno precedente. L'autorevolezza delle analisi condotte è attestata da una sensibile crescita numerica (+45%) delle pubblicazioni in riviste che si occupano di studiare le dinamiche delle economie locali; ma un incremento analogo è quello che ha riguardato i filoni di approfondimento presidiati a cadenza temporale costante, e frequentemente in maniera coordinata, dall'intero Sistema camerale.

Su questo versante, nel 2013, si è avviata una sperimentazione consistente nella condivisione tra tutte le Camere del tema su cui incardinare analisi e comunicazione, tramite l'individuazione di un focus sul ruolo dei giovani nella società e nell'economia italiana.

Proprio per il livello massimo di attenzione nei confronti della realtà territoriale che le Camere dedicano, la maggior parte delle attività di ricerca realizzate (oltre 600, pari a circa il 38% del totale) ha riguardato una serie di studi e approfondimenti sviluppati ad hoc sulla base delle tematiche più cogenti che prendono corpo su scala locale. Oltre ai già citati ambiti sotto stretta osservazione, che contraddistinguono l'apporto informativo originale delle Camere, come portato del ruolo istituzionale che esse rivestono - la tenuta dell'archivio amministrativo del Registro delle imprese e la trasparenza del mercato con il monitoraggio di prezzi e tariffe - una riflessione viene dedicata ai temi del mercato del lavoro, con uno spazio particolare per i fabbisogni professionali espressi dalle imprese. A seguire, in ordine di importanza e con un rilievo crescente nel tempo, i temi legati agli scambi internazionali, che si combinano con quelli dedicati all'internazionalizzazione, per rispondere all'esigenza di promuovere nel tessuto imprenditoriale iniziative di orientamento ai mercati esteri, con l'obiettivo di tracciare percorsi di ampliamento delle opportunità di crescita dei fatturati aziendali. Gli approfondimenti che vanno a indagare i rapporti di imprese e consumatori con il sistema creditizio sono anch'essi oggetto di più stringente attenzione da parte degli osservatori economici delle Camere, proprio in funzione di un'analisi degli effetti dell'insufficiente sostegno che il sistema finanziario riesce a effondere sull'economia reale. Anche in relazione al ruolo che possono giocare per il rilancio dei territori, la filiera del turismo e i risvolti economici delle attività creative e culturali stanno diventando sempre più frequentemente oggetto di iniziative di analisi quantitativa e di un ampio dibattito in grado di coinvolgere stakeholder istituzionali e portatori di interessi.

Alla disseminazione dei risultati delle attività di studi e ricerche del Sistema camerale, Starnet, il portale statistico dedicato, offre un'unica finestra sui territori e un raccoglitore di tutta la produzione statistica e dei materiali diffusi in occasione di eventi di presentazione e seminari. Attraverso Starnet viene data evidenza, nella maggioranza dei casi a cadenza trimestrale, a informazioni ed elaborazioni a carattere statistico-economico riguardanti la demografia d'impresa, le dinamiche dei prezzi e gli andamenti congiunturali nei principali comparti manifatturieri e terziari. Questi tre filoni tematici sono anche quelli che raccolgono i livelli più consistenti di

attenzione da parte dei fruitori di informazione economico-statistica: la quasi totalità delle Camere riceve, infatti, sollecitazioni e richieste di approfondimento sulle dinamiche demografiche d'impresa, mentre a circa 85 Camere (su 105) è richiesta assistenza analitica sulle tendenze dei prezzi e sulla congiuntura. Il web è il veicolo per dare spazio anche alle analisi che supportano gli interventi delle Camere a favore di particolari segmenti del sistema produttivo: è il caso degli studi sull'imprenditoria femminile, sulle attività economiche guidate da cittadini stranieri, sulle iniziative che si sviluppano nell'ambito del sociale.