

L'AZIONE DI SERVIZIO

34

E-GOVERNMENT

L'attenzione del sistema camerale al tema dell'e-Government è legata essenzialmente a due obiettivi: supportare e accelerare i processi di semplificazione amministrativa diretti a ridurre i costi reali che le imprese sostengono per adempiere agli obblighi previsti dalla legge ed offrire, attraverso lo sviluppo di servizi integrati *on line* e l'adozione su larga scala di tecnologie informatiche e processi organizzativi all'avanguardia, una leva importante per migliorare la competitività del nostro sistema produttivo.

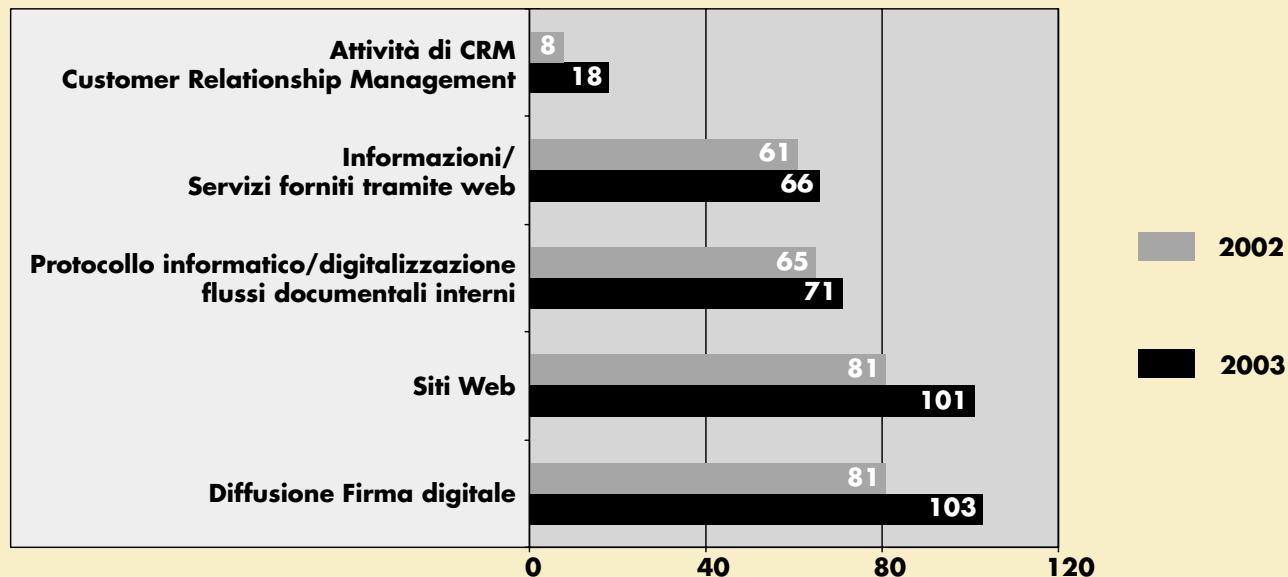
Per conseguire questi obiettivi la rete camerale ha da tempo avviato una strategia basata, da un lato, sull'estensione delle possibilità di accedere in modalità remota ai servizi, sfrut-

Tabella 3.1.1. I numeri dell'e-Government

27,1	Milioni di visure
54,3	Milioni di interrogazioni su dati camerali da utenti privati
23,9	Milioni di interrogazioni su dati camerali della PA
1,2	Milioni di smart card
380	Mila certificati presentati per via telematica
82,5	Mila iscrizioni al Registro delle imprese per via telematica
101	Camere di Commercio che hanno attivato un proprio sito internet
258	Progetti di e-Government sperimentati operativamente dalle Camere di Commercio
	<i>di cui:</i>
103	in firme digitali
71	in protocolli informatici / digitalizzazione flussi documentali interni
66	in informazioni/servizi forniti tramite web
18	in attività di CRM (Customer Relationship Management)

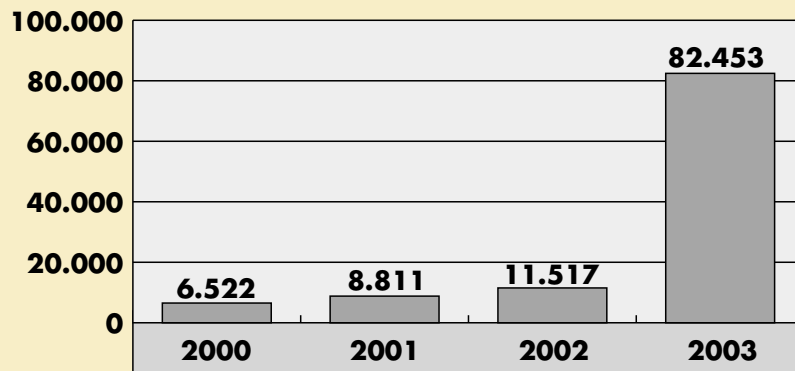
Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

Grafico 3.1.1. I progetti di e-Government delle Camere di Commercio distinti per obiettivi



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

Grafico 3.1.2. Le iscrizioni al Registro delle imprese per via telematica



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

tando al massimo le tecnologie *web-based* e il concetto di multicanalità. Dall'altro, ha investito sull'integrazione "intelligente" delle informazioni in suo possesso in ambienti virtuali (siti, portali e vortali), caratterizzati da una forte vocazione all'interoperabilità con il resto della PA.

L'Italia è stata uno dei primi paesi europei ad introdurre una disciplina della firma digitale ed è sicuramente quello in cui l'utilizzo di questo strumento è più massiccio. La rete camerale ha contribuito a questo risultato distribuendo, direttamente alle imprese o agli intermediari professionali, oltre 1.250.000 *smart card*

DISTRIBUZIONE DELLE SMART CARD

E ANDAMENTO DELLA PRATICA TELEMATICA:

UNO SGUARDO D'INSIEME

L'entrata in vigore dell'obbligo di presentazione per via telematica delle pratiche a carico delle società (per quanto rimandato più volte ed entrato pienamente a regime soltanto negli ultimi due mesi dell'anno) ha fatto sì

che il 2003 si sia caratterizzato come l'anno del "salto di qualità" per la gestione *on line* degli adempimenti legati al Registro delle imprese delle Camere di Commercio.

È importante poi sottolineare come l'anno appena concluso si sia anche caratterizzato come quello di svolta per le iscrizioni in via telematica al Registro delle imprese di nuova costituzione, che risultano sestuplicate.

Fondamentale presupposto organizzativo del passaggio alla pratica telematica, è stato quello dello sforzo messo in atto dalla rete camerale ai fini della distribuzione delle *smart card* (contenente il dispositivo di firma digitale) alle società soggette all'obbligo di trasmissione telematica di atti e bilanci a partire dal 1° novembre 2003; nella valutazione dei risultati ottenuti, emerge una "regionalità" piuttosto marcata, ed in particolare (graf. 3.1.3):

- Campania, Calabria, Sicilia e Sardegna presentano percentuali di distribuzione di *smart card* pari a circa il 20% delle imprese.

- Molise, Basilicata e Puglia si segnalano tra le regioni meridionali con percentuali di copertura elevate, tra il 30 ed il 35%.

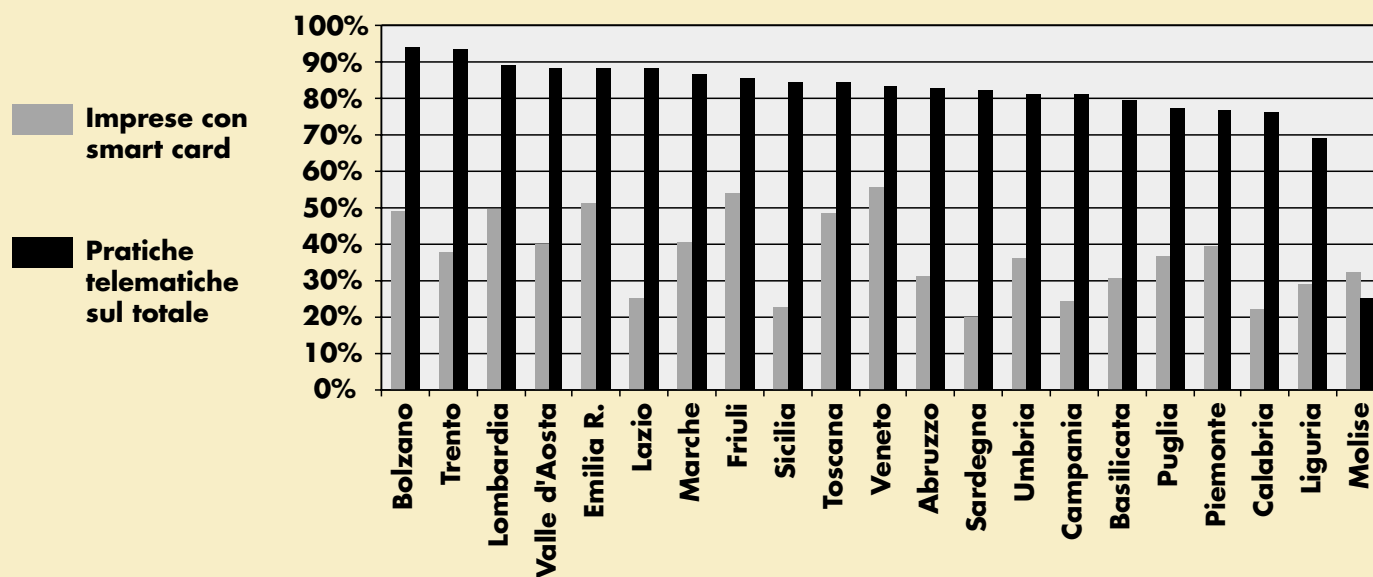
- Tra le regioni del Centro, Toscana, Marche ed Umbria (percentuali rispettivamente da poco meno del 50 al 35%) paiono nel complesso più avanti di quanto non accada con l'Abruzzo (30%) e, soprattutto, con il Lazio (attorno al 25%).

- Il Nord della penisola, con la parziale eccezione della Liguria, presenta percentuali di copertura ragguardevoli (superiori o comunque attorno al 50% ed oltre di Veneto, Friuli, Emilia Romagna e Lombardia), anche in considerazione della numerosità delle imprese cui fornire la *smart card*.

Tra le variabili di cui tenere conto a spiegazione del diverso grado di copertura nella distribuzione delle *smart card* alle imprese, possiamo citare:

- La numerosità delle imprese soggette all'obbligo di gestione telematica delle pratiche nell'ambito dei diversi tessuti economici locali; questa variabile si fa in particolare sentire in alcune grandi città (Bologna, Genova, Roma, Firenze) che hanno affrontato difficoltà organizzative simili a fronte della numerosità delle imprese a cui fornire la *smart card*, il che inevitabil-

Grafico 3.1.3. La distribuzione di smart card e le pratiche telematiche



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

mente ha inciso nella percentuale di copertura aggregata a livello regionale.

- Il diverso grado di maturità della problematica della digitalizzazione dei servizi nelle Camere di Commercio, sia in termini di maggiore o minore infrastrutturazione (disponibilità di risorse umane ed in-

Tabella 3.1.2. Il numero delle pratiche

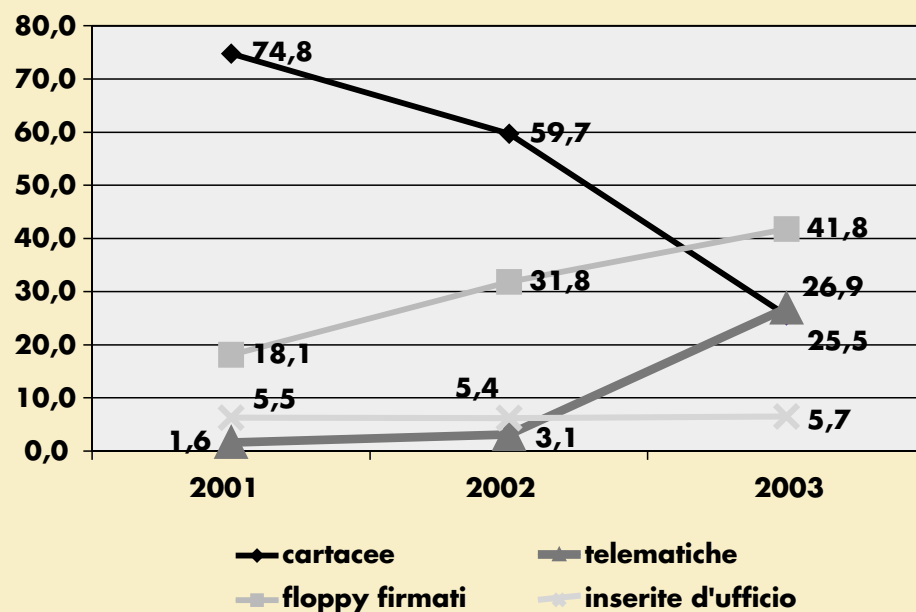
Telematiche	681.194
Floppy non firmati	1.086.400
Cartacee	194.768
Floppy firmati	38.184

Tabella 3.1.3. Le Camere di Commercio che hanno distribuito il maggior numero di firme digitali

Camere di Commercio	N. smart card distribuite	% di imprese raggiunte
Milano	84.016	43,8
Roma	36.787	21,7
Torino	29.665	33,8
Brescia	29.439	61,8
Bologna	23.106	58,7
Bergamo	21.042	58,1
Treviso	20.630	61,0
Verona	20.571	61,8
Vicenza	20.507	61,0
Firenze	20.293	47,6
Modena	18.809	61,0

Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

Grafico 3.1.4. L'andamento (in percentuale sul totale) delle diverse tipologie di pratiche ricevute e gestite dalle Camere di Commercio nel periodo 2001 - 2003



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

formatiche), sia più in generale in termini di investimento "politico-organizzativo" nella complessa revisione delle procedure interne (*back office*);

- Il coinvolgimento più o meno attivo degli intermediari (notai, commercialisti, ragionieri, associazioni di categoria), sia dal punto di vista della loro capacità di supportare tecnologicamente le imprese al momento della trasmissione delle comunicazioni (attraverso l'utilizzo della propria *smart card* in regime di procura speciale), sia del diverso grado di priorità data alla promozione dell'utilizzo dello strumento. La tabella 3.1.3 riporta le 10 Camere di Com-

mercio che, nel corso del 2003, hanno distribuito direttamente il maggior numero di firme digitali alle imprese (in assoluto ed in percentuale rispetto al totale delle imprese soggette alla pratica telematica iscritte nel Registro delle imprese).

Passando più specificamente all'analisi della progressione delle pratiche telematiche ricevute e gestite dagli uffici camerali nel corso del 2003, i risultati raggiunti paiono sicuramente positivi, sia in termini di numero assoluto di pratiche (681.000), sia disaggregando la parte relativa ai bilanci da quella relativa al resto delle comunicazioni obbligatorie (considerando società e imprese indivi-

duali e tutti gli invii, anche quelli ancora da protocollare).

È evidente nel corso dell'anno un aumento percentuale, più consistente negli ultimi mesi, delle pratiche telematiche/floppy firmate e una riduzione dei floppy non firmati accanto ad una porzione, oramai contenuta, di pratiche cartacee.

Dalla valutazione di tali andamenti, possiamo affermare che la "pratica digitale" si caratterizza ormai quale modalità standard di trasmissione degli atti alla Camera di Commercio.

La tabella 3.1.4 riporta le 10 Camere di Commercio che, nel corso del 2003, hanno gestito il maggior numero di pratiche telematiche (in assoluto ed in percentuale rispetto al totale delle pratiche destinate al Registro delle imprese).

Il grafico 3.1.5 fornisce, per concludere, un quadro sintetico del posizionamento delle diverse regioni relativamente ai fenomeni finora descritti.

L'IMPATTO ORGANIZZATIVO DELL'INTRODUZIONE DELLA PRATICA DIGITALE

È stato talvolta osservato che l'introduzione della pratica telematica non modificherà il lavoro degli uffici camerali, trattandosi in sostanza dell'introduzione di una *diversa* e più

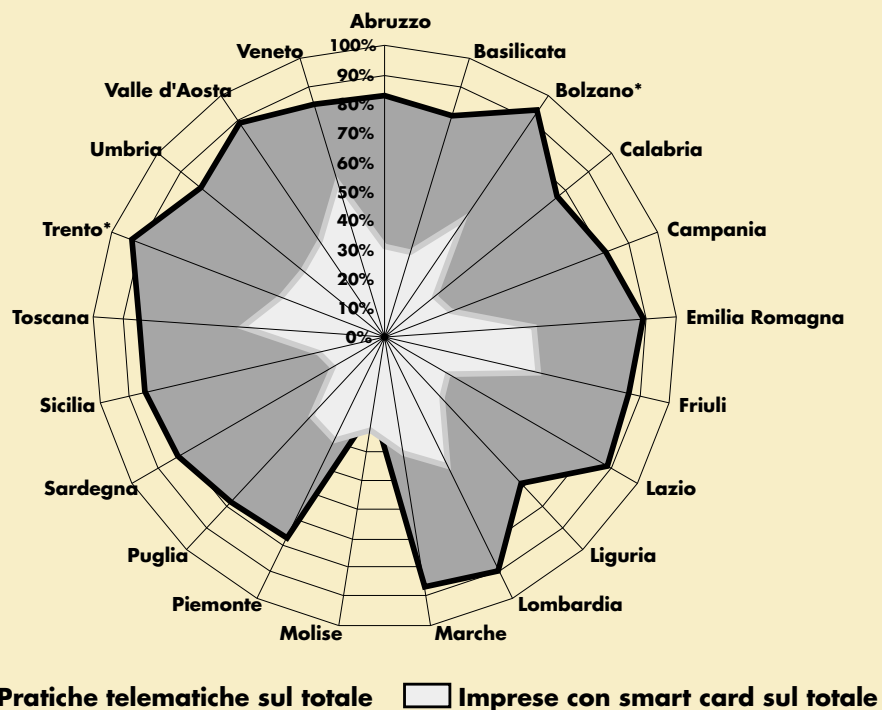
Tabella 3.1.4. Le Camere di Commercio che hanno gestito il maggior numero di pratiche telematiche

Camere di Commercio	N. assol	% telematiche sul totale
Milano	107.173	89,4
Brescia	51.008	91,5
Roma	47.362	88,7
Bergamo	24.710	83,0
Bologna	23.327	87,3
Napoli	23.237	79,5
Treviso	18.705	82,8
Torino	18.241	68,0
Vicenza	17.573	88,6
Modena	15.466	94,3

Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

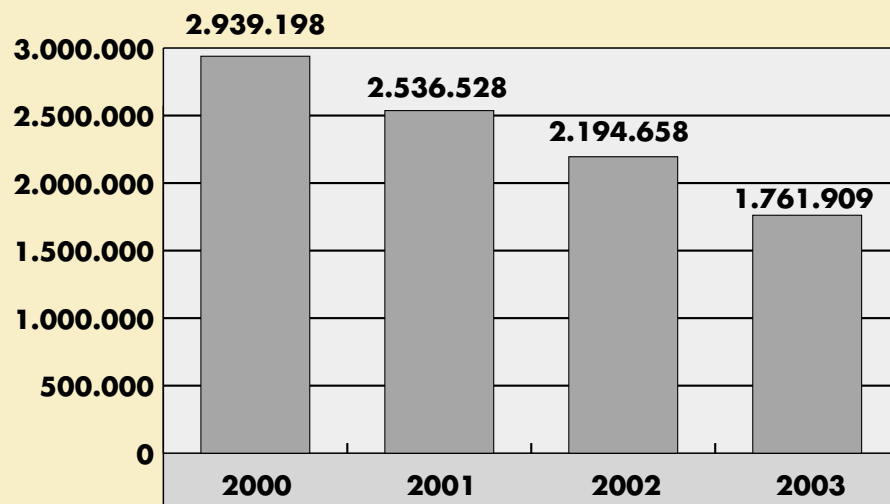
efficiente modalità di gestione delle stesse procedure, in particolare quelle relative al Registro delle imprese; a ben vedere, le cose non stanno così. Un indizio quantitativo dell'impatto che deriva dall'introduzione di innovazioni normative, declinate attraverso l'utilizzo delle tecnologie ICT, emerge osservando l'andamento della richiesta di certificati e di interrogazioni agli archivi camerali negli anni più recenti. Il progressivo utilizzo dell'autocertificazione da parte dei cittadini-imprenditori ha fatto diminuire sensibilmente in termini assoluti la richiesta di certificati, evidenziando al tempo stesso un aumento delle richieste per via telematica, legato alla crescente possibilità di accedere *on line* agli archivi: a livello nazionale, i certificati richiesti allo sportello nel 2003 risultano diminuiti del 19,7 % rispetto al 2002, a conferma di un trend consolidato che vede contrarsi l'importanza di questo canale del 40% nel periodo 2000-2003 (graf. 3.1.6). Sempre nel 2003, risulta parallelamente essersi consolidato di un ulteriore 5 % il trend di crescita della percentuale di certificati ottenuti dall'utenza direttamente per via telematica (+61% nel periodo 2000-03), con evidenti risparmi di tempo e costi a favore delle imprese (graf. 3.1.7). Semplificazione normativa e facilità di accesso alle informazioni sono alla base dell'evoluzione subita negli anni scorsi anche dalle interrogazioni *on line* degli archivi delle Camere. Infatti, pur rimanendo l'utente principale delle informazioni camerali, l'utenza privata ha ridotto fortemente la sua domanda (diminuita del 31,4% nell'ultimo anno), mentre è "esplosa" quella originata dalla PA, triplicata a cavallo tra il 2002 e il 2003 (graf. 3.1.8 e 3.1.9).

Grafico 3.1.5. Il posizionamento delle regioni rispetto alle pratiche telematiche



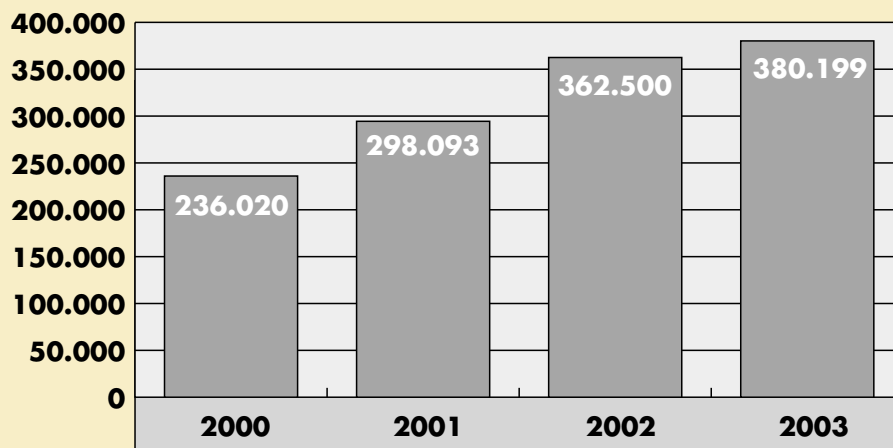
Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

Grafico 3.1.6. I certificati richiesti allo sportello (valori assoluti)



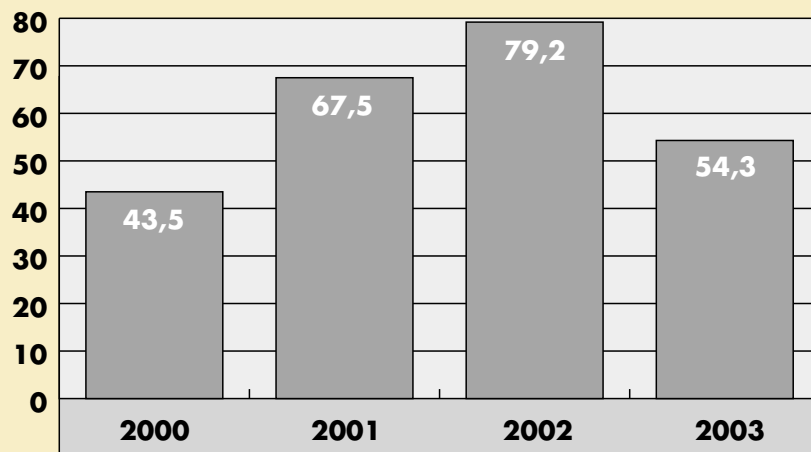
Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

Grafico 3.1.7. I certificati richiesti per via telematica (valori assoluti)



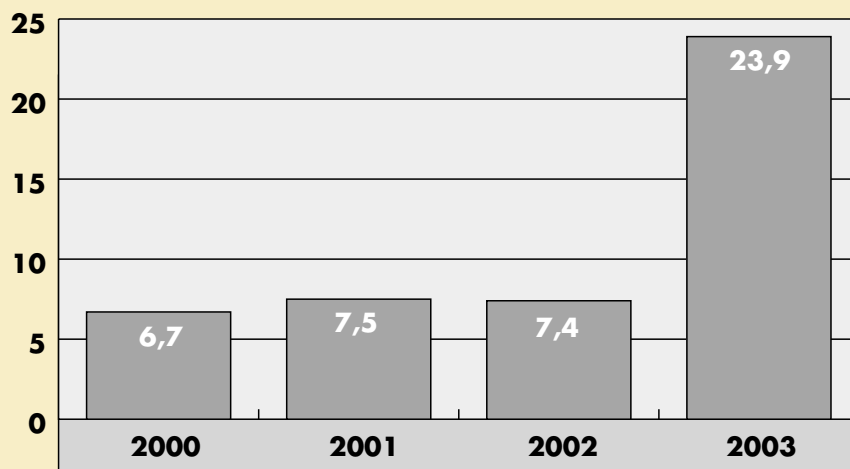
Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

Grafico 3.1.8. Le interrogazioni su archivi camerale da privati (in mln)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

Grafico 3.1.9. Le interrogazioni su archivi camerale dalla PA (in mln)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

IL PROGETTO DI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PER LA RETE CAMERALE

- Realizzare il database di tutti i contatti tra la Camera di Commercio e le imprese, creando una memoria organizzativa unitaria e razionalizzando le diverse basi informative presenti nei diversi uffici camerali.
- Profilare le aziende in base al loro fabbisogno informativo e di servizi promozionali.
- Avviare campagne di comunicazione e informazione sui servizi camerali personalizzate e tarate sulle esigenze specifiche delle piccole e medie imprese.
- Governare la relazione con le imprese mediante una gestione integrata dei diversi canali di comunicazione (e-mail, telefono, fax, posta,), permettendo loro di usare il canale preferito per relazionarsi con la Camera.

Questi gli obiettivi del progetto di Customer Relationship Management per la rete camerale che, avviato nel 2003, vede la partecipazione di 20 Camere di Commercio che hanno congiuntamente progettato, sviluppato e sperimentato una piattaforma per azioni integrate di CRM in modalità ASP. Le Camere di Commercio partecipanti al progetto:

- Prima annualità (effettuata nel 2003)
Roma, La Spezia, Pisa, Potenza, Pescara, Matera, Campobasso, Isernia, Vibo Valentia, Unioncamere (sia in qualità di coordinatrice delle attività, sia come part-

ner della sperimentazione)

- Seconda annualità (effettuata nel 2004)
Brindisi, Cosenza, Firenze, Grosseto, Reggio Calabria, Viterbo, Udine, Unione regionale delle Camere del Piemonte

I principali risultati della prima annualità sono:

- sviluppo della piattaforma integrata di CRM (applicazione proprietaria delle Camere partecipanti, customizzata per le loro esigenze, con utilizzo interno senza limiti/costi di licenza);
- incremento nell'uso di canali diversi per la comunicazione con le imprese;
- riduzione dei tempi e dei costi della comunicazione, grazie alla migliore selezione dei target da contattare;
- qualificazione dei diversi database presenti nelle Camere.

23.194	imprese caricate nel database della piattaforma di CRM
115	campagne di informazione/promozione effettuate
4.495	imprese contattate almeno una volta con una campagna di CRM
3.330	imprese contattate in media per campagna
25%	di incremento del tasso della <i>redemption</i> raggiunta da parte delle imprese contattate (si è passati dal 10% al 35%)

CAPITOLO 3

L'AZIONE DI SERVIZIO E-GOVERNMENT



IL PORTALE PER LE IMPRESE WWW.IMPRESA.GOV.IT

Nell'estate del 2003 il Ministro per l'Innovazione e le Tecnologie, il Ministero delle Attività Produttive e il Presidente dell'Unioncamere hanno sottoscritto un protocollo di intesa che ratifica l'impegno a realizzare un "Sistema informatizzato per l'erogazione di servizi integrati alle imprese" attraverso il portale Impresa.Gov.

Il protocollo d'intesa conferma l'impegno politico e strategico da parte dei Ministri e del Presidente Sangalli a intraprendere iniziative a favore della semplificazione dei servizi e della trasparenza della pubblica amministrazione. L'iniziativa rappresenta un importante modello di complementarità in cui gli obiettivi di innovazione tecnologica del Ministro Stanca (Piano nazionale per l'e-Government), gli obiettivi di semplificazione e di riassetto normativo del Ministro Marzano (Legge di semplificazione 229/2003) e la Missione istituzionale delle Camere di Commercio si completano per perseguire obiettivi finalizzati e concreti a favore delle imprese e dello sviluppo economico del Paese.

Al protocollo di intesa si è giunti a seguito dei positivi risultati conseguiti dalla sperimentazione, avviata nel 2002 nelle province di Catanzaro, Milano e Verona, del portale www.impresa.gov.it che consente agli utenti di eseguire transazioni dispositive di iscrizione o modifica all'INPS, all'INAIL ed alle Camere di Commercio beneficiando di un sistema di autenticazione unico basato sul riconoscimento sicuro di certificati digitali personali.

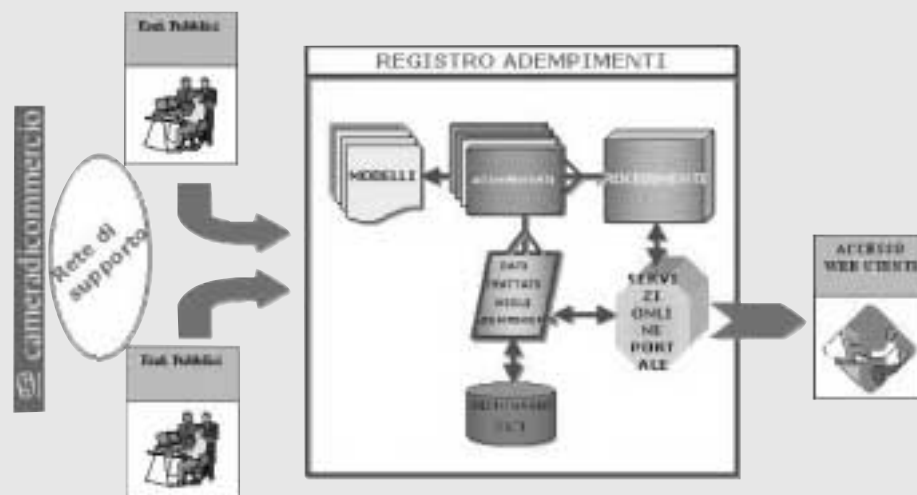
La particolare applicazione in questa logica di interoperabilità è quella introdotta dalla legge n. 326/2003 che all'art. 44, comma 8, ha indicato nelle Camere di Commercio l'unico soggetto tenuto a ricevere le informazioni comunicate dalle imprese ai fini previdenziali e a trasferirle agli enti competenti (INPS e INAIL).

Ulteriore evoluzione dei servizi già presenti sul portale è il "Registro informatico degli adempimenti amministrativi", importante strumento di semplificazione previsto dalla legge 29/2003 per migliorare la trasparenza delle azioni amministrative della PA.

Il nuovo Registro degli adempimenti non

vuole sostituirsi alle amministrazioni ed agli enti pubblici nel rapporto con l'utenza, quanto raccogliere l'elenco completo degli adempimenti amministrativi previsti dalle pubbliche amministrazioni per l'avvio e l'esercizio delle attività di impresa.

La rete delle Camere di Commercio è stata scelta dal Governo per la realizzazione dell'infrastruttura tecnologica alla base del "Registro" (affidata alla propria società consorziale InfoCamere) e per svolgere un'azione di orientamento ed informazione verso le imprese relativamente a questa importante iniziativa.



”InfoCamere”

InfoCamere ha realizzato e gestisce il sistema telematico nazionale che collega tra loro, attraverso una rete ad alta velocità e ad elevato standard di sicurezza, le 103 Camere di Commercio e le 300 sedi distaccate. L'efficienza di questo sistema garantisce agli utenti – amministrazioni, imprese e singoli cittadini – l'accesso immediato ai documenti e ai dati, sia a carattere informativo che con valore legale, contenuti negli archivi camerali.

Uno dei risultati più significativi di InfoCamere è la realizzazione del Registro delle imprese, istituito nel 1993, per espressa volontà del legislatore, in modalità informatica: sua caratteristica peculiare, che ha costituito una novità assoluta in campo europeo.

Dall'aprile 2000 InfoCamere è Ente certificatore per la firma digitale, iscritto nell'Elenco Pubblico previsto dalla legge.

InfoCamere progetta, sviluppa ed eroga servizi informatici secondo gli standard di qualità ISO 9001, avendo inizialmente conseguito la certificazione nel 1997 (Norma ISO 9001:1994), poi adeguata agli standard Vision 2000 (Norma ISO 9001:2000). Nel 2003 il sistema qualità di InfoCamere è sta-

to esteso alle controllate IC Technology, InfoBusiness e IC Service.

Le principali informazioni relative ad InfoCamere sono presenti sul sito www.infocamere.it.

La Società è da sempre impegnata nel processo di rinnovamento della pubblica amministrazione e di semplificazione degli iter burocratici a favore delle imprese e dei cittadini, che sono le tematiche al centro dell'attenzione del programma di e-Government.

In tale ottica InfoCamere fornisce alle Camere di Commercio e alle pubbliche amministrazioni centrali e locali i propri prodotti e servizi informatici; alle stesse pubbliche amministrazioni è offerto anche l'accesso alle banche dati camerali. Le banche dati sono inoltre rese disponibili ai professionisti, alle imprese e a tutti i cittadini attraverso i Distributori, che operano sulla base di un contratto sottoscritto con InfoCamere.

La Società mette a disposizione del mercato le sue competenze come consulente per la creazione e l'aggiornamento di architetture informatiche e si propone nel ruolo di Management Service Provider per la gestione e l'outsourcing di infrastrutture ICT.

INTERNAZIONALIZZAZIONE

Il 2003 ha ideato, prodotto e distribuito nel mondo beni e servizi per quasi 260 miliardi di euro. Una cifra imponente, che fa del *Made in Italy* di gran lunga il più importante sistema creativo, produttivo e distributivo nazionale. A questa rete di imprese, uomini, abilità e conoscenze, il sistema camerale italiano ha portato in dote strutture, risorse, esperienze e relazioni. Oltre 190 tra *antenne* e *desk* all'estero; 71 Camere italiane all'estero; 64 Eurosportelli; 29 Camere di Commercio italo-estere; 61 Aziende speciali; 13 Centri esteri regionali; 790 tra fiere e missioni commerciali a sostegno di 7.956 imprese; oltre 500 seminari e corsi di formazione, cui hanno preso parte più di 18mila operatori con l'estero (tabelle 3.2.1 e 3.2.2 e figura 3.2.1). Importanti sono anche le risorse mobilitate nelle iniziative di promozione e accompagnamento delle PMI sui mercati. Negli ultimi anni esse sono ammontate a circa 40 milioni di euro l'anno, spesso impegnati in sinergia con altri soggetti in modo da determinare un effetto moltiplicatore. Così come nel caso delle intese annuali sottoscritte con l'ICE che hanno portato all'approvazione di 63 progetti, per un importo di 15 milioni di euro, e che hanno visto la partecipazione di quasi 60 strutture camerali.

In particolare, l'intesa operativa ICE-Unioncamere 2003 ha realizzato un programma congiunto di attività su diverse aree economiche (NAFTA, Estremo Oriente, Mediterraneo, Russia e Ucraina) per un importo di 6.230.000 euro.

Complessivamente, nel 2003 circa 10 mila imprese si sono avvalse delle iniziative per l'internazionalizzazione approntate dalle diverse strutture specializzate degli enti camerali: Aziende speciali, Centri estero, Uffici

Tabella 3.2.1. I numeri dell'internazionalizzazione

198	Antenne e desk all'estero <i>di cui:</i> 99 in Europa 53 in Asia 26 in Sud America 11 in Nord America 9 in Africa
106	Partecipazioni dirette a fiere e mostre all'estero
3.513	Aziende che hanno partecipato ad attività promozionali per l'internazionalizzazione <i>di cui:</i> 902 Aziende che hanno partecipato a fiere e mostre all'estero 412 Aziende che hanno partecipato a missioni commerciali all'estero 2.199 Aziende coinvolte nel ricevimento di delegazioni
56	Missioni commerciali all'estero
189	Delegazioni estere ricevute in Italia
15	Joint venture promosse
41	Accordi di distribuzione e collaborazione commerciale
16	Iniziative di promozione agli investimenti diretti
74	Iniziative di collaborazione con Camere di Commercio di altri Paesi <i>di cui:</i> 59 in Europa 6 in Nord America 4 in Asia 4 in Sud America
314	Attività formative
13.027	Partecipanti ad attività formative
71	Camere di Commercio italiane all'estero
64	Eurosportelli
29	Camere di Commercio italo-estere
40,4	Milioni di euro di risorse desinate all'internazionalizzazione dalle CCIAA e dalle Aziende speciali

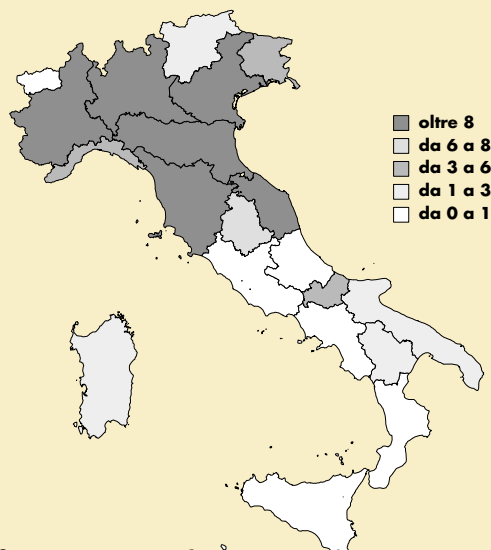
Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

Tabella 3.2.2. I numeri dell'internazionalizzazione - Aziende speciali

215	Partecipazioni dirette a fiere e mostre all'estero
2.098	Aziende che hanno partecipato a fiere e mostre all'estero
86	Missioni commerciali all'estero
911	Aziende che hanno partecipato a missioni commerciali all'estero
138	Delegazioni estere ricevute in Italia
1.434	Aziende coinvolte nel ricevimento di delegazioni
35	Accordi di distribuzione e collaborazione commerciale
211	Iniziative di formazione per gli operatori
1.823	Imprese coinvolte nelle attività di formazione

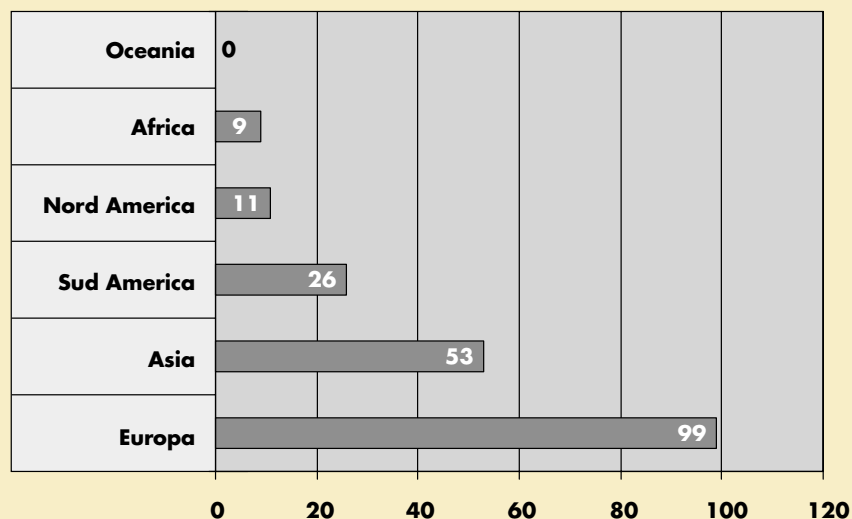
Fonte: Unioncamere, Osservatorio sulle Aziende speciali 2003

Figura 3.2.1. Le Camere di Commercio, le Aziende speciali e i Centri estero con struttura (antenna e/o desk) all'estero



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

Grafico 3.2.1. La distribuzione del numero di antenne o desk rispetto ai continenti interessati nel 2003 (valori assoluti)



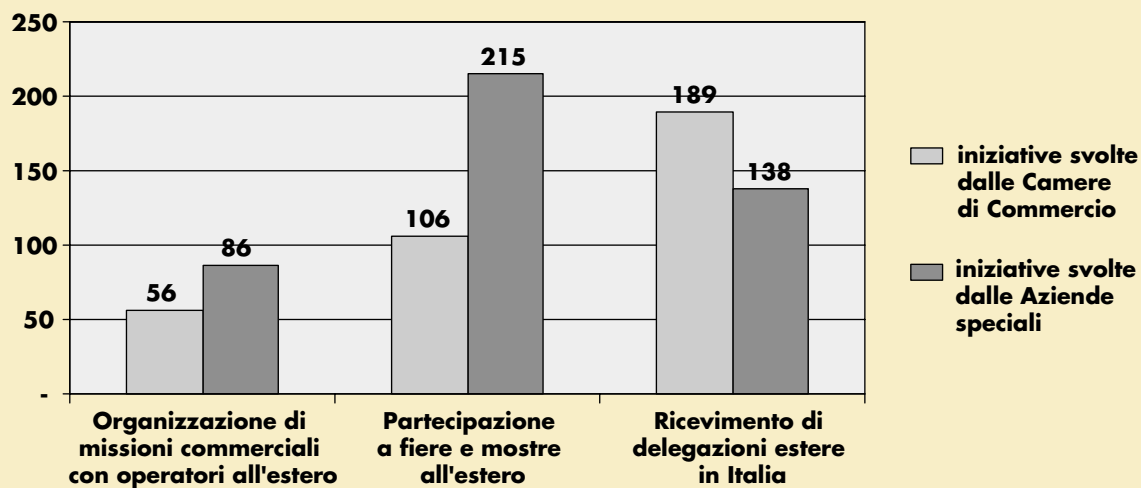
Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

commercio estero, Uffici estero delle Unioni regionali.

Il commercio internazionale sta però attraversando un momento delicato. Le tensioni tra i paesi più industrializzati e quelli in via di sviluppo frenano l'equa liberalizzazione degli scambi e degli investimenti. Emergono nuove economie fortemente votate all'export come quella cinese. Mercati ricchi come quelli europei assorbono di meno. Alcuni paesi hanno attuato una decisa specializzazione produttiva nei settori a maggiore valore aggiunto. Queste quattro circostanze hanno non solo colpito duramente alcune produzioni di punta del *Made in Italy*, ma hanno anche reso evidente la necessità di ristrutturare in profondità, sul piano operativo ma innanzi tutto su quello culturale, lo stesso sistema di supporto all'internazionalizzazione d'impresa.

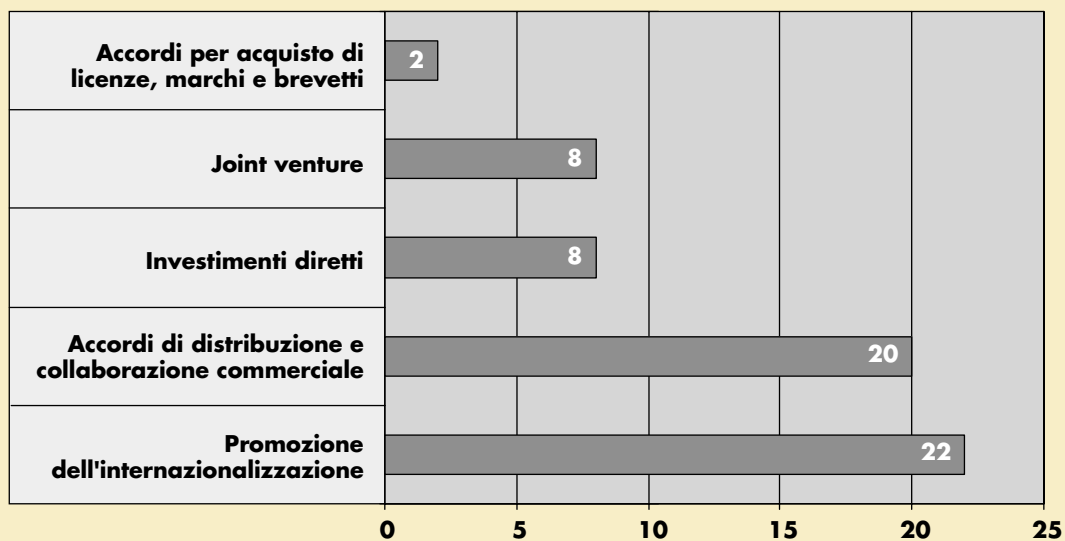
Alla modernizzazione di questa infrastruttura immateriale, strategica per alzare il livello di competitività del nostro Paese, stanno lavorando in molti: il Governo, che ha previsto un Testo unico in materia di internazionalizzazione; le Regioni e gli enti territoriali, che governano da vicino i sistemi produttivi locali e che avvertono anche i rischi sociali legati al loro possibile declino; le Associazioni delle imprese, impegnate su due fronti: da un la-

Grafico 3.2.2. Il numero di attività svolte per l'internazionalizzazione dal sistema camerale per tipologia nel 2003



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

Grafico 3.2.3. Il numero delle Camere di Commercio per gli obiettivi delle iniziative di collaborazione ottenute nel 2003



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

to, a internazionalizzarsi esse stesse, accompagnando i multiformi processi di delocalizzazione delle aziende, da un altro, a trasferire agli associati i nuovi fattori di competitività; a formare gli imprenditori, ad animare una progettualità di sistema e non più di distretto o, al massimo, di comparto. Limitato, ma in crescita è il contributo del mondo creditizio e finanziario – pur essenziale per favorire la crescita delle dimensioni, della struttura e delle modalità d'impresa – chiamato anch'esso a un profondo riassetto delle proprie funzioni se non delle stesse missioni.

In questo quadro in profonda trasformazione, anche il sistema camerale sta facendo la sua parte.

Garantendo innanzitutto i suoi attuali livelli di operatività, per poi incrementarli, affinandone i contenuti e mettendone le modalità "a sistema" con altre reti e soggetti. Questo, del resto, è uno degli obiettivi prioritari approvati il 27 novembre scorso dall'Assemblea

Unioncamere, che ha anche evidenziato le aree nelle quali, sulla base di iniziative già avviate o da avviare, è possibile sviluppare sinergie in grado di incidere su tre livelli.

- Ampliare i volumi di attività verso l'estero.
- Promuovere i nuovi requisiti insiti in un contesto di competitività globale.
- Modernizzare il sistema di supporto all'internazionalizzazione delle imprese.

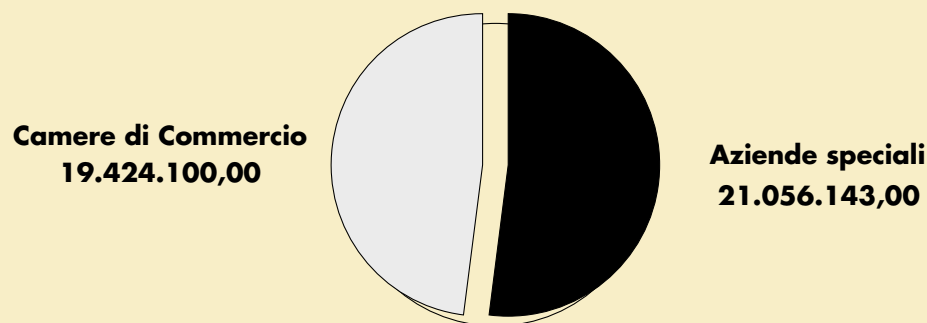
In questo quadro si realizza *l'Iniziativa Centro Europea* delle Camere di Commercio che coinvolge attivamente le Camere italiane e le loro strutture specializzate per l'internazionalizzazione, al fine di favorire l'accesso ai mercati dell'Europa centro-orientale.

Così, come verrà gradualmente estesa all'intera rete camerale italiana ed estera, accrescendone i contenuti informativi, l'esperienza di *Extender*, un sistema telematico di informazione su gare e appalti realizzato in collaborazione con il Ministero degli Affari esteri e reso fruibile tramite la rete telemati-

ca *Globus* degli sportelli camerali per l'internazionalizzazione. Avviato in 15 Paesi e alimentato in maniera coordinata dalle locali Camere italiane, dalle rappresentanze diplomatico-consolari e dagli Uffici ICE, *Extender* in un anno di sperimentazione ha prodotto informazioni su oltre 3 mila gare d'appalto, diffuse attraverso la rete informatica camerale in Italia. Allo stesso modo nel prossimo triennio verranno accentuate le azioni, che già nel 2002 prevedevano investimenti diretti per quasi 30 milioni di euro a favore della promozione della qualità nella prassi aziendale e della qualità italiana nel mondo. Complessivamente, le imprese che si avvarranno delle iniziative camerali per l'internazionalizzazione saliranno a 64 mila, in buona parte PMI, pari a più di un terzo delle imprese nazionali impegnate nelle attività di export.

In questo impegno si colloca l'accordo raggiunto con il Ministero delle Politiche agricole e forestali che ha portato Unioncamere, ICE e ISMEA a costituire BUONITALIA Spa, la struttura di promozione dell'agroalimentare italiano nel mondo. Un settore composto da 110 mila imprese agroindustriali e da un milione di aziende agricole, la maggior parte di piccole e medie dimensioni, con un forte valore aggiunto, economico e d'immagine, per l'intero sistema-Italia.

Grafico 3.2.4. Le risorse economiche destinate alle attività a sostegno dell'internazionalizzazione nel 2003 (valori in euro)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004 e Osservatorio sulle Aziende speciali 2003

Anche questa iniziativa potrà contare sul sostegno della rete camerale per l'internazionalizzazione, della quale sono tramatura essenziale le Camere italiane all'estero e le Camere estere in Italia. Si tratta di due realtà importanti nei numeri e uniche per penetrazione nella *business community* internazionale. Le 71 Camere aderenti ad Assocamerestero sono presenti in 42 Paesi, associano 23 mila imprese interessate all'interscambio con l'Italia, e sviluppano ogni anno oltre 270 mila contatti di business. Altrettanto importante e funzionale è il ruolo giocato dalle 30

Camere miste in Italia. Espressioni dirette di larghe comunità d'affari estere, esse sono saldamente raccordate con il sistema camerale italiano in una collaborazione che offre al nostro sistema economico l'opportunità di ampliare la quota di investimenti esteri in Italia ed accrescere le occasioni di affari per le nostre imprese.

L'attività istituzionale delle Camere di Commercio a beneficio del Sistema Italia in materia di internazionalizzazione viene inoltre rafforzata con la recente circolare firmata dal Ministro Marzano, lo scorso 6 maggio, sulla

assegnazione del numero meccanografico. Il nuovo sistema, denominato *Italiancom*, comporterà l'esatta identificazione da parte delle Camere di Commercio ai fini della rilevazione statistica nazionale, di tutte le imprese italiane impegnate nei diversi percorsi di internazionalizzazione (esportazione, delocalizzazione, investimenti diretti produttivi all'estero, in particolare).

L'attuazione di questa circolare significherà, inoltre, il rafforzamento di una politica di alleanza istituzionale con ABI, ISTAT, UIC e Agenzia delle Dogane.

LE CAMERE DI COMMERCIO ITALIANE ALL'ESTERO

Le Camere di Commercio italiane all'estero (CCIE) sono associazioni di imprenditori e professionisti, italiani e locali, riconosciute dal Governo italiano ai sensi della Legge 1° luglio 1970, n. 518. Le CCIE sono quindi enti di diritto privato ma, attraverso il riconoscimento governativo, si configurano come soggetti di mercato in grado di svolgere quella funzione di interesse pubblico costituita dalla promozione dell'internazionalizzazione, realizzando anzi, grazie al meccanismo del cofinanziamento, una forte amplificazione delle risorse promozionali.

Il network mondiale delle CCIE si compone oggi di 71 soggetti camerali che, insieme alle delegazioni offrono una copertura di servizio

sui territori di operatività in 46 paesi e costituiscono una rete di 105 punti a disposizione delle piccole e medie imprese italiane e delle istituzioni. Le CCIE, inoltre, associano circa 23.000 imprese, il 70% delle quali sono imprese locali o italo-locali, sviluppando nel corso dell'anno circa 300.000 contatti d'affari. Il volume complessivo dell'attività promozionale generato nell'ultimo anno è stato pari a oltre 31 milioni di euro, ed è stato cofinanziato per circa un terzo con risorse dello Stato.

Si tratta di una rete di professionalità di cui può disporre l'Italia, che si articola in oltre 600 addetti a tempo pieno che lavorano nelle CCIE, cui si devono aggiungere gli oltre

1.200 amministratori-imprenditori che operano con continuità all'interno del sistema e rappresentano un potente fattore di radicamento delle Camere nelle realtà locali-estere.

Le Camere italiane all'estero rappresentano anche un network telematico, in quanto sono collegate in via informatica attraverso il sistema PLA.NET (www.assocamerestero.com/planet) che costituisce l'infrastruttura di comunicazione di tutte le Camere italiane nel mondo e attraverso la quale avviene sia il dialogo tra tutti i punti camerali sia il trasferimento di esperienze, informazioni, indicazioni sui mercati esteri, ecc.

LA LEGGE PER I BALCANI

La legge 21 marzo 2001, n. 84 (Legge per i Balcani) ha previsto l'istituzione di una sezione speciale del Fondo di perequazione per progetti camerali nella regione balcanica, nel quadro delle risorse finanziarie messe a disposizione dal MAP.

Unioncamere, infatti, è uno dei soggetti attuatori degli interventi di promozione e assistenza alle imprese insieme ad ICE, Informest, FDL Servizi.

Le Camere di Commercio, i Centri estero regionali, le Unioni regionali hanno pertanto presentato proposte progettuali ad Unioncamere per iniziative nella regione balcanica.

Nel luglio 2002, il Ministero delle Attività produttive ha approvato, nove progetti camerali che hanno coperto la totalità delle risorse finanziarie messe a disposizione dal MAP ad Unioncamere: 2.690.890 euro.

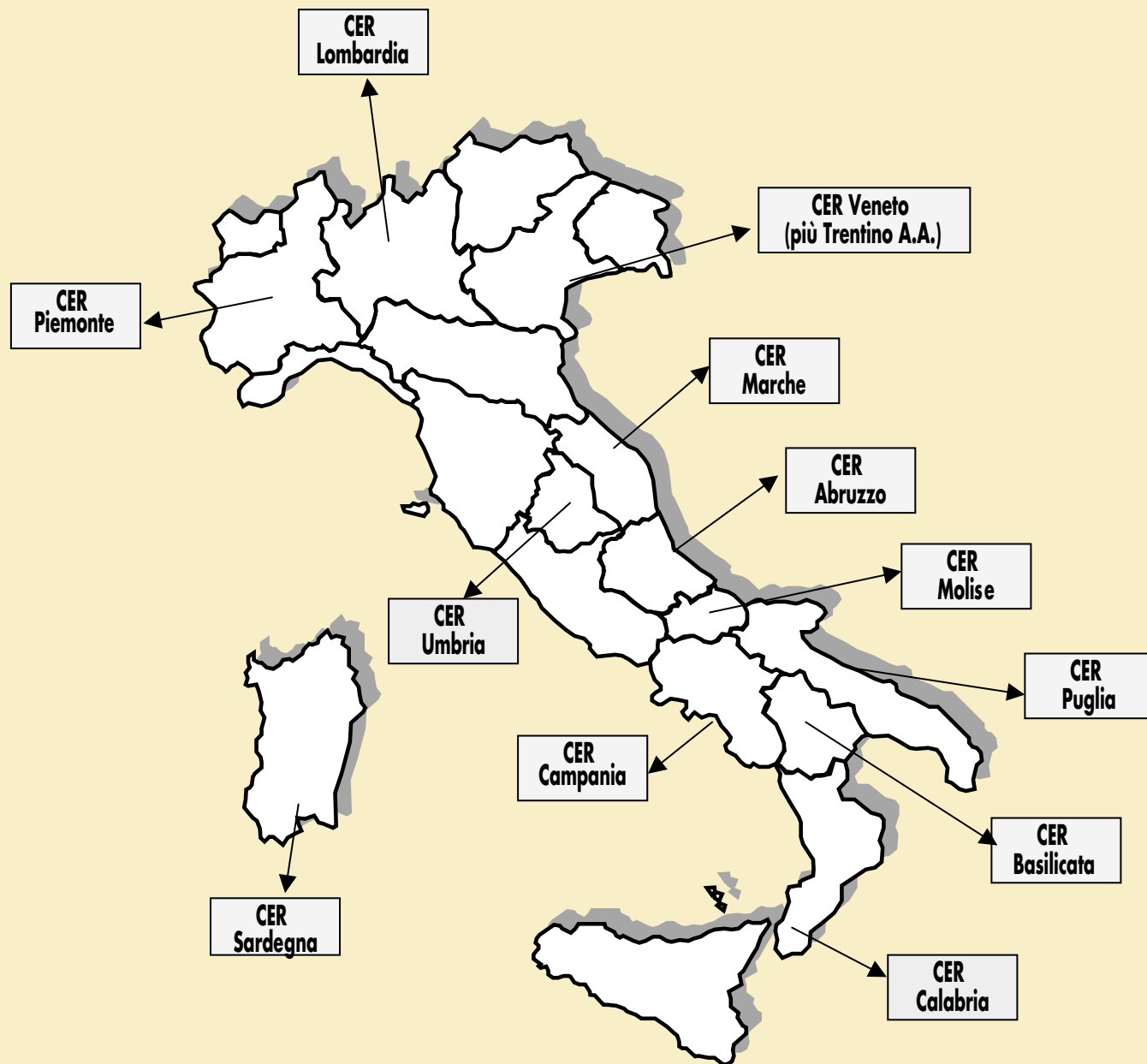
In particolare, il Governo italiano ha riconosciuto al sistema italiano delle Camere di Commercio un ruolo nella stabilizzazione dell'area e in particolare, una funzione di consulenza giuridica e trasferimento di competenze e tecnologia per l'istituzione e la gestione di un moderno sistema anagrafico per le imprese della regione balcanica. Di seguito si riporta l'elenco delle iniziative camerali in fase di attuazione dal gennaio 2004, a valere sull'annualità 2001 della legge.

■ *Lo sviluppo agricolo e territoriale in Italia e la riconversione dei terreni in Romania. Il secondo allargamento UE come opportunità per perseguire una gestione*

agricola rispettosa dei consumatori e delle esigenze del mercato; promosso dal Centro estero Lombardia;

- *Centro-Centro servizi in Romania; promosso dall'Unioncamere Veneto;*
- *Assistenza tecnica al sistema camerale serbo per il suo processo di aggiornamento; promosso dalla Camera di Commercio di Milano;*
- *Balcani on-line; promosso dalla Camera di Commercio di Trieste;*
- *Intervento sul sistema camerale della Bosnia-Erzegovina con creazione di centri servizi per il sostegno all'imprenditoria e per l'internazionalizzazione delle imprese ed analisi finalizzata all'introduzione del registro delle imprese; promosso dalla Camera di Commercio di Trieste;*
- *Assistenza tecnica nel controllo dell'inquinamento nell'area industriale di Pančevo in Serbia; promosso dalla Camera di Commercio di Ravenna;*
- *Programma di attività di formazione in ambito commerciale ed imprenditoriale a sostegno dell'istituzione dell'Associazione degli imprenditori della Comunità nazionale in Croazia; promosso dalla Camera di Commercio di Trieste;*
- *Studio di fattibilità della filiera delle carni nella Repubblica Croata; promosso dalla Camera di Commercio di Reggio Emilia;*
- *Parsec C8 (Partnership for the Southeastern European Countries Corridor 8); promosso dalla Camera di Commercio di Chieti.*

Figura 3.2.3. La rete dei Centri estero regionali delle Camere di Commercio



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

MONDIMPRESA AGENZIA PER LA MONDIALIZZAZIONE DELL'IMPRESA

Nell'ambito delle attività del sistema camerale per l'internazionalizzazione si colloca l'Agenzia Mondimpresa, dedicata esclusivamente ad attività di supporto in questo settore, con propri uffici a Bruxelles e a Palermo.

L'attività della società è caratterizzata da azioni a beneficio diretto delle diverse realtà del sistema camerale oltre ad iniziative direttamente rivolte alle PMI.

Mondimpresa e l'EuroInfoCentre 374 erogano al sistema camerale prodotti informativi e di primo orientamento sulle tematiche dell'internazionalizzazione; in particolare il Pacchetto servizi Eurospportello (tra i cui prodotti si segnala il servizio di risposta a quesiti; le schede Paese; il sistema informativo "Cosimo Export on-line", volto a scoprire i mercati esteri e le opportunità d'affari).

La principale mission dell'azienda è quella di assistere le Camere di Commercio del Meridione nelle loro azioni di promozione ed animazione in tema di internazionalizzazione; tra le attività recentemente avviate segnaliamo:

- lo sviluppo di attività di formazione e specializzazione rivolte agli operatori degli Sportelli internazionalizzazione camerali di Cagliari e Oristano, di Cosenza e Crotona, di Matera e Potenza, di Agrigento, Caltanissetta, Catania, Enna, Messina, Palermo, Ragusa, Siracusa e Trapani;
- l'azione di assistenza tecnica per la rea-

lizzazione di missioni outgoing e incoming imprenditoriali ed istituzionali alla Camere di Palermo, Vibo Valentia, Caserta, al Centro estero Campania ed all'Azienda speciale Promocosenza (anche attraverso il know-how di sette animatori specializzati sull'internazionalizzazione). Tra le missioni ricordiamo: EU-Mashrek (Damasco, ottobre 2003); Asia Interprise Catania (Catania, novembre 2003); Balkan and Black Sea Partnership (Salonicco, novembre 2003); BORDER (Vicenza, novembre 2003); le 7 missioni in Giappone con il programma dell'Unione europea "Gateway to Japan"; il progetto Tholos per la promozione dei prodotti tipici all'estero, avvalendosi delle comunità di emigrati sardi, avviato in collaborazione con l'Azienda speciale della CCIAA di Cagliari – Centro Servizi.

Sempre nel 2003 è stato realizzato il progetto di sistema e a rete "Formazione di quadri dei centri servizi per lo sviluppo delle PMI dei Paesi del Bacino Mediterraneo, Vicino e Medio Oriente e dell'Area dei Balcani – Rete INTEGRA", promosso dal Ministero degli Affari esteri, dalla Regione Sicilia e da Unioncamere; il progetto ha consentito ad oltre 50 strutture camerali di 18 regioni, che hanno ospitato 90 quadri e funzionari stranieri provenienti da 22 Paesi, di far conoscere la propria realtà economico-produttiva, la propria struttura organizzativa e di sviluppare progetti congiunti di collaborazione.

3.3

ORIENTAMENTO, FORMAZIONE, ALTERNANZA SCUOLA-LAVORO E MERCATO DEL LAVORO

Il sistema camerale è da tempo impegnato nel campo dell'orientamento, della formazione professionale e manageriale, della formazione all'imprenditorialità e per il raccordo tra sistema delle imprese-scuola-università, assicurando spesso anche servizi di *placement* ed attività di accompagnamento all'inserimento lavorativo. È attiva, a questo riguardo, una rete di oltre 70 strutture specializzate delle Camere di Commercio distribuita su tutto il territorio, che eroga servizi di orientamento al lavoro e di formazione, attivando ogni anno oltre 4 mila corsi e seminari, frequentati da 70 mila allievi, 14 mila dei quali partecipano a periodi di tirocinio in azienda, per un costo complessivo stimato che supera i 30 milioni di euro.

Accanto ad azioni ormai "tradizionali" (quale il sistema informativo Excelsior), da circa due anni, un notevole impegno è stato rivolto a ridefinire e rilanciare le linee strategiche del sistema camerale in tema di mercato del lavoro e sistemi formativi; e ciò anche e soprattutto alla luce dell'avvenuta riforma universitaria e scolastica e dei nuovi spazi ed opportunità che vengono offerti nel prossimo futuro in termini di sviluppo delle strutture camerali.

Elemento comune e punto di forza delle sperimentazioni in atto (che hanno coinvolto sia l'Unioncamere che le Camere di Commercio ed i loro organismi specializzati), è senza dubbio la centralità assunta dal tirocinio formativo o stage come esperienza formativa finalizzata a favorire l'incontro tra giovani e mondo del lavoro e ad acquisire esperienza diretta sul campo. Un notevole impulso all'utilizzo di questo tipo di strumento si con-

Tabella 3.3.1. I numeri di orientamento, formazione, alternanza scuola lavoro e mercato del lavoro

75	Camere di Commercio e/o Aziende speciali che hanno svolto attività d'informazione, orientamento e preformazione al lavoro
134	Strumenti utilizzati per la rilevazione dei fabbisogni formativi
14.361	Partecipanti a corsi o seminari realizzati direttamente dalle CCIAA
58	Camere di Commercio e/o Aziende speciali che hanno svolto attività di accompagnamento ed incontro domanda/offerta di lavoro
2,2	Milioni di euro investiti in attività di formazione organizzate direttamente dalle CCIAA

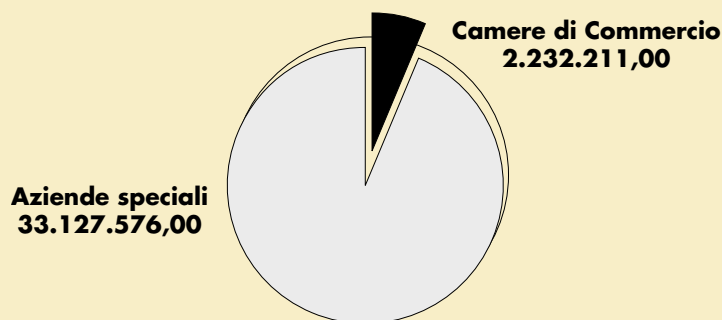
Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

Tabella 3.3.2. I numeri di orientamento, formazione, alternanza scuola lavoro e mercato del lavoro - Aziende speciali

56	Aziende speciali che svolgono attività di formazione e servizi per la gestione d'impresa
3.319	Corsi e/o seminari realizzati
53.262	Partecipanti a corsi e/o seminari
205.565	Ore di formazione erogate
9.921	Utenti che hanno fruito di servizi di orientamento al lavoro e preformazione
1.150	Utenti che hanno fruito di servizi di accompagnamento ed incontro domanda-offerta di lavoro dipendente
3.199	Utenti che hanno fruito di servizi di accompagnamento e promozione di forme di auto-impiego e lavoro indipendente
33,1	Milioni di euro investiti in attività di formazione dalle Aziende speciali

Fonte: Unioncamere, Osservatorio sulle Aziende speciali 2003

Grafico 3.3.1. Le risorse economiche destinate ad attività di formazione nel 2003 (valori in euro)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004 e Osservatorio Aziende speciali 2003

figura con la recente Legge di riforma della scuola (cosiddetta "Riforma Moratti") che prevede l'estensione generalizzata della formazione in alternanza scuola-lavoro (tirocini formativi ma anche altre metodologie alternative destinate al raccordo tra formazione e imprese, quali le borse estive di studio-lavoro, l'"Impresa formativa simulata" o l'apprendistato durante l'obbligo formativo) a tutti gli studenti delle scuole secondarie superiori (compresi quelli dei licei). A tal proposito la stessa legge (n. 53 del 28.03.03) di riforma della scuola, e in particolare l'articolo 4, ha assegnato, per la prima volta, in materia di alternanza scuola-lavoro, un ruolo istituzionale anche alle Camere di Commercio quali soggetti da coinvolgere in sede di progettazione, attuazione e valutazione dei percorsi formativi, nonché come potenziali soggetti di convenzioni per l'accoglienza di studenti in tirocinio formativo. In tal senso, anche grazie al sostegno del Fondo di perequazione, sono stati avviati progetti per l'attivazione di 68 sportelli (presso 64 CCIAA e 4

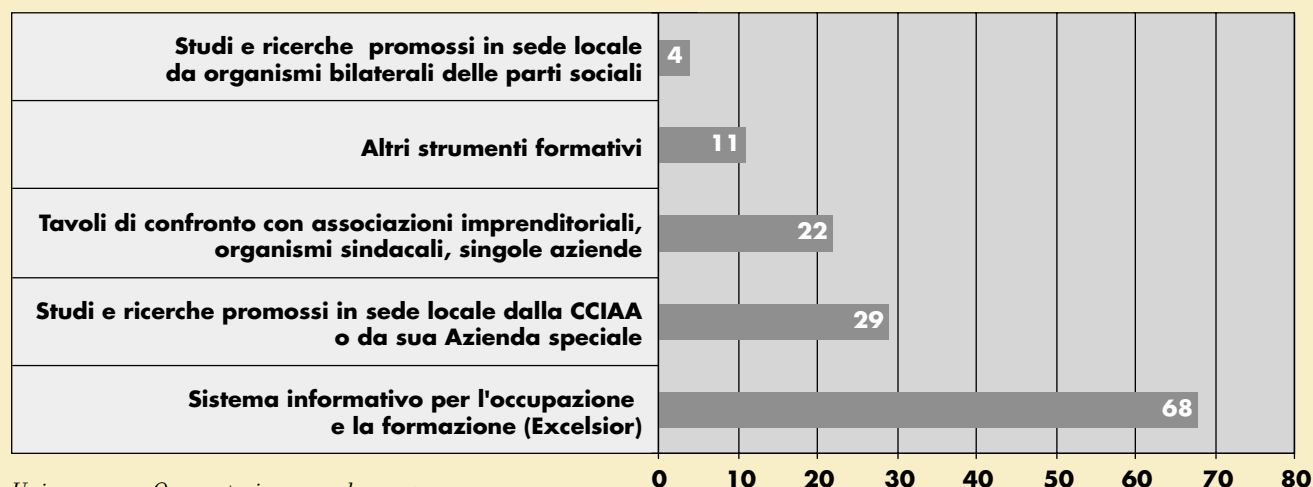
Unioni regionali) per l'offerta di servizi nel campo dell'orientamento scolastico, dei tirocini formativi e dei percorsi in alternanza, per un investimento totale di oltre 5 milioni di euro.

Ulteriore impulso e sostegno istituzionale alle iniziative camerali in tale ambito è venuto dal Protocollo d'intesa siglato il 27 giugno 2003 dal Presidente Unioncamere e dal Ministro dell'Istruzione. Obiettivo principale del Protocollo è promuovere iniziative congiunte per favorire il raccordo tra mondo della scuola e mondo delle imprese, attraverso lo sviluppo di forme di collaborazione tra istituzioni scolastiche, Camere di Commercio ed imprese per la realizzazione di sperimentazioni nel campo dell'alternanza scuola-lavoro. Le sperimentazioni sono state concretamente avviate nell'anno scolastico 2003/2004, di concerto con la Direzione generale del MIUR per l'istruzione post-secondaria e degli adulti e per i percorsi integrati. Ne è scaturita l'elaborazione di alcuni prototipi progettuali condivisi, resi disponibili alle Camere di Com-

mercio ed alle loro Unioni regionali che, adattandoli alle specificità dei rispettivi contesti territoriali e sulla base di appositi accordi di collaborazione con gli Uffici scolastici regionali di riferimento, hanno presentato al Fondo di perequazione 2002 progetti, approvati a fine 2003, che hanno coinvolto nel complesso ben 84 province e sono attualmente in fase di conclusione.

Sono poi proseguite le attività legate al Siste-

Grafico 3.3.2. Gli strumenti utilizzati per la rilevazione dei fabbisogni formativi (valori assoluti)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

ma informativo "Excelsior", realizzato ed aggiornato con cadenza annuale dall'Unioncamere in collaborazione con il Ministero del Lavoro, sistema giunto ormai alla sua settima edizione e che dal 1997 fornisce un rendiconto puntuale, aggiornato e sistematico, della consistenza e della distribuzione territoriale, dimensionale e per attività economica della domanda di figure professionali espressa dalle imprese. A tale proposito, l'Osservatorio camerale ha rilevato che Excelsior è la fonte statistico-informativa di gran lunga più utilizzata dagli organismi camerali nelle attività di analisi dei fabbisogni collegate alla progettazione e realizzazione degli interventi formativi. Da segnalare, tra l'altro, che tale rilevanza di Excelsior rispetto alle altre fonti

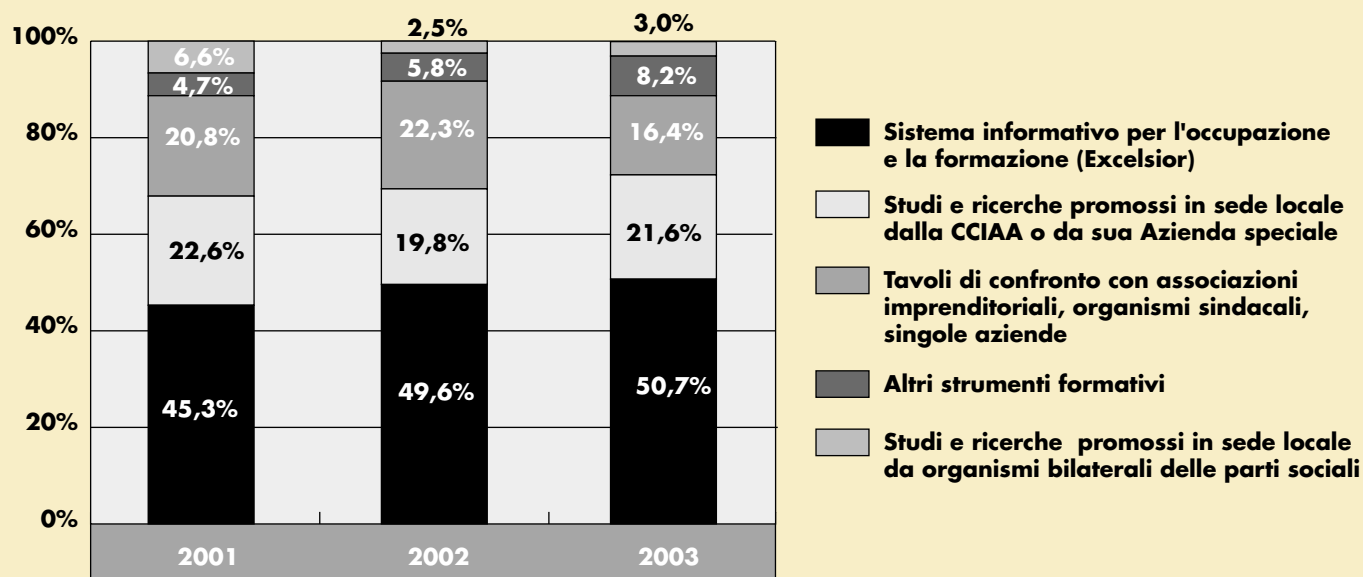
appare in notevole e costante crescita negli ultimi tre anni.

Da Excelsior trae impulso anche l'attività del sistema camerale in tema di orientamento, consolidatasi recentemente con il *Progetto Virgilio* – anch'esso realizzato dal Centro Studi Unioncamere e finanziato dal Ministero del Lavoro, con un ampio coinvolgimento a livello territoriale delle Camere di Commercio – finalizzato alla diffusione e valorizzazione dei dati raccolti tramite Excelsior ed alla realizzazione di una serie di supporti di informazione ed assistenza per favorirne l'utilizzo integrato con altre fonti conoscitive esistenti sul mercato del lavoro e sugli scenari di sviluppo dei settori economici (tra cui si segnala il portale www.jobtel.it).

DALL'ANALISI DEI FABBISOGNI ALL'INTERMEDIAZIONE DOMANDA-OFFERTA DI LAVORO: CAMERE DI COMMERCIO E RIFORMA BIAGI

L'articolo 6 del D.Lgs. 276 del 10 settembre 2003 (attuativo delle deleghe contenute nella Legge 30/03 – cosiddetta "Riforma Biagi") inserisce le Camere di Commercio tra i soggetti pubblici e privati che possono operare, in "regime particolare di autorizzazione", nelle attività di intermediazione tra domanda e offerta di lavoro, dove per attività di intermediazione si intende "l'attività di mediazione tra domanda e offerta di lavoro, anche in relazione all'inserimento lavorativo dei disabili e dei gruppi di lavoratori svantaggiati, comprensiva tra l'altro: della raccolta dei curricu-

Grafico 3.3.3. L'evoluzione degli strumenti utilizzati per la rilevazione dei fabbisogni formativi (valori %)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

IL PROGETTO E IL SISTEMA INFORMATIVO POLARIS PER L'ALTERNANZA SCUOLA-LAVORO

In linea con l'obiettivo di rafforzare e coordinare le strategie di sistema nel campo degli interventi di collegamento tra formazione e mondo del lavoro, l'Unioncamere si è impegnata dal 2003 nell'attivazione di una rete territoriale specializzata di sportelli camerati, con finanziamenti a valere sul Fondo di perequazione, di due linee d'azione integrate:

- Orientamento al lavoro e raccordo formazione-imprese;
- Sperimentazioni di percorsi in alternanza scuola-lavoro.

A supporto dei suddetti sportelli,

è stato anche realizzato un Sistema informativo, denominato POLARIS (Portale per l'orientamento al lavoro, l'alternanza e il raccordo tra imprese e sistemi formativi), che, tramite Internet, consente la gestione *on line* di una "banca dati tirocini", nonché la condivisione di strumenti, informazioni e contenuti editoriali utili agli operatori e agli utenti dell'alternanza formativa. I servizi del portale, accessibili all'indirizzo www.polaris.unioncamere.it, si rivolgono infatti a:

- giovani (prioritariamente studenti delle scuole superiori, ma anche universitari);
- imprese (in particolare piccole e medie);
- scuole e agli altri operatori impegnati nei processi di orientamento e formazione in alternanza (università, enti formativi, associazioni imprenditoriali, ordini professionali, centri per l'impiego e l'orientamento, ecc.).

Le attività degli sportelli POLARIS riguardano tre ambiti specifici:

- servizi per tirocini formativi e di orientamento;
- orientamento all'ingresso nel mondo del lavoro;
- analisi dei fabbisogni professionali e formativi delle imprese.

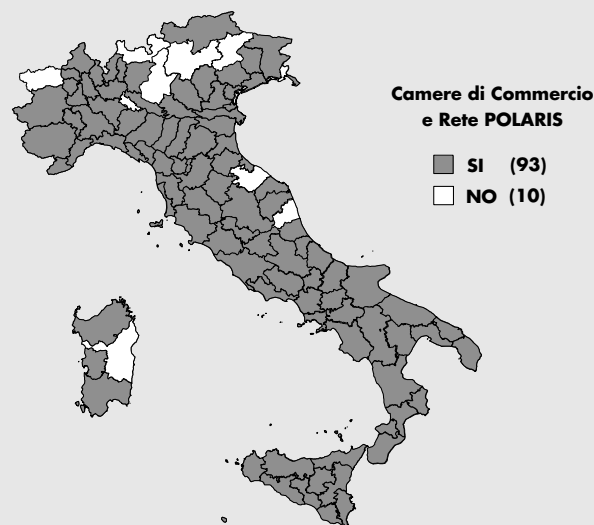
La principale funzione del Portale è quella di rappresentare un punto di contatto tra studenti, scuole, università, imprese ed operatori camerati: una "piazza virtuale" per favorire l'incontro tra giovani e imprese tramite lo strumento del tirocinio ed altri tipi di esperienza



aziendale, ma anche per acquisire e scambiare informazioni, pareri ed esperienze. In sintesi, gli obiettivi prioritari sono:

- facilitare l'abbinamento tra domanda e offerta di tirocini formativi, rendendo disponibile un "borsino telematico degli stage" per l'inserimento e la consultazione dei curricula di studenti e delle offerte di stage da parte delle aziende;
- offrire notizie, manuali, guide, riferimenti normativi ed altri strumenti per l'orientamento al lavoro, la formazione e la progettazione di percorsi di apprendimento mirati;
- creare una comunità professionale on-line, alla quale fornire strumenti di lavoro ed occasioni di confronto, condivisione e cooperazione.

A pochi mesi dalla sua attivazione il Sistema informativo POLARIS ha così creato una comunità professionale virtuale di 100 operatori camerati (sulle 93 realtà territoriali aventi titolo in quanto partecipanti al Progetto), che al momento si stanno impegnando per favorire l'incontro tra domanda e offerta di tirocini formativi. Recentemente, inoltre, è stata avviata la creazione degli altri profili di operatori (scolastici, aziendali, associativi ecc.), in modo da aprire gradualmente



segue

l'utilizzo delle varie funzionalità agli altri soggetti coinvolti nei percorsi in alternanza, mentre è già in fase avanzata l'attività di progressivo popolamento della banca dati, la cui struttura prevede la presenza di 5 archivi distinti, tra loro collegati:

■ **Enti formativi:** i dati delle scuole e delle università contattate ed interessate a fornire i curricula dei propri allievi o a proporre percorsi scuola-lavoro.

■ **Curricula:** candidature dei giovani in cerca di stage ovvero studenti delle scuole superiori, universitari, frequentanti corsi di IFTS, o qualificati, diplomati e laureati in cerca di lavoro.

■ **Aziende:** i dati delle aziende contattate per l'offerta di tirocini.

■ **Proposte di tirocinio:** specifiche dei tirocini offerti dalle aziende.

■ **Tirocini attivati:** se il *matching* ha esito positivo si dà avvio al tirocinio (occorre registrare l'evento e le caratteristiche principali).

I principali numeri del Sistema (situazione aggiornata al 15 marzo 2004)



Fonte: Unioncamere, Ufficio Studi

la dei potenziali lavoratori; della preselezione e costituzione di relativa banca dati; della promozione e gestione dell'incontro tra domanda e offerta di lavoro; della effettuazione, su richiesta del committente, di tutte le comunicazioni conseguenti alle assunzioni avvenute a seguito della attività di intermediazione; dell'orientamento professionale; della

progettazione ed erogazione di attività formative finalizzate all'inserimento lavorativo". Si aprono in tal modo, anche per il sistema delle Camere di Commercio, nuovi possibili spazi di intervento e di servizio alle imprese e al territorio. Le Camere di Commercio, del resto, in considerazione della loro natura e delle loro finalità istituzionali sono

tra i soggetti più adatti a favorire l'incontro della domanda ed offerta di lavoro, potendo mettere a disposizione, delle nuove politiche attive del lavoro, una consolidata e qualificata esperienza nel campo dell'orientamento, della formazione e del mercato del lavoro. Costituiscono inoltre un vero e proprio "sistema a rete", capillarmente diffuso su tutto

l'intero territorio nazionale in grado di garantire, anche dal punto di vista tecnologico, modalità di funzionamento tali da consentire un'efficace produzione e circolazione di informazioni, anche per favorire i processi di mobilità territoriale.

La possibilità per le Camere di svolgere l'attività di collocamento e di intermediazione prevista dal decreto si pone peraltro in una logica di continuità rispetto all'esperienza maturata sia a livello informativo che nell'ambito dell'alternanza scuola-lavoro. Si tenga anche conto che le Camere di Commercio in almeno la metà delle province italiane svolgono, direttamente o tramite organismi di loro emanazione, azioni di ricerca e selezione di personale specializzato, placement finalizzato per giovani e adulti disoccupati di breve e lunga durata tramite l'utilizzo dei tirocini formativi e di orientamento, colloqui di prima accoglienza, bilanci di competenze e colloqui orientativi di secondo livello (vedi, ad esempio, le esperienze di Padova, Treviso, Verona, Vicenza, Reggio Emilia, Roma, Grosseto, Potenza, Napoli, Milano, Genova, Bari ecc.). Il numero di Camere di Commercio che, direttamente o tramite Azienda speciale, gestiscono servizi di informazione, orientamento al lavoro e pre-formazione, che spesso si spingono alle attività di accompagnamento per l'incontro domanda-offerta di lavoro, è tra l'altro in crescita negli ultimi anni (tabella 3.3.3).

Per sperimentare in alcune realtà provinciali questa nuova importante funzione di servizio alle imprese e al territorio, sono state attivate, a partire dal 2004, apposite partnership tra Unioncamere ed altri organismi istituzionali (nazionali ed internazionali), finalizzate a favorire ed accompagnare l'inserimento lavorativo di specifiche categorie di lavoratori, rientranti in fasce di particolare rilievo ed interesse sociale ed istituzionale. Prime opportunità, in tal senso, derivano dalla stipula di due accordi proposti all'Unioncamere, rispettivamente, dal Ministero di Giustizia (per favorire l'inserimento lavorativo di detenuti) e dal Ministero della Difesa (finalizzato al collocamento sul mercato del lavoro di militari volontari congedati).

SISTEMA CAMERALE E UNIVERSITÀ

Nella storia del sistema camerale italiano c'è una lunga tradizione di rapporti tra Camere di Commercio ed Università, anche in considerazione della loro comune natura di "enti autonomi funzionali", che s'interessano dello sviluppo culturale, sociale ed economico del Paese. In virtù di ciò, la recente riforma universitaria (in particolare il DM 509) ha previsto che gli Atenei, nella propria programmazione, tengano conto delle esigenze del mondo produttivo, raccordando domanda ed offerta attraverso il coinvolgimento dei rappresentanti di questo mondo, comprese le Camere di Commercio. Si tratta del resto di

un filone che, ormai da vari anni, vede anche un considerevole impegno del sistema delle Camere di Commercio nella promozione e realizzazione dell'alternanza università-lavoro, a partire dal modello formativo sperimentato nell'ambito dei Diplomi universitari, prima con il Progetto "Ponte" nelle regioni meridionali e poi con il Progetto "Campus" per quelle del Centro/Nord. In questi progetti le Camere – con il coordinamento di Unioncamere ed in collaborazione con la Conferenza dei Rettori – hanno gestito moduli integrativi di "cultura d'impresa" e stage formativi in azienda. Tale positivo rapporto avviato con il mondo accademico prosegue tuttora, grazie alla partecipazione di Unioncamere e delle Camere di Commercio alle attività del Progetto "CampusOne", destinato ad accompagnare, con apposite iniziative

Tabella 3.3.3. Le Camere di Commercio che hanno svolto attività e servizi collegati alle azioni formative per le imprese

Attività	Direttamente		Attraverso Azienda speciale		Totale	
	2002	2003	2002	2003	2002	2003
Informazione, orientamento al lavoro e preformazione	33	34	44	41	77	75
Accompagnamento e incontro domanda/offerta di lavoro	16	23	34	35	50	58

Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

sperimentali, il decollo del nuovo sistema universitario, con particolare riguardo per le nuove lauree triennali e di temi connessi alla realizzazione dell'autonomia didattica, al rinnovamento del management didattico ed al miglioramento qualitativo dell'offerta.

I rapporti di collaborazione tra mondo camerale e mondo accademico non si limitano però ai suddetti progetti. Le Camere di Commercio, infatti, hanno anche contribuito alla creazione di poli e sedi universitarie distaccate che, successivamente, in molti casi, si sono trasformate in nuovi Atenei. Esistono associazioni e consorzi universitari, nati con lo scopo di favorire lo sviluppo di studi universitari in città sprovviste, che vedono l'attiva partecipazione della Camera di Commercio come socio fondatore. In altri casi, la collaborazione si concretizza nella partecipazione finanziaria delle Camere di Commercio ad iniziative di formazione e di ricerca delle Università italiane. Infine, dal 1998 è operativo un apposito Accordo di Programma CRUI-Unioncamere (Conferenza dei Rettori delle Università Italiane).

Tra la fine del 2003 ed i primi mesi del 2004, Unioncamere ha avviato un apposito censimento dei rapporti in essere sul territorio tra Strutture camerali ed Università, relativamente a progetti, iniziative e servizi, finalizzato soprattutto ad individuare le dimensioni ed i possibili ambiti di sviluppo. Dalla ricognizione effettuata (conclusasi a fine aprile) sono risultate attive collaborazioni in 95 province, dislocate capillarmente sull'intero territorio nazionale, che coinvolgono le locali Camere di Commercio o Aziende speciali e, nel complesso, più di 70 diversi Atenei. Si contano, in estrema sintesi, poco meno di 500 collaborazioni divise in 7 macro-aree di attività specifiche con una netta prevalenza dell'azione collaborativa sui temi della formazione (160) e della innovazione (128).

3.4

PROMOZIONE DELLE FILIERE

Anche nel 2003 la rete camerale ha continuato la tradizionale azione di supporto ai sistemi economici locali in una logica di politiche di filiera e di erogazione di servizi alle imprese nel campo dell'agroalimentare, dell'artigianato e del turismo, anche a fronte delle

importanti competenze amministrative affidate loro.

In particolare, l'attenzione del sistema è stata posta al tema della promozione della qualità, una delle condizioni fondamentali per lo sviluppo ed il miglioramento del sistema produttivo.

Lo sforzo messo in campo nel corso dell'anno da oltre 70 Camere di Commercio si è in

Tabella 3.4.1. I numeri della promozione delle filiere

61	Camere di Commercio che hanno svolto attività per la promozione della commercializzazione in Italia
8.963	Imprese partecipanti alle attività promozionali
771	Progetti realizzati in tema di attività promozionali di cui 399 inerenti al settore agroalimentare
309	Progetti promozionali che hanno visto il coinvolgimento delle Camere di Commercio di cui 274 inerenti al settore agroalimentare
97	Progetti per la valorizzazione di prodotti locali attraverso azioni di sostegno per il riconoscimento di denominazione di origine
95	Progetti relativi alla promozione di produzioni locali attraverso consorzi
35,6	Milioni di euro di risorse complessive destinate dalle Camere di Commercio e dalle Aziende speciali alle attività di promozione della commercializzazione

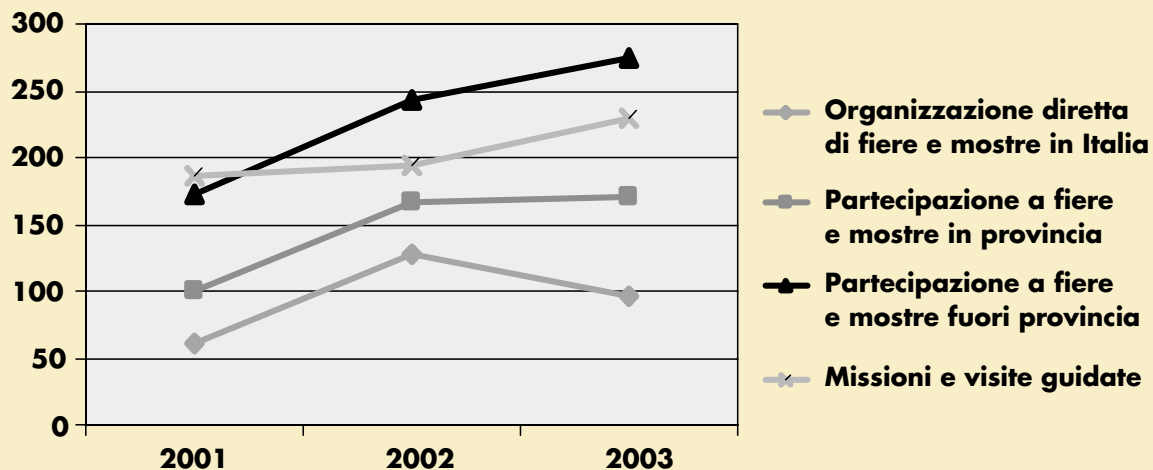
Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2004*

Tabella 3.4.2. I numeri della promozione delle filiere - Aziende speciali

52	Fiere e mostre organizzate direttamente in Italia
3.232	Imprese coinvolte
48	Partecipazione a fiere e mostre in provincia
1.752	Imprese coinvolte
53	Partecipazione a fiere e mostre fuori provincia
1.909	Imprese coinvolte
10	Missioni e visite guidate

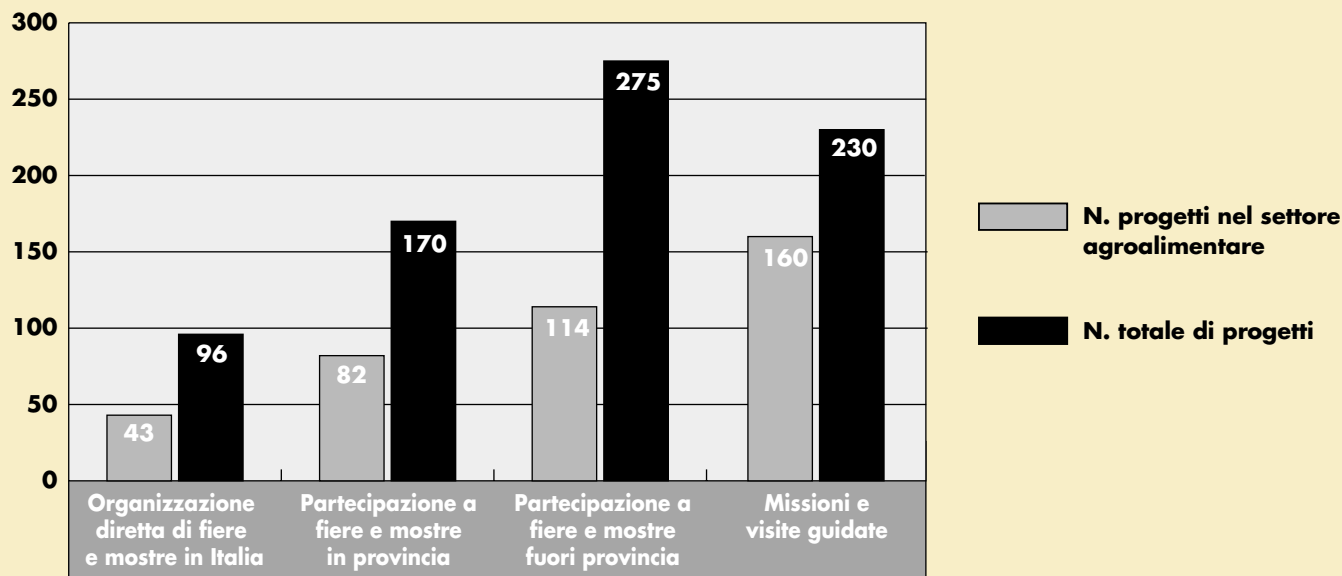
Fonte: *Unioncamere, Osservatorio sulle Aziende speciali 2003*

Grafico 3.4.1. L'andamento dei progetti svolti direttamente dalle Camere di Commercio per tipo (valori assoluti)



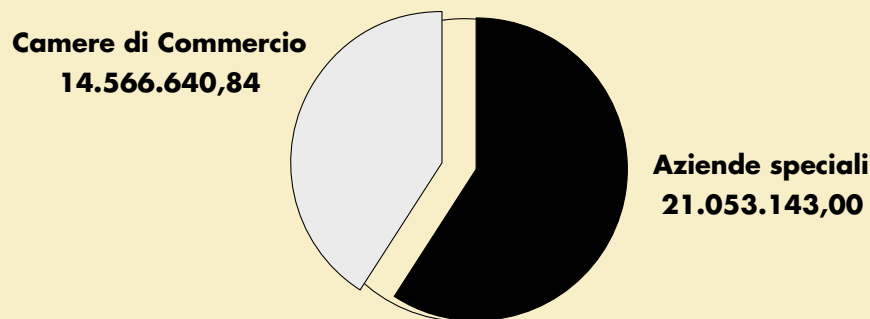
Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

Grafico 3.4.2. I progetti svolti direttamente dalle Camere di Commercio per tipo, con specifica dei progetti riguardanti il settore agroalimentare nel 2003 (valori assoluti)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

Grafico 3.4.3. Le risorse economiche destinate alle attività a sostegno della promozione della commercializzazione nel 2003 (valori in euro)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004 e Osservatorio sulle Aziende speciali 2003

particolare orientato ad ampliare e consolidare l'attività in materia di certificazione dei prodotti agroalimentari (DOP-IGP, marchi, certificazione di prodotto, ecc.), introducendo sistemi, schemi e strumenti di qualificazione della produzione che consentano il riconoscimento, la valorizzazione e la tutela appropriati alla specificità dei prodotti stessi.

Più in dettaglio, le Camere di Commercio si sono attivate per assistere i produttori nel dotarsi delle pratiche e degli strumenti anche informatici per l'introduzione di schemi e sistemi di qualità e hanno supportato le organizzazioni dei produttori nella elaborazione del disciplinare di ciascun prodotto (anche avvalendosi della Rete dei Laboratori camerali accreditati per le analisi sui prodotti). In

Tabella 3.4.3. Le attività promozionali realizzate dalle Aziende speciali nel corso del 2002 con l'indicazione del numero di imprese partecipanti

Attività promozionali realizzate	N. iniziative	N. imprese partecipanti
Organizzazione diretta di fiere e mostre in Italia	52	3.232
Partecipazione a fiere e mostre in provincia	48	1.752
Partecipazione a fiere e mostre fuori provincia	53	1.909
Missioni e visite guidate	10	18
TOTALE	163	6.911

Fonte: Unioncamere, Osservatorio sulle Aziende speciali 2003

questo ambito è stata anche valorizzata l'attività informativa sui prezzi dei prodotti agroalimentari realizzata nella Borsa merci telematica italiana.

Per consolidare il ruolo del sistema camerale nell'ambito della qualità, in particolare nel settore dell'agroalimentare è stata realizzata l'Assise nazionale degli amministratori camerali rappresentanti il settore agricolo (tenutasi il 29 gennaio 2003), nel corso della quale è stato stipulato un importante protocollo d'intesa con il Ministero delle Politiche agricole e forestali. Questo atto di collaborazione, nato per rafforzare le azioni sui terreni della qualità, della semplificazione amministrativa e della promozione dei prodotti, ha poi prodotto dei veri e propri accordi operativi con INRAN e AGEA.

Ulteriore occasione di diffusione e promozione della qualità è data dal Reg. Cee 178/02, che prevede, già dal 1° gennaio 2005, l'obbligo di rintracciabilità per tutte le produzioni agroalimentari.

Nell'ambito dell'artigianato (produzioni artistiche, tessitura e ricamo, vetro, ceramica e pietra, cuoio e tappezzeria, lavorazione metalli pregiati, strumenti musicali, ecc.), l'obiettivo è quello di promuovere un approccio integrato che, attraverso l'istituto della certificazione, valorizzi le peculiarità territoriali e le tradizioni produttive artigianali locali. Analogamente a quanto già previsto per le produzioni agroalimentari, le Camere si stanno impegnando nella diffusione presso le imprese di meccanismi di valorizzazione e tutela attraverso i marchi collettivi delle produzioni artigianali tradizionali, svolgendo un ruolo attivo nella promozione dell'aggregazione delle forze produttive locali.

Un'attività che si è cercato di avviare prioritariamente nei settori (tessuti e pelletteria) più esposti alla concorrenza dei Paesi asiatici.

Il 2003 rappresenta, per certi versi, un anno di passaggio nel rapporto tra impresa minore e intermediari creditizi. Ciò per aspetti di tipo normativo, ma anche per il cambiamento delle politiche di mercato: rientrano tra i primi l'introduzione della legge di inquadramento sui consorzi e le cooperative di garanzia fidi, ma anche l'adozione di una revisione sull'efficienza del capitale bancario (Basilea 2) che, come noto, porterà a nuove regolamentazioni comunitarie e nazionali da qui al 2007; fanno parte invece del secondo contesto i nuovi modelli (sia di tipo organizzativo che strategico) adottati dal sistema bancario e creditizio verso le imprese minori. A ciò si deve aggiungere senz'altro, il riconoscimento ufficiale – da parte anche delle istituzioni europee – della micro e piccola impresa, quale realtà determinante dell'economia in molti contesti comunitari, quali ovviamente quello italiano.

Pur restando abbastanza ancorata al reperimento dei capitali di debito a breve termine, la piccola impresa sta lentamente spostandosi verso forme di approvvigionamento maggiormente in linea con i processi di programmazione degli interventi, probabilmente frutto di alcuni anticipati effetti della cosiddetta riforma del trattato di Basilea. Questo sta progressivamente causando la ricerca di partner istituzionali e privati (le Camere, quindi, ma anche i sistemi di garanzia fidi e le Associazioni di categoria), in grado di aiutare non tanto la ricerca di condizioni migliori – visto lo storico livello dei tassi di interesse che l'effetto euro e la congiuntura internazionale stanno facendo registrare – quanto il reperimento di strumenti finanziari cosiddetti di "supporto". Garanzie meno

onerose, costi accessori più leggeri e soprattutto assistenza alla scelta dei migliori modelli di credito.

In questo contesto le attività svolte dal sistema camerale sui temi della finanza sono focalizzate alla promozione di apposite iniziative finalizzate non solo a favorire il processo di informazione e sensibilizzazione sul nuovo rapporto tra impresa e sistemi finanziari della nuova generazione, ma soprattutto a convertire l'azione di promozione proprio sui servizi di finanziamento delle imprese, fino ad arrivare alla promozione di mercati informali dei capitali, favorendo l'incontro fra domanda ed offerta di finanziamento.

I dati provenienti dall'Osservatorio camerale indicano, sulla base delle 81 Camere che han-

Tabella 3.5.1. I numeri di finanza e credito

14,2	Attività svolte in tema di finanza e credito <i>di cui:</i>
56	Rapporti/convenzioni con banche, raccordi con confidi
32	Seminari, congressi, ecc.
21	Servizi di promozione e consulenza sul credito
20	Iniziative per la formazione diretta alle imprese
7	Pubblicazioni di bollettini e servizi di informazione
6	Tavoli periodici di rilevazione e diffusione dei dati
104	Partecipazioni dei rappresentanti delle Camere di Commercio in Istituti di credito
406	Confidi
375	Partecipazioni delle Camere di Commercio a confidi
13,7	Milioni di euro di contributi finanziari diretti erogati dalle Camere di Commercio alle imprese <i>di cui:</i>
4,4	destinati al settore "Artigianato"
3,7	destinati al settore "Industria"
3,1	destinati al settore "Commercio"
1,4	destinati al settore "Agricoltura"
0,8	destinati al settore "Servizi"

Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2004*

no risposto a questa sezione del questionario, una sostanziale conferma dell'impegno camerale sul tema della finanza e credito. In particolare in 20 Camere di Commercio è presente un ufficio dedicato ai temi relativi alla finanza e al credito – con una presenza doppia di questa struttura nelle Camere del Nord-Est rispetto alle altre macroaree – mentre nelle restanti 60 Camere questo compito è svolto principalmente dall'area promozione.

Andando ad analizzare le attività svolte nel 2003 dalle aree della finanza e del credito si individua una generale tendenza delle Camere a concentrare i propri sforzi sulla costruzione di rapporti e convenzioni con il mondo bancario, oltre che a mantenere il raccordo con i confidi. A seguire si nota un'attività generale della rete camerale nel realizzare seminari, fornire servizi di promozione e consulenza sul credito ed a fornire iniziative per la formazione diretta alle imprese. Si può dunque dire che esiste una forte propensione ai servizi di supporto diretto alle imprese, ma una scarsa attività legata alla produzione di materiale di divulgazione (bollettini informativi, oppure tavoli periodici di rilevazione e diffusione dati). Comportamento che probabilmente discende, da un lato, dal fatto che sono una minoranza le Camere di Commercio che seguono questo tema attraverso l'Ufficio studi e statistica e, dall'altro, dalla non sempre efficace capacità del sistema camerale a reperire informazioni dal territorio per metterle a disposizione della rete (graf. 3.5.2). Complessivamente l'attività della rete camerale mobilita circa 13,7 milioni di euro attraverso contributi diretti ai settori, di cui la maggior parte vengono rivolti al comparto dell'artigianato (il 32% del totale, pari a oltre 4 milioni di euro). A seguire i contributi dell'industria e del commercio (graf. 3.5.1 e 3.5.3).

All'impegno economico delle Camere segue ovviamente un conseguente impegno del personale; infatti delle 81 Camere considerate, ben 24 dedicano una persona (ovvero oltre il 70% della prestazione lavorativa) ai temi della finanza e credito. È da sottolineare come di queste 24 Camere ben 12 non abbiano un ufficio dedicato a queste tematiche, pur destinando un addetto a seguire principalmente l'argomento, riconoscendo dunque specifica importanza all'area in questione.

GLI INTERVENTI PER GLI STRUMENTI DI GARANZIA COLLETTIVA FIDI

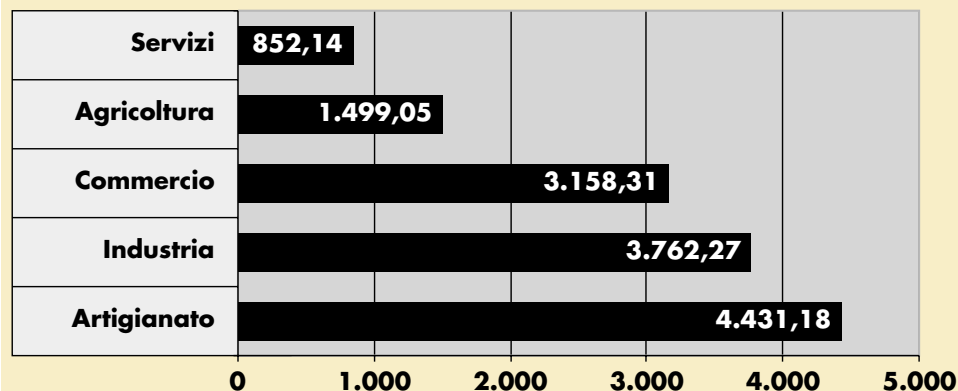
Il sistema dei confidi nazionali nel 2003 si presenta come un insieme di 1.056 organismi (+2,3% rispetto ai 1.032 dello scorso anno) registrati nell'apposita sezione dell'elenco degli intermediari finanziari (presso l'Ufficio italiano cambi): si tratta di organismi di-

versissimi sia a livello dimensionale che a livello di attività e di servizi svolti. In questo contesto non va, però, dimenticato che molte strutture sono nate a seguito della legge 108 sulla prevenzione all'usura e che molte altre organizzazioni non appartengono a forme associative o ad organizzazioni di categoria (circa il 30%).

La distribuzione geografica dei confidi del 2003 conferma una preponderanza di organismi nel Settentrione – dove è anche più matura e più consolidata l'attività dei consorzi e delle cooperative di garanzia fidi – ma si registra un incremento nelle regioni del Centro (+7 rispetto al 2002) e soprattutto del Mezzogiorno (+18), come illustrato nella figura 3.5.1.

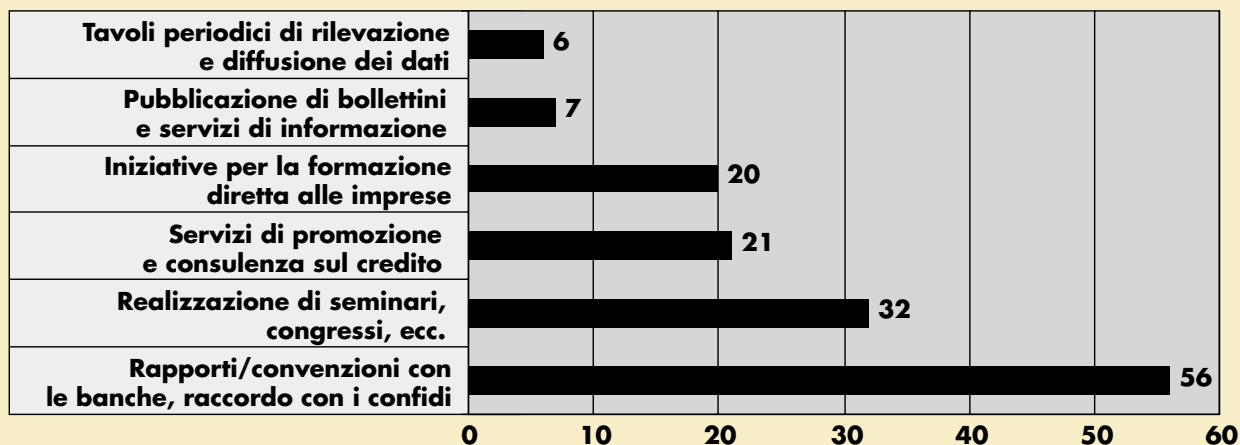
In particolare è da segnalare l'aumento del numero di confidi nella regione Campania che, malgrado conti solo 5 province, passa da 64 unità a 76 nel 2003, mentre l'Emilia Ro-

Grafico 3.5.1. I settori destinatari dei contributi finanziari diretti erogati dalle Camere di Commercio nel 2003 (migliaia di euro)



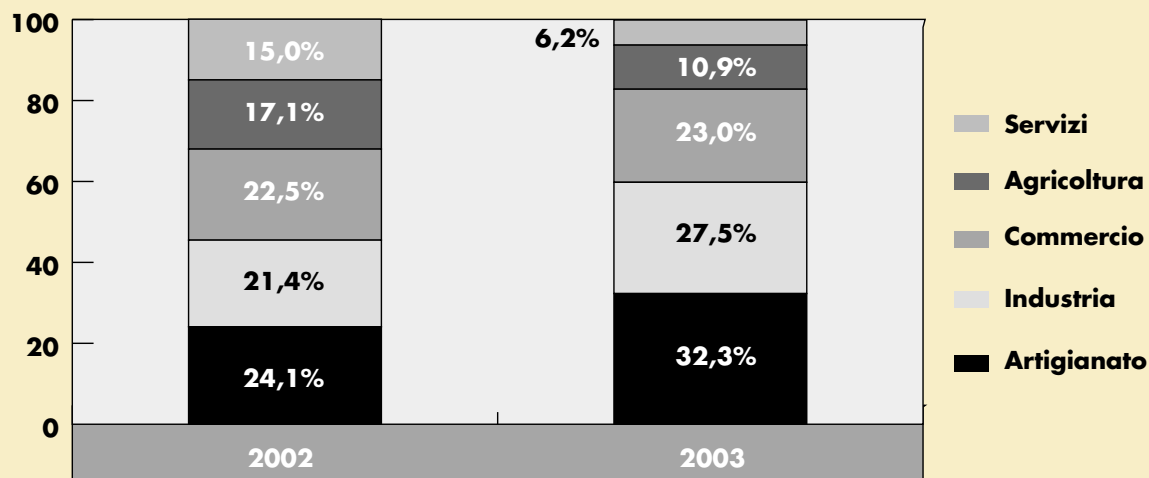
Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

Grafico 3.5.2. Le attività prevalentemente svolte nell'area finanza e credito (valori assoluti)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

Grafico 3.5.3. L'evoluzione dei settori destinatari dei contributi finanziari diretti erogati dalle Camere di Commercio (valori %)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

Figura 3.5.1. La presenza dei confidi in Italia



magna con le sue 9 province passa da 68 confidi a 71 (+12%), confermando così l'asimmetria tra numerosità delle province e quella dei confidi, già evidenziata nel rapporto 2002.

Infine si registra come la Puglia continui ad avere il maggior numero di confidi (127) a livello italiano, superiore di 10 unità rispetto alla Lombardia e di 26 unità rispetto al Veneto che si collocano, rispettivamente, al secondo e terzo posto per numerosità.

Tali dati, che si riferiscono esclusivamente alla presenza di organismi di garanzia, non permettono la lettura dell'attività economica e finanziaria delle stesse strutture (valori affidati, imprese beneficiarie, ecc.), in quanto – per alcuni settori economici – risultano di difficile reperibilità.

Passando ad esaminare la partecipazione delle Camere alla vita dei confidi, nel 2003, ben 63 Camere di Commercio su un totale di 81 (che hanno risposto al questionario) hanno dichiarato di possedere partecipazioni all'interno degli organismi di garanzia (tabella 3.5.2).

In totale le Camere detengono partecipazioni in ben 407 istituti (quasi il 40% del totale). Se consideriamo le Camere di Commercio con il maggior numero di partecipazioni all'interno di confidi ai primi posti spiccano le realtà di L'Aquila, Teramo e Napoli (ciascuna con 17 partecipazioni), Vicenza (16), Ascoli Piceno (13), Bologna (12), Cremona (12), Padova (12), Verona (11), Varese (10), Venezia (10) e Bergamo (10). Andando ad analizzare la distribuzione dei confidi a livello regionale si nota come vi siano regioni in tutte le macro aree (Nord-Ovest, Nord-Est, Centro e Sud) con numerose partecipazioni all'interno dei confidi (graf. 3.5.4).

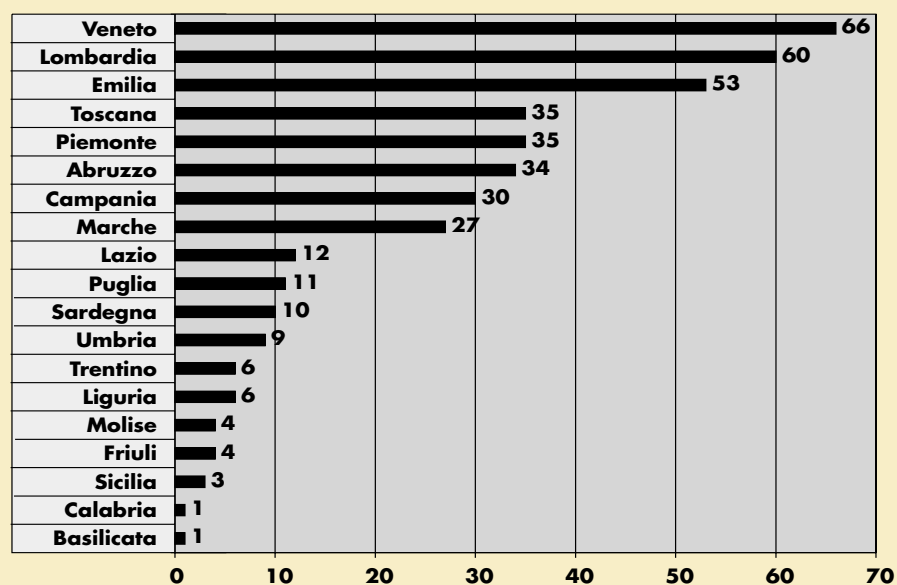
Il contributo al fondo rischi dato dalle Camere – nel corso del 2003 – ammonta ad oltre 22 milioni di euro, mentre quello in conto inte-

ressi è superiore a 11 milioni di euro, infine la partecipazione al capitale sociale dell'insieme dei confidi assomma ad oltre 3 milioni di euro. Il valore complessivo degli affidamenti erogati alle imprese dai confidi partecipati dalle Camere supera gli 8,7 miliardi di euro. Si registra dunque, rispetto al 2002, un incremento del 20% del totale affidamenti erogati dagli istituti (ma il dato va depurato del maggior numero di Camere censite rispetto

all'anno precedente). I contributi relativi al fondo rischi e al conto interessi crescono, rispettivamente, del 35,8% e 37,6% rispetto al 2002.

Infine 69 partecipazioni (suddivise tra 27 Camere) hanno un proprio esponente all'interno del Consiglio d'Amministrazione, mentre in 30 partecipazioni (suddivise tra 12 Camere) il sistema ha un esponente all'interno dell'Assemblea. Un'ultima osservazione cor-

Grafico 3.5.4. Il numero di confidi partecipati dal sistema camerale per regione (dati su 81 CCIAA)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

Tabella 3.5.2. I dati sui confidi (dati rilevati su 81 Camere di Commercio)

Partecipazioni CCIAA	N. confidi	Imprese associate	Totale affidamenti	Contributi fondo rischi	Contributi conto interessi	Partec. capitale sociale
375	407	499.247	8.752.777.237,00	22.531.797,00	11.264.388,00	3.342.053,00

Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

rela i due dati: in 16 partecipazioni il sistema è presente sia nell'Assemblea che nel CdA, mentre, in 53 solo nel CdA ed, infine in 14 casi solo nell'Assemblea degli istituti considerati.

LE CAMERE E LE FONDAZIONI BANCARIE

Gli importanti cambiamenti registrati nel 2003 da parte del sistema creditizio hanno riguardato anche il settore delle 89 fondazioni di origine bancaria. Esse hanno infatti assunto – nel corso degli ultimi anni – un ruolo sociale e civile sempre più rilevante, ma è proprio nel 2003 che hanno trovato una collocazione istituzionale che potremmo dire per certi versi definitiva.

La sentenza della Corte costituzionale del settembre 2003 le ha infatti riconosciute quali enti privati dotati di piena autonomia (indipendentemente dal perdurare di loro coinvolgimenti in società bancarie), sciogliendo così in maniera definitiva il nodo pubblico-

privato e riconoscendo che le stesse svolgono compiti di interesse generale.

Inoltre tale provvedimento ha anche stabilito che la rappresentanza negli organi di indirizzo delle fondazioni spetti in prevalenza agli enti pubblici e privati espressivi delle realtà locali (non, quindi, appannaggio esclusivo di Comuni, Province e Regioni).

I membri totali negli organi di indirizzo delle fondazioni possono variare da un minimo di 5 elementi fino ad un massimo di 50, allo stesso modo la presenza camerale all'interno varia da un minimo di 1 ad un massimo di 7 elementi; questo fa sì che la rappresentanza camerale media in 85 delle 89 fondazioni sia del 11%, con punte del 30% (Fond. Cassa di Risparmio di Gorizia e Fond. Cassa di Risparmio di Puglia) e del 40% (Fond. Cassa di Risparmio Salernitana).

Dal punto di vista della dislocazione geografica si denota una forte presenza di queste organizzazioni nelle regioni del Nord e Centro

Italia, rispettivamente con 45 e 33 fondazioni presenti (si riporta nella figura 3.5.2 il dettaglio della distribuzione delle fondazioni partecipate per regione).

Nelle regioni del Mezzogiorno si concentrano unicamente 7 istituti, in questi però la presenza delle Camere è elevata: infatti il 25% dei membri appartenenti agli organi di indirizzo appartiene all'ambito camerale.

Vista la consistente rappresentanza delle Camere di Commercio all'interno di questi organismi riteniamo opportuno fare un approfondimento sulle attività che queste svolgono (tabella 3.5.3). In particolare, in base al rapporto ACRI 2003 sulle 89 fondazioni bancarie, risulta che l'impegno principale per numerosità e per importo complessivo riguarda le attività culturali ed artistiche (oltre 7.500 interventi per un importo complessivo di più di 300 milioni di euro).

Al secondo posto per numerosità di interventi si trovano le attività legate all'assistenza so-

Tabella 3.5.3. Le attività delle 89 fondazioni bancarie

Settori	Interventi (numero)	Importo (milioni di euro)
Attività culturali ed artistiche	7.519,0	311,3
Istruzione	2.963,0	176,9
Assistenza sociale	4.146,0	134,5
Filantropia e volontariato	435,0	129,5
Sanità	1.120,0	112,5
Ricerca	1.079,0	96,2
Promozione della comunità locale	1.428,0	72,9
Ambiente	292,0	23,4
Sport e ricreazione	1.188,0	14,0
Attività internazionali	110,0	3,5
Attività religiose	119,0	1,9
Promozione e tutela dei diritti civili	39,0	0,2
TOTALE	20.438,0	1.076,8

Fonte: *Unioncamere*

ciale (oltre 4.000 interventi per più di 100 milioni di euro), mentre se consideriamo l'intervento economico deve essere collocato al secondo posto l'istruzione (oltre 150 mi-

lioni di euro per quasi 3000 interventi). È chiaro comunque che questi primi tre settori di intervento assorbono la maggior parte delle risorse di questi organismi.

Figura 3.5.2. La distribuzione geografica delle 85 fondazioni partecipate in base alla loro sede legale



Più fonti convergenti affermano che oggi le Camere di Commercio e le loro Agenzie specializzate sono i centri di competenza scientifico-tecnologica più utilizzati dalle piccole imprese. Questo dato non è solo il risultato di una specializzazione storica attuata nel tempo all'interno del nostro sistema di ricerca, sviluppo e trasferimento tecnologico, ma esso è anche il frutto di altre due circostanze: da un lato, di una precisa vocazione del sistema camerale; da un altro, della convergenza su di un obiettivo primario di tutte le risorse impegnate.

Nel nostro Paese il sistema dell'innovazione scientifica e tecnologica si basa su tre grandi "pilastri". La ricerca pubblica, di base e applicata, svolta nelle Università e negli Istituti di ricerca. La R&S sviluppata nelle imprese medie e grandi. L'innovazione di processo e di prodotto, maturata all'interno delle PMI operanti nei settori a elevata specializzazione o nei distretti industriali.

Sono questi gli ambiti riconosciuti di eccellenza intorno ai quali si addensa, il più delle volte però senza connessioni nemmeno funzionali, il 95% delle imprese italiane (un'area anche socialmente cruciale, che assorbe poco meno del 50% dell'occupazione industriale e che realizza circa il 30% del fatturato complessivo e il 33% del valore aggiunto). Ed è proprio in quest'area che il sistema camerale è andato da tempo sviluppando interventi per stimolare, sostenere e diffondere l'innovazione e la ricerca.

Le Camere lo hanno fatto con modi e tempi diversi, sulla base di sensibilità locali, di lungimiranza di singole persone, di confluente con l'iniziativa di altri soggetti locali. Accompagnando, in definitiva, la storica capacità

Tabella 3.6.1. I numeri dell'innovazione

73	Camere di Commercio e/o Aziende speciali che svolgono azioni di supporto all'innovazione
147	Progetti dedicati al supporto dell'innovazione e trasferimento tecnologico di cui: 42 relativi ad informazioni e banche dati 40 nel campo della sicurezza, normazione e qualità 22 relativi al trasferimento tecnologico e alla diffusione di brevetti 22 relativi all'assistenza e consulenza tecnologica alle imprese 21 relativi alla formazione manageriale
36	Sportelli dedicati
35	Collaborazioni con Università e centri di ricerca
34	Camere di Commercio che hanno utilizzato il sostegno finanziario diretto quale strumento di supporto all'innovazione
29	Camere di Commercio che hanno realizzato pubblicazioni, convegni e mostre
17,2	Milioni di euro investiti dalle Camere di Commercio e dalle Aziende speciali

Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2004*

Tabella 3.6.2. I numeri dell'innovazione - Aziende speciali

47.071	Imprese-utenti destinatari delle attività di diffusione di informazioni e banche dati
116	Progetti di trasferimento tecnologico e diffusione dei brevetti
491	Imprese che hanno ricevuto assistenza e consulenza tecnologica
1.598	Utenti destinatari dell'attività di formazione manageriale
224	Iniziative realizzate nel campo di sicurezza, normazione e qualità
3	Milioni di euro destinati al sostegno dell'innovazione
130	Iniziative tra pubblicazioni, convegni e mostre
38	Sportelli informativi dedicati, sia fisici che virtuali
18	Collaborazioni con Università e centri di ricerca

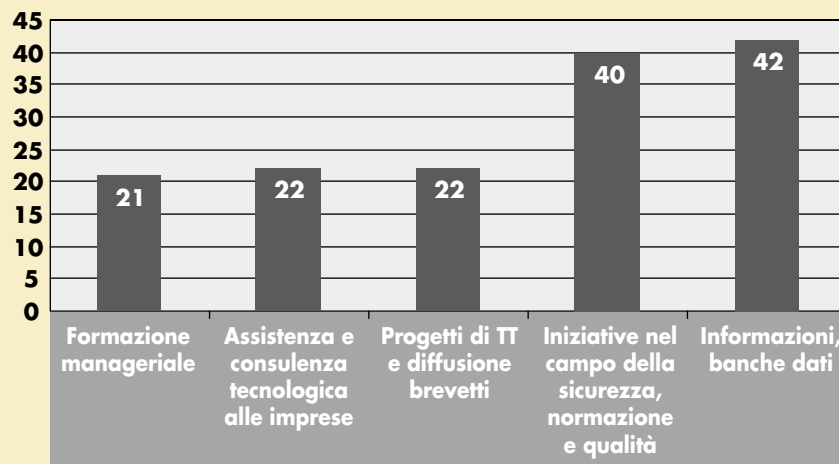
Fonte: *Unioncamere, Osservatorio sulle Aziende speciali 2003*

inventiva e di innovazione diffusa nel tessuto imprenditoriale italiano.

Le rilevazioni dell'Osservatorio camerale evidenziano tre circostanze di non poco conto.

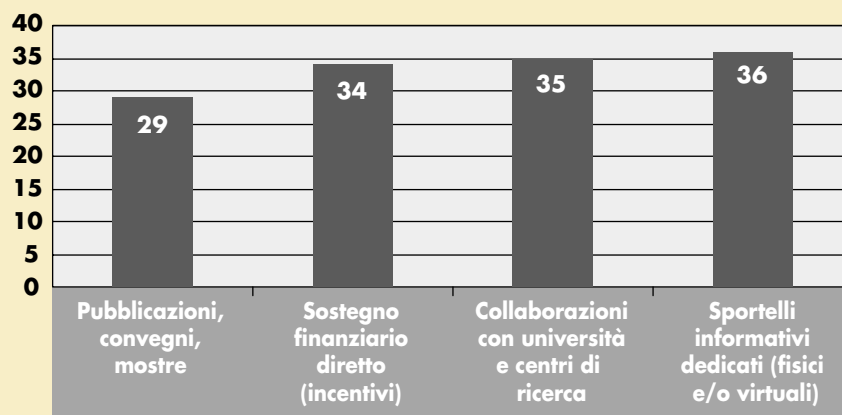
Per cominciare, la larga diffusione di strutture e iniziative. Sono 73 le Camere di Commercio che, in una percentuale geograficamente equilibrata, svolgono attività per l'in-

Grafico 3.6.1. Il numero di Camere di Commercio per tipo di attività svolte per il supporto dell'innovazione nel 2003



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

Grafico 3.6.2. Il numero di Camere di Commercio per tipo di strumenti utilizzati per il supporto dell'innovazione nel 2003



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

novazione. Chi non lo fa direttamente lo fa, su base regionale, attraverso 26 Aziende specializzate e una rete fatta di 36 sportelli dedicati, 23

Patent Information Point e 12 Patent Library, 21 Business Innovation Center, 19 Laboratori chimico-merceologici.

Nel corso del 2003, questa rete ha prodotto 147 progetti di trasferimento tecnologico e consulenza e 90 azioni ed eventi tra pubblicazioni informative, mostre, convegni, per un investimento complessivo diretto di oltre 14 milioni di euro.

Poi, la seconda circostanza. Nate spontaneamente, sviluppatesi con differenti velocità e vocazioni, queste "gemmazioni" delle Camere presentano ormai una fisionomia ben precisa: quella di una rete per l'innovazione localmente penetrata non solo nei sistemi d'impresa, ma anche strutturalmente connessa a enti, società e organismi, sia pubblici che misti, operanti nel settore della ricerca e del trasferimento tecnologico.

Le Camere partecipano al capitale di 120 enti dedicati all'assistenza e diffusione dell'innovazione, mentre 13 sono le partecipazioni delle Unioni regionali, per un impegno complessivo di quasi 87 milioni di euro. Un impegno finanziario secondo solo a quello nel settore fieristico ed espositivo.

Infine, la terza indicazione: trainate da pratiche di successo, da specializzazioni acquisite, o da formule attivabili a rete, le iniziative camerali si sono sostanzialmente conformate in cinque identificabili aree di attività:

- promozione dell'innovazione e del trasferimento tecnologico (con una serie di pro-

getti intercamerali e con forti partenariati ministeriali e locali);

- finanza per l'innovazione (con la rapida diffusione, specie nelle regioni del Nord, di interventi sul capitale di rischio delle PMI);
- tutela della proprietà intellettuale (in particolare nel suo trasferimento in brevetti);
- infrastrutture per la ricerca (con le Camere nelle vesti di gestori o investitori);
- attività di networking (attraverso la regia dei sistemi locali di innovazione).

Le molteplici azioni del sistema camerale hanno trovato nell'Assemblea Unioncamere del novembre 2003 una collocazione organica che, attraverso l'assunzione dell'innovazione e del suo trasferimento a priorità di sistema, ha posto le basi per la definizione di progetti di valenza nazionale.

Le iniziative programmate sono dirette ovviamente al mondo delle imprese (PMI) e mirano a definire in modo puntuale, sistematico e complessivo, per il territorio nazionale, i bisogni aggregati di innovazione tecnologica e la conseguente traduzione in domanda operativa per gli Enti pubblici di ricerca (EPR). Dal versante degli EPR sono previste azioni per sollecitare l'attenzione e stimolare il collegamento con le PMI, collocando quindi le Camere di Commercio nel ruolo di snodo tra la domanda e l'offerta.

L'approccio di sistema consentirà di valorizzare le molteplici iniziative già in atto a livello territoriale dalle Camere di Commercio attraverso una operazione di raccordo in grado di creare una azione sinergica e di dare rilevanza nazionale al ruolo del sistema camerale.

DINTEC DIFFUSIONE INFORMAZIONI NORMATIVA TECNICA

DINTEC

Missione

Scopo di DINTEC, società consortile tra Unioncamere e ENEA, è la diffusione dell'innovazione, della normativa tecnica, della certificazione e della qualità, nonché la promozione della cultura relativa. Lo scopo viene perseguito attraverso l'elaborazione e la diffusione di pubblicazioni tecniche, riviste, cd-rom e altri strumenti multimediali, e attraverso la realizzazione di progetti/attività. DINTEC ha un sistema di gestione per la qualità certificato in conformità alla norma UNI EN ISO 9001:2000 per l'ideazione, la progettazione e la realizzazione di interventi sui temi dell'innovazione, della qualità, della certificazione e dell'accreditamento, inclusi gli interventi di formazione e consulenza; per l'elaborazione e la diffusione di informazioni su norme e regole tecniche; per la realizzazione di banche dati; per la valorizzazione delle produzioni agroalimentari tipiche.

I prodotti e i servizi di DINTEC, per il tramite dei soggetti territoriali del sistema came-

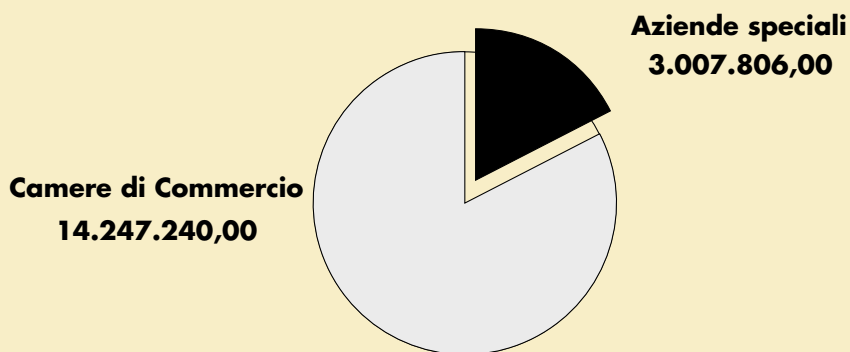
rale e dell'ENEA, sono rivolti alle PMI.

Servizi e prodotti

- Ideazione e progettazione di interventi sui temi della innovazione, della qualità e della certificazione.
- Supporto tecnico per la realizzazione di reti dedicate basate sull'information technology e la relazionalità.
- Consulenza per la progettazione e implementazione di Sistemi qualità aziendali.
- Consulenza per l'accreditamento dei laboratori di prova.
- Consulenza per la progettazione e implementazione di Sistemi di gestione ambientale.
- Realizzazione di banche dati sulla normativa tecnica.
- Erogazione di corsi di formazione sulla normativa tecnica.

Tali attività vengono svolte rivolgendo particolare attenzione alla previsione delle evoluzioni e delle future esigenze.

Grafico 3.6.3. Le risorse economiche destinate alle attività a sostegno dell'innovazione nel 2003 (valori in euro)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004 e Osservatorio sulle Aziende speciali 2003

Il sistema delle Camere di Commercio sta moltiplicando il suo impegno nel fornire alle imprese strumenti utili a rendere più agevoli gli adempimenti loro richiesti dalle disposizioni legislative.

La gestione delle competenze camerale in campo ambientale è ormai decisamente orientata nella direzione della semplificazione ed il 2003 ha costituito un anno di svolta per il Modello unico di dichiarazione ambientale, sia per la possibilità di trasmetterlo per via telematica con l'apposizione di una firma digitale ed il versamento on-line dei diritti di segreteria, che per il modello ridot-toprogettato per molte imprese di minori dimensioni.

Gli operatori hanno potuto quindi scegliere

per il primo anno l'invio alle Camere di Commercio del Modello unico di dichiarazione ambientale completamente per via telematica, al posto del tradizionale supporto informatico o attraverso modulistica cartacea; si tratta di una modalità assolutamente innovativa, resa possibile sia per la praticabilità della firma digitale che per le positive sperimentazioni condotte in sei Camere di Commercio nel periodo 1999-2002, sotto l'egida del Ministero per le Attività produttive.

Il numero delle dichiarazioni presentate per via telematica ha rappresentato nel 2003 una cifra ancora modesta (18.518), ma questa, oltre a dimostrare l'affidabilità del sistema di trasmissione *on line* attivato, ha costituito un dato significativo perché l'invio via Internet è partito in un anno di cambiamenti, nel quale non tutte le imprese disponevano ancora della firma digitale.

Le spedizioni via Internet sono state fatte sia da grandi utenti (associazioni e studi di consulenza) sia da singoli soggetti, a conferma che l'invio telematico alla pubblica amministrazione si sta affermando come una pratica diffusa.

Il maggiore coinvolgimento del sistema camerale (dimostrato dal fatto che sono state spedite via Internet dichiarazioni a tutte le 103 Camere) conferma che il MUD telematico è stato percepito anche come un modo per ridurre l'impegno di risorse allo sportello. Un'altra semplificazione introdotta nel 2003

Tabella 3.7.1. I numeri dell'ambiente

182	Attività inerenti alla tutela e alla salvaguardia del patrimonio ambientale
18,5	Mila modelli MUD ricevuti per via telematica
2,7	Milioni di euro destinati dalle Camere di Commercio alle attività ambientali

Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2004*

Tabella 3.7.2. I numeri dell'ambiente - Aziende speciali

28	Aziende speciali impegnate in attività dirette alla tutela dell'ambiente
4.335	Imprese informate e sensibilizzate
103	Corsi e/o seminari di formazione
2.021	Imprese a cui è stata fornita assistenza e/o consulenza
394	Interrogazioni su informazioni economica e banche dati
44	Studi e valutazione di impatto e studi di fattibilità, progetti
0,7	Milioni di euro destinati dalle Aziende speciali alle attività ambientali

Fonte: *Unioncamere, Osservatorio sulle Aziende speciali 2003*

*Tabella 3.7.3. MUD telematico 2003.
Le prime 10 Camere di Commercio*

CCIAA	MUD telematici
MILANO	2.163
BOLOGNA	1.935
TORINO	1.898
FIRENZE	1.050
COMO	921
CUNEO	727
PERUGIA	691
BRESCIA	677
TREVISIO	606
PAVIA	523

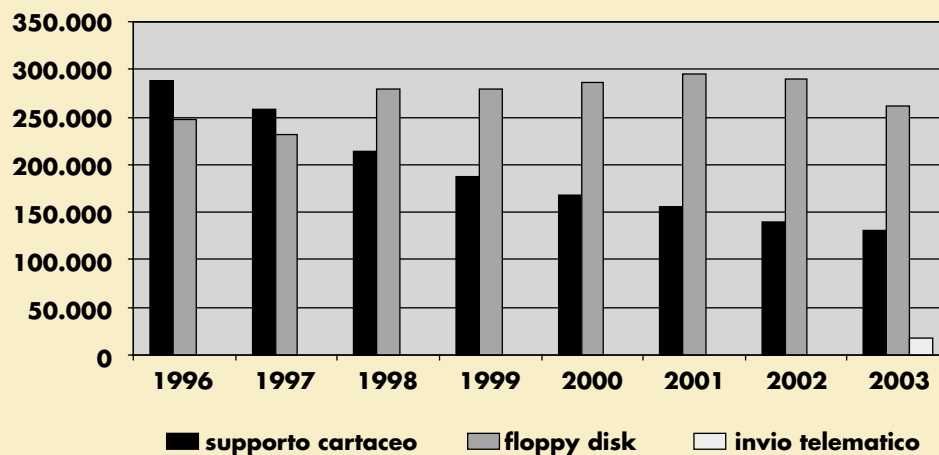
Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2004*

riguarda la comunicazione semplificata del MUD per i soggetti che dovevano dichiarare meno di tre rifiuti, che concentrava la dichiarazione in un solo foglio senza peraltro limitare il contenuto informativo. Tale forma di dichiarazione è stata utilizzata da quasi il 18% dei dichiaranti ed ha reso notevolmente più semplice l'adempimento da parte delle imprese.

Quest'anno, inoltre, nel MUD è stato introdotto il capitolo IPPC relativo alle emissioni in aria ed acqua derivanti dalle attività industriali per circa 700 imprese, soggette ad una autorizzazione ambientale integrata; la dichiarazione è avvenuta tramite la rete telematica predisposta dal sistema delle Camere di Commercio.

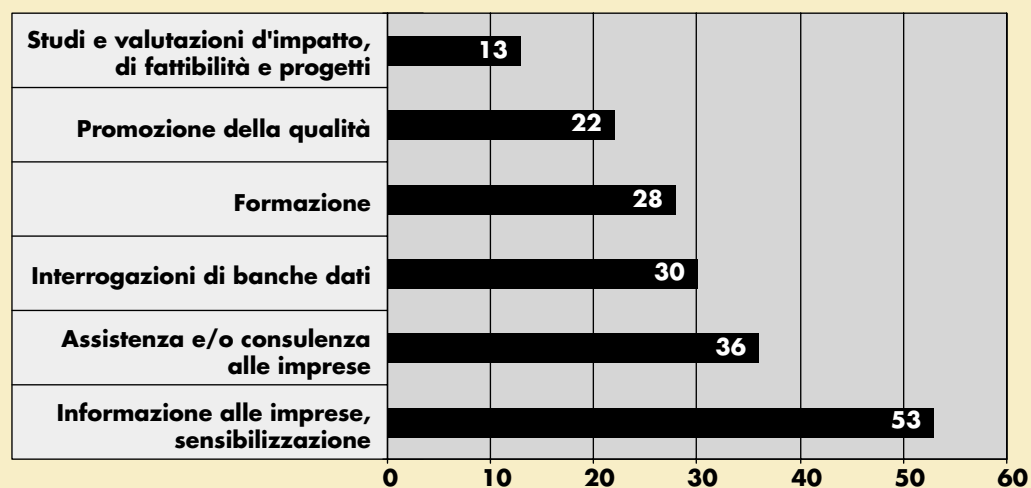
Ad oggi quindi la banca dati costruita in base alle informazioni contenute nel MUD comprende quasi 4 milioni di dichiarazioni e, per

Grafico 3.7.1. Le modalità di presentazione del MUD (valori assoluti)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

Grafico 3.7.2. Il numero di Camere di Commercio per tipo di attività svolte per la salvaguardia del patrimonio ambientale nel 2003



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

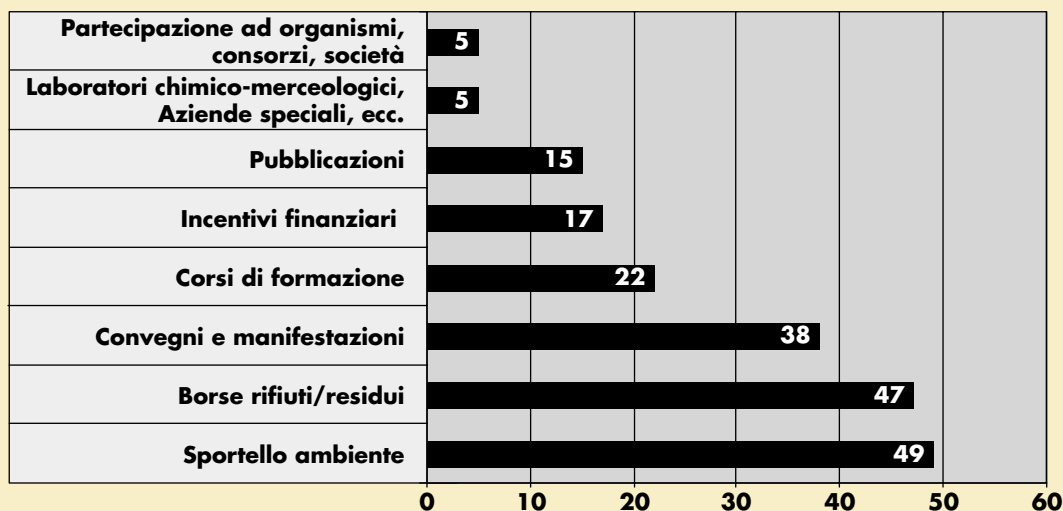
il secondo anno, è accessibile per via Telematica sia alle Agenzie regionali per la protezione dell'ambiente che alle amministrazioni locali.

Per quanto riguarda una seconda importante competenza amministrativa delle Camere, e cioè l'Albo gestori rifiuti, nel 2003 è avvenuto il completamento del sistema informatico di collegamento delle sezioni e del Comitato nazionale dell'Albo, che, tra l'altro, ha portato alla predisposizione dell'archivio nazionale dell'Albo che contiene tutte le imprese iscritte e che verrà alimentato e mantenuto

aggiornato in maniera automatica dalle singole Sezioni.

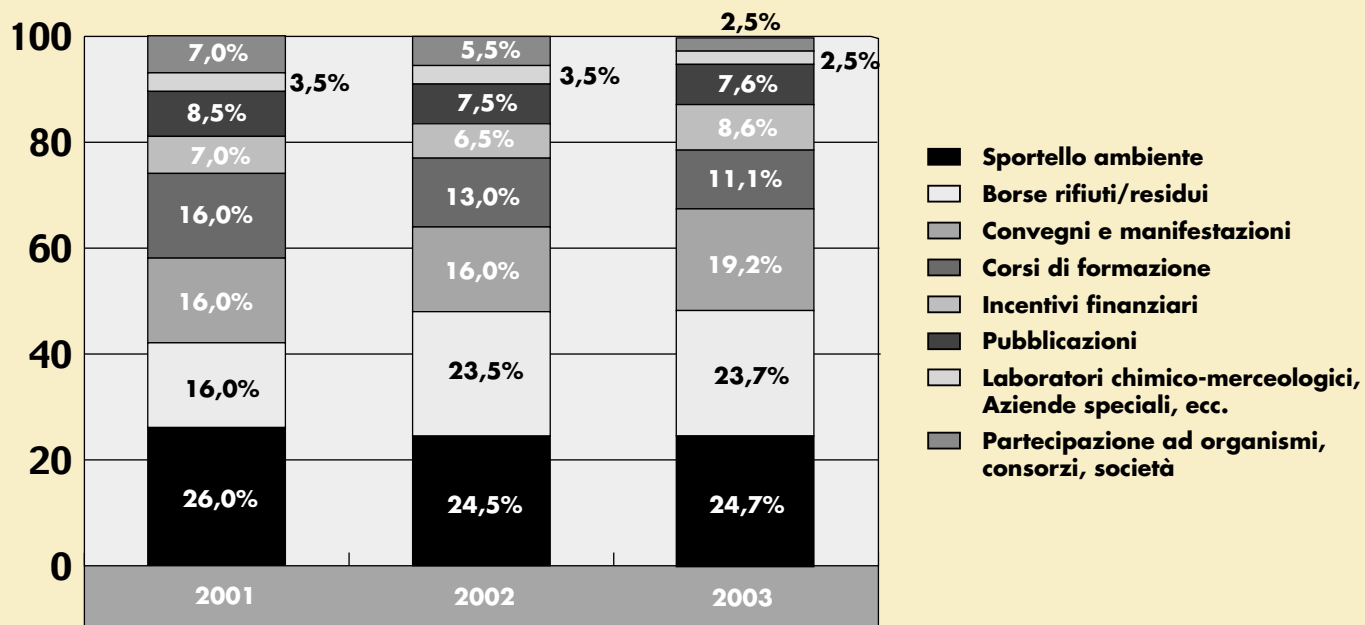
È poi proseguita nel corso del 2003 la sperimentazione della Borsa telematica del recupero, che si propone di agevolare l'incontro della domanda e dell'offerta di materiali e residui di lavorazione riutilizzabili in altri cicli produttivi; presso le Camere di Commercio di Perugia, Vicenza, Pescara e Brescia si sono svolti altrettanti seminari di presentazione della piattaforma tecnologica della Borsa telematica, rivolti ad aziende, operatori, enti e associazioni.

Grafico 3.7.3. Gli strumenti utilizzati per l'espletamento dell'attività in materia di ambiente nel 2003 (valori assoluti)



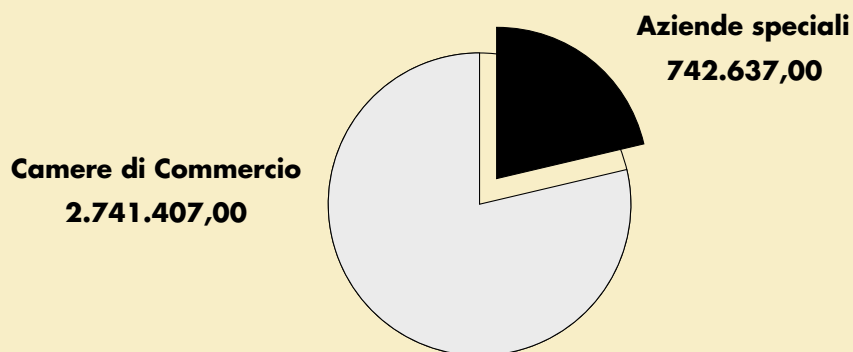
Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

Grafico 3.7.3. L'evoluzione delle principali attività svolte dalle Camere di Commercio in materia di ambiente (valori %)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

Grafico 3.7.5. Le risorse economiche destinate alla tutela e salvaguardia del patrimonio ambientale nel 2003 (valori in euro)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004 e Osservatorio sulle Aziende speciali 2003

L'azione del sistema camerale nell'ambito delle politiche volte alla creazione di nuova imprenditorialità si è, negli ultimi anni, concentrata sul tema dell'imprenditoria femminile (che peraltro, risulta in Italia costantemente in aumento).

I dati dell'Osservatorio imprenditoria femminile, costruito da Unioncamere e aggiornato al 31 dicembre 2003, parlano chiaro: oltre un milione le imprese "femminili" attive, di cui oltre 860.000 a titolarità individuale. L'agricoltura, il commercio e il manifatturiero

ro i settori che fanno la parte del leone. E a testimoniare la voglia di fare impresa ci sono anche i numeri dell'ultimo bando della legge 215/92, chiusosi il 15 aprile 2003: circa 40.000 le domande presentate a fronte delle 27.000 del bando precedente e delle appena 8.000 dei precedenti tre bandi insieme considerati.

Un successo a cui il sistema camerale ritiene di aver contribuito attraverso il lavoro dei Comitati camerali dell'imprenditoria femminile, ormai costituiti su tutto il territorio nazionale a supporto della diffusione della cultura di impresa e di quella femminile in particolare.

Tabella 3.8.1. I numeri della nuova impresa

614	Servizi di supporto per lo sviluppo di nuove imprese
53	Attività per la promozione dell'imprenditoria giovanile
71	Attività per la promozione dell'imprenditoria femminile
4,8	Milioni di euro destinati dalle Camere di Commercio alle attività inerenti alla promozione di nuove imprese

Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2004*

Tabella 3.8.2. I numeri della nuova impresa - Aziende speciali

41	Aziende speciali impegnate in attività di promozione della nuova imprenditorialità
21	Aziende speciali che hanno erogato assistenza per la messa a punto dei progetti di fattibilità di nuove imprese
29	Convegni realizzati
117	Seminari, riunioni e incontri tecnici
27.162	Aspiranti imprenditori che hanno fruito dei servizi informativi offerti
5,2	Milioni di euro destinati dalle Aziende speciali ad attività inerenti alla promozione di nuove imprese

Fonte: *Osservatorio sulle Aziende speciali 2003*

Il sistema camerale ha voluto valorizzare la voglia di fare impresa anche con l'iniziativa editoriale *Donne al timone* con la quale sono state "portate alla ribalta" trenta storie di successo "femminile", selezionate in base all'originalità e all'innovatività dell'idea imprenditoriale e dello stile di management, del contributo alla qualificazione e valorizzazione dello sviluppo del territorio, alla sperimentazione di progetti di conciliazione tra tempi di lavoro e tempi di vita e alla crescita di nuovi modelli di consumo e di vita.

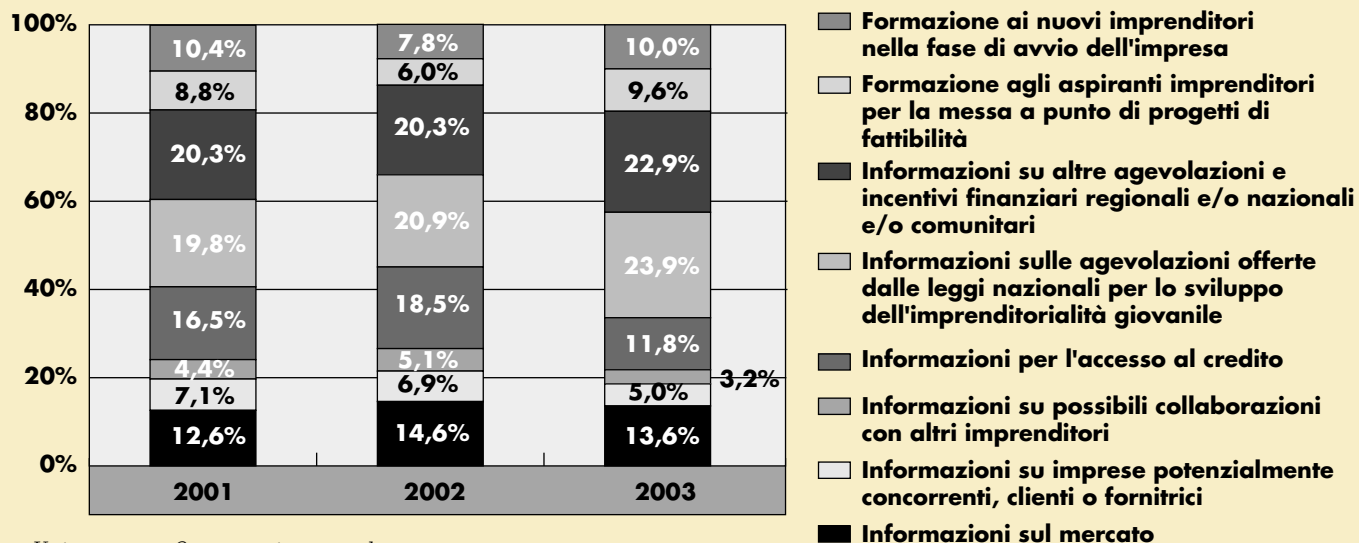
Tra le esperienze significative merita poi una citazione l'avvio dell' "Eurochambres Women Network", la rete camerale europea di supporto allo sviluppo dell'imprenditorialità femminile, costituita in seno ad Eurochambres, l'Associazione dei sistemi camerali di 41 Paesi europei, e l'adesione al progetto "Women in business and in decision making", il cui obiettivo è quello di aumentare, a partire dalle Camere di Commercio, il numero delle donne presenti nei processi decisionali nell'ambito del contesto socio-economico.

Grafico 3.8.1. Il numero di Camere di Commercio per tipo di servizi informativi forniti agli aspiranti imprenditori nel 2003



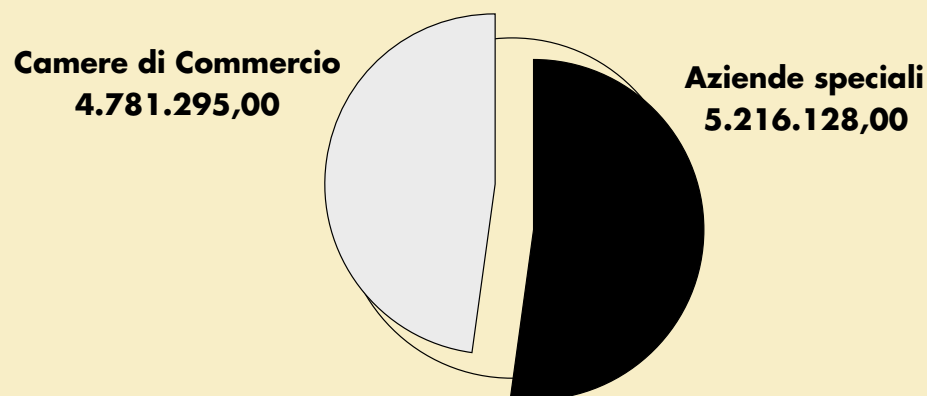
Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

Grafico 3.8.2. L'evoluzione dei servizi di informazione e formazione per la promozione dell'imprenditorialità offerti dalle Camere di Commercio (valori %)



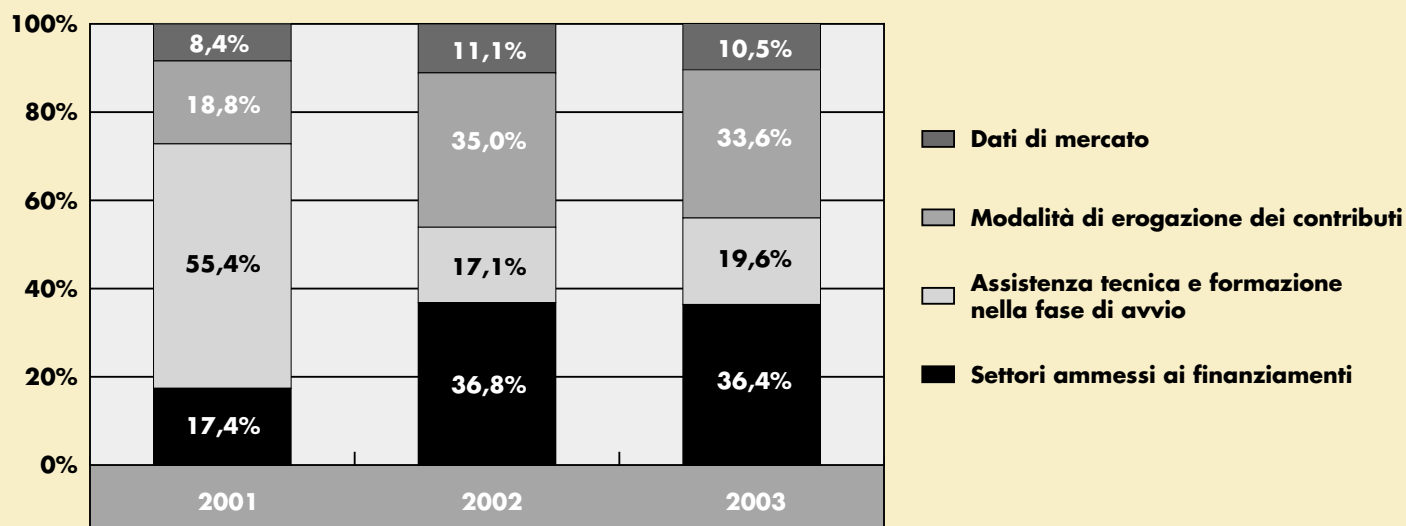
Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

Grafico 3.8.3. Le risorse economiche destinate alla promozione di nuove imprese nel 2003 (valori in euro)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004 e Osservatorio sulle Aziende speciali 2003

Grafico 3.8.4. L'evoluzione delle informazioni maggiormente richieste durante le attività di promozione dell'imprenditorialità giovanile (valori %)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

SVILUPPO LOCALE E PROGETTAZIONE COMUNITARIA

QUADRO DI RIFERIMENTO SULL'UTILIZZO DEI FONDI STRUTTURALI DEL QCS REGIONI OB.1

La valutazione intermedia e lo stato di attuazione finanziaria

Il 2003 è stato l'anno relativo alla "valutazione intermedia" sulla realizzazione degli interventi previsti nei Programmi operativi e sul Quadro comunitario di sostegno (QCS) nel suo complesso.

Tale attività – esplicitamente prevista dai Regolamenti comunitari – ha beneficiato per la prima volta di un'attenzione e di un sostegno, mai sperimentati nei precedenti cicli di programmazione comunitaria, consentendo un forte miglioramento dell'utilizzo dell'attività stessa, nell'ambito del processo di revisione di medio termine e sviluppando ampi approfondimenti e analisi.

In sintesi, è possibile delineare gli elementi principali che dovranno caratterizzare la *riprogrammazione*, in corso di elaborazione da parte delle amministrazioni pubbliche, responsabili dei documenti programmatici:

- ulteriore rafforzamento delle capacità attuative delle singole amministrazioni;
- rafforzamento del nesso fra le azioni/interventi e gli obiettivi, anche attraverso una maggiore concentrazione del numero degli obiettivi;
- collegamento più incisivo – anche istituzionale – con le politiche nazionali, centrali e regionali, per lo sviluppo, in primo luogo, con gli interventi finanziati con il Fondo nazionale aggiuntivo per le aree sottoutilizzate, introdotto e riordinato a coerenza con la programmazione comuni-

Tabella 3.9.1. I numeri dello sviluppo locale e della progettazione comunitaria

101	Interventi a sostegno delle imprese
35	Camere di Commercio coinvolte all'interno di Patti territoriali
40	Camere di Commercio coinvolte in attività di attrazione di investimenti esogeni
73	Attività di attrazione di investimenti esogeni <i>di cui:</i>
	23 in animazione e coordinamento del partenariato locale
	20 in contributi all'individuazione di aree d'insediamento (pacchetti localizzativi)
	19 in promozione diretta dell'area ai potenziali investitori
	11 in assistenza diretta all'insediamento imprenditoriale
74	Collaborazioni delle Camere di Commercio con altri enti per attività di marketing territoriale
146	Partecipazioni delle Camere di Commercio a progetti con cofinanziamento comunitario
69,2	Milioni di euro in programmi comunitari finanziati cui la Camera di Commercio partecipa

Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2004*

taria per mezzo della Legge finanziaria 2003 e attraverso gli Accordi di programma Quadro;

- rafforzamento dell'orientamento ai risultati.

In altre parole, la riprogrammazione degli interventi ha come obiettivo una migliore qualità della spesa ed un rafforzamento dei meccanismi di modernizzazione istituzionale.

Con riferimento ai singoli settori di intervento finora attuati, il complesso delle riflessioni ha fatto emergere principalmente i seguenti elementi:

- la valenza strategica delle azioni in Ricerca, Società dell'informazione, Reti di comunicazione, Città e risorse idriche, per i quali viene valutata l'ipotesi di un rafforzamento dell'intervento;

- la necessità di affrontare le difficoltà emerse nei settori Servizi alla persona, Turismo, Rete ecologica e Internazionalizzazione, per poterne riconfermare il ruolo nell'impianto strategico del QCS;

- l'esigenza di ricondurre a piena coerenza con gli obiettivi strategici perseguiti, gli interventi negli assi Risorse culturali, Risorse umane e Sviluppo locale, soprattutto laddove è più diffusa e radicata la tendenza a un ripiegamento sugli interventi più tradizionali, rispetto alle capacità di promuovere e gestire le innovazioni richieste dall'attuale ciclo di programmazione.

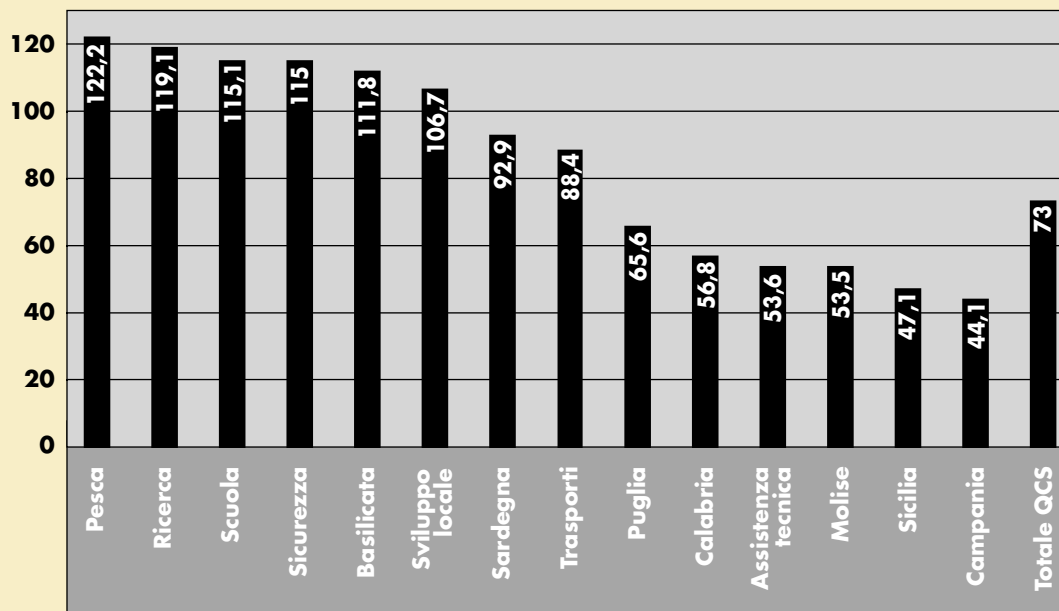
Sulla base di tali criteri e per quei Programmi caratterizzati da criticità generalizzate, sono all'esame soluzioni appropriate, volte a conseguire un veloce recupero degli standard minimi richiesti.

Sul versante dell'attuazione finanziaria – rilevata al 30 settembre 2003 – si evidenzia la positività degli esiti finora raggiunti con un grado di realizzazione degli obiettivi di spesa prefissati, pari al 73% per il QCS nella sua complessità, riguardante cioè i 14 Programmi operativi nazionali e regionali dell'obiettivo 1.

Tale risultato ha permesso di raggiungere il pieno utilizzo delle risorse previsto dal meccanismo europeo di disimpegno automatico. La situazione, a livello di programma, pre-

senta 6 Programmi con un grado di realizzazione superiore all'obiettivo di spesa prefissato. Si tratta dei PON Pesca, Ricerca, Scuola, Sicurezza e Sviluppo locale e del POR Basilicata; 2 con un grado di realizzazione inferiore all'obiettivo prefissato, ma sopra la media QCS: è il caso del PON Trasporti e del POR Sardegna; 6, infine, i Programmi con livelli di realizzazione inferiori alla media QCS: sono il PON Assistenza tecnica e i POR Molise, Puglia, Campania, Calabria e Sicilia.

Grafico 3.9.1. QCS 2000-2006 Obiettivo 1. Grado di realizzazione degli obiettivi trimestrali di spesa per Programma al 30 settembre 2003 (valori %, spesa programmata = 100)



Fonte: Elaborazione DPS su dati rilevati dal sistema di monitoraggio il 22-12-2003

Leader +: l'iniziativa comunitaria sullo sviluppo rurale

L'Iniziativa, come è noto, costituisce la *terza generazione* di interventi relativi allo sviluppo rurale, dove le tipologie di attività economica riguardano, in particolare, l'agricoltura, i prodotti tipici, l'artigianato, il commercio ed il turismo. Sono previste anche attività di promozione per l'internazionalizzazione delle imprese, attraverso la creazione di reti per scambi commerciali.

Anche su questo programma comunitario, l'Unioncamere in collaborazione con il sistema camerale, ha svolto un'attività di monitoraggio sulla sua programmazione, risultata particolarmente critica – soprattutto nelle regioni meridionali – per il ritardo accumulato nel corso dei primi anni.

Nel 2003, infatti, non era stata ancora completata la selezione dei Gruppi di azione locale (GAL) e dei rispettivi Piani di sviluppo locale (PSL): il ritardo maggiore ha riguardato particolarmente alcune regioni del Mezzogiorno (in particolare la Sicilia).

Va posto in evidenza, quindi, che allo stato attuale, le Regioni che non spenderanno entro il 2004, saranno soggette al disimpegno automatico delle risorse finanziarie riferite all'annualità 2002 del programma.

È proprio in questo contesto che va colta da parte del sistema camerale del Mezzogiorno, l'opportunità di presentare – a livello locale – progetti immediatamente *cantierabili*, coerenti con i Piani di sviluppo delle singole Regioni, al fine di evitare tagli delle risorse finanziarie comunitarie.

Un elemento che merita particolare attenzione è il cofinanziamento da parte delle Camere di Commercio dei Gruppi di azione locale (GAL), nei quali sono presenti partner pubblici e privati.

Molto spesso, infatti, l'interesse della Camera si limita a tale tipo di attività (come evi-

L'UNIONCAMERE PER L'UTILIZZO DEI FONDI STRUTTURALI 2000-2006

Il Tavolo di coordinamento delle Agenzie per la progettualità sui fondi

Nell'ambito dell'attività svolta da Unioncamere nello scorso anno, sul tema dei Fondi strutturali, viene segnalata la costituzione – nel maggio 2003 – del Tavolo di coordinamento delle Agenzie nazionali per la progettualità a favore dell'utilizzo dei fondi strutturali.

Il Tavolo è nato con un duplice obiettivo, da una parte, valorizzare l'esperienza acquisita da ciascuna Agenzia del sistema camerale sul tema dei fondi strutturali e sulle sue opportunità, dall'altra, rendere sempre più efficaci le partecipazioni del sistema ai bandi di gara, evitando sovrapposizioni e/o contrapposizioni.

Tale strumento – coordinato dall'Ufficio Fondi strutturali di Unioncamere – costituisce il momento per mettere a sistema il flusso di informazioni provenienti dalle Agenzie nazionali, dalla stessa Unione e dai referenti sul territorio (Camere, Unioni regionali, Agenzie del sistema, ma anche i referenti "Progetto Valmez" presenti nelle Regioni obiettivo 1).

Dalla costituzione del Tavolo e sulla base dell'attività sperimentata durante l'anno, è possibile tracciare un primo resoconto sui risultati finora raggiunti:

■ le Agenzie hanno partecipato a 38 gare di appalto di servizi per un valore complessivo di risorse economiche "bandite" di circa 61,5 milioni di euro, svolgendo – in buona parte dei casi – il ruolo di capofila delle "cordate" attivate per la presenta-

zione delle proposte progettuali. Buona parte di queste gare sono state emanate da amministrazioni centrali per attività da svolgere nell'area dell'obiettivo 1, altre dagli enti regionali o provinciali – in misura maggiore – del Mezzogiorno, in maniera residuale nelle Regioni appartenenti al Centro-Nord (ob.2);

■ le gare aggiudicate in maniera definitiva sono 10 per un valore complessivo pari a circa 19 milioni di euro; mentre quelle il cui esito non è ancora noto – poiché le procedure sono ancora in corso al momento della redazione del presente documento – sono 7, pari ad un valore di circa 14 milioni di euro;

■ 21, invece, sono le gare che sono state aggiudicate da altre strutture che, nella maggior parte dei casi, si configurano come la "holding" della consulenza, il cui valore è pari a circa 29 milioni di euro;

■ i settori di maggiore intervento hanno riguardato la formazione verso dipendenti pubblici, con particolare riferimento all'*e-Government*, la comunicazione, il turismo e l'internazionalizzazione.

In percentuale, in relazione alle gare per l'anno 2003, il sistema camerale si è aggiudicato il 26% degli esiti finora noti, per un ammontare finanziario pari a circa il 31% delle risorse "bandite", che, però, non riguardano l'esclusiva competenza del sistema camerale.

denziato dai dati dell'Osservatorio camerale), non cogliendo, invece, quelle occasioni che condurrebbero ad incrementare le proprie attività – attraverso finanziamenti ester-

ni – consentendo un maggiore sviluppo a livello locale ed una crescita del ruolo camerale più incisivo nel proprio ambito territoriale.

I PROGETTI COMUNITARI TRANSFRONTALIERI: IL CASO DI INTERREG IIIA

Parallelamente all'attività del Tavolo, è stata avviata da Unioncamere, nel corso del 2003 una linea di lavoro sui progetti comunitari di cooperazione transfrontaliera, denominata Interreg IIIA, coordinando con le Camere locali un'azione di supporto, di progettazione, di Lobby e di accreditamento verso le diverse Regioni interessate dall'Iniziativa comunitaria.

In particolare, il lavoro svolto ha riguardato due programmi comunitari:

- quello denominato "Transfrontaliero Adriatico", interessato da sette Regioni Italiane (Friuli Venezia Giulia, Veneto, Emilia Romagna, Marche, Abruzzo, Molise e Puglia) e da quattro Paesi Adriatico-Orientali (Croazia, Bosnia-Erzegovina, Federazione Jugoslava e Albania);
- quello chiamato "Italia-Slovenia" che ha interessato sul fronte italiano le regioni del Friuli Venezia Giulia e del Veneto e, sull'altro versante, la sola Slovenia.

Sulla base della definita procedura di assegnazione – terminata nei primi mesi del 2004 – e da una ricognizione effettuata da Unioncamere, è possibile dare una visione complessiva dei risultati finora raggiunti:

- sono complessivamente 10 i progetti di cooperazione transfrontaliera dove il sistema camerale dell'Adriatico è coinvolto: in alcuni progetti, esso è soggetto attuatore (è il caso del Friuli Venezia Giulia,

del Veneto e del Molise), in altri, come nelle Marche, la Camera di Ancona è partner di progetti insieme ad altri soggetti locali;

- le risorse economiche, di cui è possibile dare un dato non definitivo (in quanto per alcuni progetti la quote di pertinenza sono tuttora in corso di assegnazione) sono pari a circa 3 milioni di euro, oltre alla emanazione e alla gestione di un bando di finanziamento per le imprese del Friuli Venezia Giulia, gestito dalle quattro Camere di Commercio della regione, con capofila la Camera di Trieste per un importo pari a circa 4 milioni di euro;
- i settori di intervento riguardano prevalentemente la cooperazione istituzionale ed economica con azioni di animazione ed assistenza alle imprese, nonché di supporto ai progetti di cooperazione imprenditoriale, legati anche al trasferimento tecnologico; seguono il settore turismo, con riferimento anche al settore portuale, la pesca e l'imprenditoria femminile.

È possibile affermare che il risultato raggiunto rappresenta un'importante segnale delle capacità del sistema delle Camere di Commercio di utilizzare risorse per lo sviluppo del territorio in cui operano. Ciò è dovuto anche alla capacità di organizzazione e di coordinamento che il sistema si è saputo dare, soprattutto in rapporto all'interlocuzione

con gli Enti regionali che hanno riconosciuto la qualità delle azioni di sistema presentate dalle Camere.

L'esperienza acquisita a livello locale su tali programmi comunitari ha messo a fuoco i punti di forza del sistema camerale (anche se non mancano le potenzialità non colte): una ulteriore riflessione per poter meglio identificare gli aggiustamenti da effettuare nel breve periodo sarà necessaria, al fine di cogliere le altre opportunità derivanti dalla programmazione comunitaria da qui al 2008 (ultimo anno di rendicontazione della spesa effettuata).

Le carenze hanno riguardato, in particolare, due profili: la comunicazione sul territorio – spesso destrutturata e frammentata – a causa del basso flusso di informazione verso le amministrazioni locali sulle attività svolte da parte delle strutture camerale e la singola lobby camerale spesso disgiunta e comunque non organizzata in forme aggregate.

I punti di forza del sistema camerale, invece, possono essere sintetizzati nei seguenti elementi: capacità di realizzare reti di alleanze con i soggetti istituzionali, grazie alla rappresentanza di tutti gli interessi economici; capacità di intervenire sulla programmazione regionale e, non ultimo, buona credibilità del sistema che permette di effettuare un'efficace lobby sul territorio.

INIZIATIVE DEL SISTEMA CAMERALE NELL'AMBITO DEI FONDI STRUTTURALI 2000-2006

La rilevazione dei dati dell'Osservatorio camerale

Sulla base dei dati pervenuti, non sempre è

possibile dare una visione puntuale degli interventi avviati nel corso del 2003, anche perché va tenuto presente che molti dei progetti finanziati dai fondi strutturali hanno una durata generalmente pluriennale – spesso superiore ai 24 mesi – quindi risulta piut-

tosto difficile (con l'attuale sistema di rilevazione) dare una fotografia riferita al solo anno oggetto di analisi.

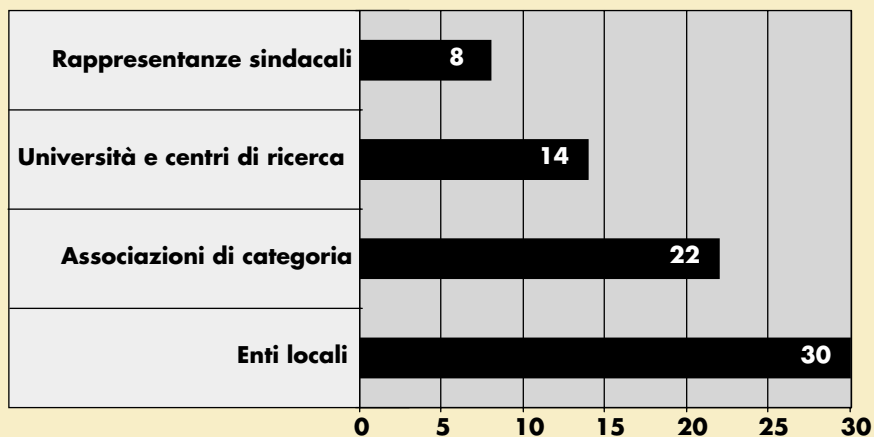
Alcuni dati da menzionare, seppur parziali, possono essere i seguenti:

- sono circa 50 le Camere del Centro-Nord

coinvolte in progetti derivanti dalla programmazione comunitaria, attraverso i cosiddetti DOCUP (Documenti unici di programmazione) e le Iniziative comunitarie, con particolare riferimento a Leader+, Interreg e Equal;

- le risorse economiche complessive, relative al valore dei progetti in cui le strutture camerali ob.2 sono coinvolte, sono pari a circa 69,2 milioni di euro, dove il cofinanziamento camerale è di poco superiore ai 2 milioni di euro, cioè in percentuale pari a circa il 3% sul valore totale dei progetti;
- il coinvolgimento camerale, con oltre il 50% dei dati, si registra prevalentemente all'interno delle Iniziative comunitarie ed, in maniera residuale, nell'ambito della programmazione regionale relativa ai DOCUP.

Grafico 3.9.3. I soggetti con i quali le Camere di Commercio hanno collaborato nelle attività di marketing territoriale nel 2003 (valori assoluti)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

Grafico 3.9.2. Le principali attività svolte per l'attrazione di investimenti esogeni nel 2003 (valori assoluti)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

La Riforma della legislazione nazionale del turismo, rinforzata dal cambiamento costituzionale in senso federalista in corso, ha delegato alle Regioni tutte le competenze del settore, ivi compresa la promozione del territorio, riconoscendo tuttavia l'apporto dei soggetti privati per la promozione e lo sviluppo dell'offerta turistica.

La recente legge quadro sottolinea però come il sistema camerale possa diventare centrale per le politiche della qualità del settore; la messa a sistema delle strategie sulla qualità che la rete camerale persegue da anni ha poi possibilità di ulteriori sviluppi legati alla realizzazione di Commissioni arbitrali e conciliative delle controversie tra imprese e tra imprese e consumatori.

Peraltro, le iniziative già attivate dal sistema camerale attestano l'interesse e l'importanza attribuita al settore, una sorta di filo di Arianna che porta direttamente o indirettamente con sé lo sviluppo degli altri settori, portando ricchezza alle economie locali.

Nel corso dell'anno, sono 37 le Camere che hanno effettuato interventi per la valorizzazione del territorio e del turismo culturale, 59 quelle che hanno promosso la partecipazione a fiere di settore in Italia (23 all'estero) e 29 quelle che hanno investito in sponsorizzazioni; in 9 realtà locali la Camera è poi arrivata ad investire direttamente nell'apertura di punti di accoglienza per turisti e di strutture alberghiere. Centrale inoltre la creazione di osservatori

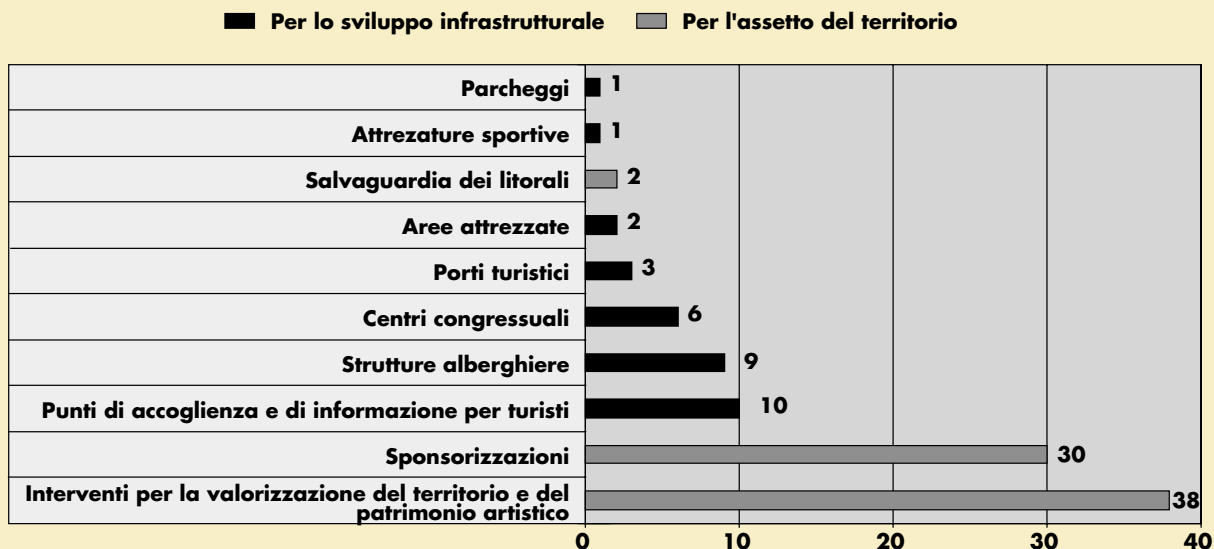
anche sul turismo che si collegano direttamente con l'attività camerale per gli osservatori economici. L'Osservatorio nazionale sul turismo italiano fornisce con regolarità informazioni in tempo reale sull'andamento del settore ed è diventato uno strumento di pianificazione strategica; inoltre, a livello locale e regionale, sono stati attivati strumenti di studio e di analisi del settore sia di tipo congiunturale che tematico. Particolarmente importanti e connesse con il ruolo riconosciuto dalla legge quadro nazionale sul turismo sono le iniziative innovative come quelle dei marchi di qualità. Il progetto di sistema che è nato nel 1997 ha attivato un circuito virtuoso per le aziende del turismo (ricettive e ristorative in primis), che in pochi anni ha visto coinvolte oltre 6.000 imprese, oltre 1.600 delle quali sono state poi per "certificate". Lo sforzo è quello di sostenere, in una logica di sistema, gli operatori turistici nel passaggio ad una cultura della qualità basata su standard sempre più elevati, creando un vero e proprio circuito di qualità nelle località turistiche delle varie province. Non ultima l'attenzione al tema della formazione ed al sostegno finanziario ed organizzativo alle scuole specializzate del turismo; un impegno che è stato recentemente riconosciuto anche nella riforma Moratti.

Tabella 3.10.1. I numeri del turismo

56	Camere di Commercio che svolgono direttamente attività per la promozione turistica
8	Camere di Commercio che collaborano con Aziende speciali per attività inerenti al settore turistico
11	Camere di Commercio che delegano le attività di promozione turistica ad Aziende speciali
102	Investimenti diretti effettuati dalle Camere di Commercio per la promozione del settore turistico <i>di cui:</i> 32 effettuati dalle Camere di Commercio per lo sviluppo infrastrutturale 70 effettuati dalle Camere di Commercio per l'assetto del territorio
77	Attività di ricerca e/o analisi di settore
13	Corsi di formazione e/o aggiornamento professionale per operatori turistici
77	Attività per la promozione e qualificazione delle imprese turistiche del territorio
79	Partecipazioni a manifestazioni fieristiche
13,5	Milioni di euro destinati dalle Camere di Commercio alle attività a sostegno del turismo

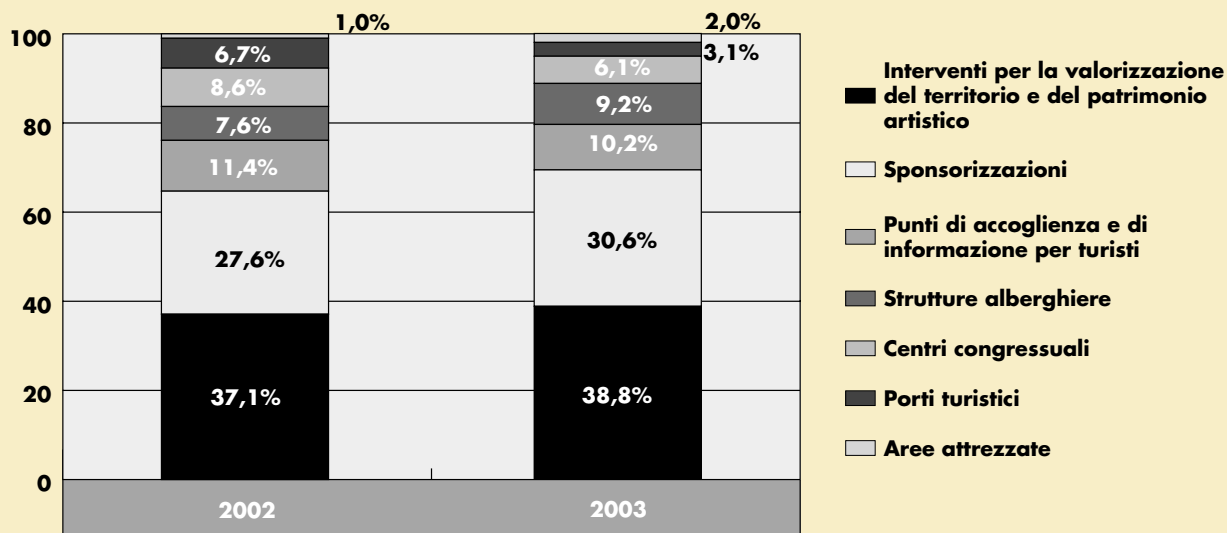
Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

Grafico 3.10.1. Gli investimenti effettuati dalle Camere di Commercio nel 2003 per la promozione del settore turistico (valori assoluti)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

Grafico 3.10.2. L'evoluzione degli investimenti effettuati dalle Camere di Commercio per la promozione del settore turistico (valori %)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004



ISNART Scpa è la struttura specializzata del sistema camerale sui temi del turismo ha il know-how tecnico e scientifico in termini di metodologia e di competenze di marketing e di ricerche di mercato focalizzato sullo sviluppo turistico territoriale. Due sono le aree principali di attività: la ricerca e la promozione della qualità. Nell'ambito della ricerca gestisce l'Osservatorio nazionale del turismo, che si compone tra l'altro di 2 rilevazioni se-

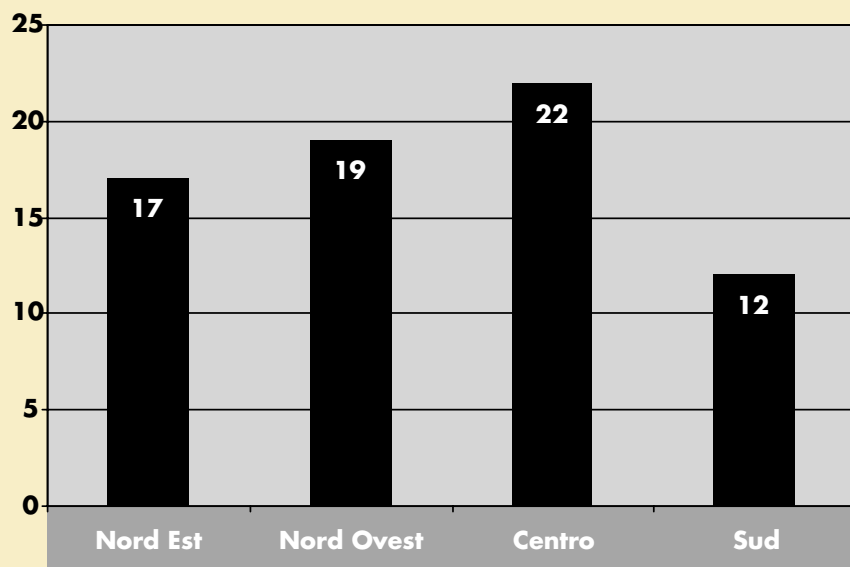
mestrali sugli italiani, quattro rilevazioni trimestrali sugli operatori della ricettività, una ricerca sui tuoi operatori europei. Nell'ambito della promozione della qualità, di concerto con le Camere di Commercio, seleziona e promuove alberghi, ristoranti, agriturismi che si distinguono per il servizio offerto al cliente e pubblica la guida alla qualità (<http://www.isnart.com>).

Grafico 3.10.3. Le attività svolte dalle Camere di Commercio nel settore turistico nel 2003 (valori assoluti)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

Grafico 3.10.4. Camere di Commercio che svolgono attività di promozione del settore turistico (valori assoluti)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

3.11

STUDI, RICERCHE E INFORMAZIONE ECONOMICA STATISTICA

Tra le funzioni degli Uffici studi e statistica delle Camere di Commercio, anche per il 2003, è stato consolidato il filone di attività legato al tema dell'informazione economica e statistica. Sfruttando a pieno la radicata conoscenza delle economie locali che deriva dalla gestione e dal trattamento delle numerose fonti statistiche interne ed esterne al sistema camerale, le Camere di Commercio hanno prodotto una serie di pubblicazioni specifiche su diverse tematiche economiche, volte a soddisfare una tipologia di utenza sempre più ampia.

LA GIORNATA DELL'ECONOMIA

Al fine di valorizzare nei confronti dell'opinione pubblica il tradizionale ruolo di "osservatorio" delle economie locali svolto dalle Camere di Commercio, è stata lanciata l'idea di realizzare la Giornata dell'economia (la prima si è tenuta il 5 maggio 2003, la seconda il 10 maggio 2004).

Nel corso della manifestazione viene presentato, in maniera congiunta in tutte le 103 Camere di Commercio, il Rapporto sullo stato dell'economia provinciale, in modo tale da offrire una lettura del territorio innovativa nei contenuti e nelle modalità di presentazione.

La contestualità di pubblicazione dei dati di analisi delle economie locali e l'omogeneizzazione del modello di pubblicazione, pur nel rispetto degli specifici contenuti individuati da ciascuna Camera, caratterizza l'evento come un'azione di forte impatto comunicativo che si sta imponendo all'attenzione degli organi di informazione.

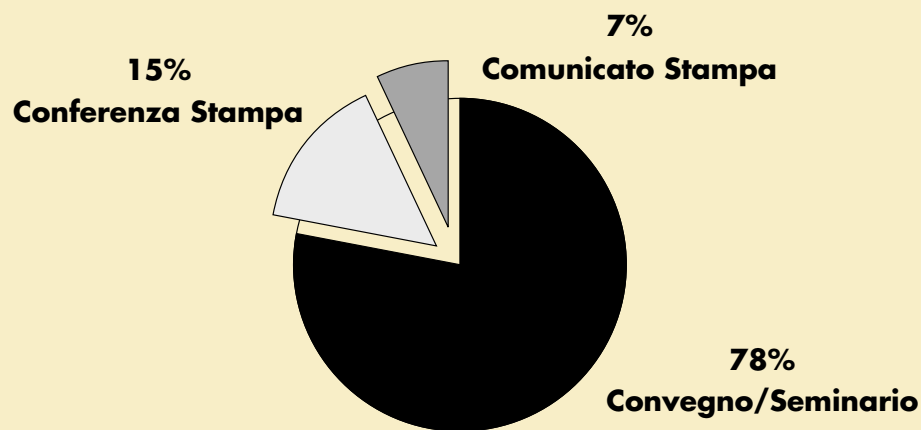
Alle edizioni 2003 e 2004 della Giornata del-

Tabella 3.11.1. I numeri di studi, ricerche e informazione economica statistica

344	Studi e ricerche autonomamente effettuate dalle Camere di Commercio
110	Studi e ricerche commissionate all'esterno
146	Riviste sulle economie locali pubblicate
62	Publicazioni non periodiche di carattere promozionale
91	Sportelli diretti
85	Camere di Commercio che svolgono attività di informazione e divulgazione al pubblico tramite servizio telefonico
78	Camere di Commercio che svolgono attività di informazione e divulgazione al pubblico tramite e-mail
78	Camere di Commercio che svolgono attività di informazione e divulgazione al pubblico tramite sito web

Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

Grafico 3.11.1. Gli eventi organizzati dalle Camere di Commercio in occasione della Giornata dell'economia



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

l'economia ha aderito la quasi totalità delle Camere di Commercio (99 su 103 nel 2003, 102 su 103 nel 2004) ciascuna delle quali ha presentato un Rapporto sulle tendenze evo-

lutive dei sistemi produttivi locali, attraverso la lettura dei dati statistici raccolti ed elaborati dal sistema delle Camere di Commercio.

Per la presentazione del Rapporto economico provinciale, in particolare:

- 76 Camere hanno organizzato un Convegno/Seminario con le massime autorità locali;
- 16 Camere di Commercio hanno organizzato una Conferenza stampa
- 7 Camere hanno diffuso un comunicato stampa.

Notevole è stato l'interesse che ha suscitato il Rapporto economico provinciale (stampato in oltre 30 mila copie complessive). Più di 150 testate giornalistiche nazionali e locali hanno dato risalto l'iniziativa, spesso con servizi molto ampi e dettagliati, tanto che sono stati più di 400 gli articoli usciti per annunciare prima e illustrare in seguito l'esito della manifestazione.

La quasi totalità delle Camere ha poi pubblicato i dati elaborati in occasione della 1^ Giornata dell'economia sul portale statistico del sistema camerale www.starnet.unioncamere.it.

ATTIVITÀ DEL CENTRO STUDI DI UNIONCAMERE

Lo sforzo compiuto dal Centro Studi Unioncamere nella valorizzazione del patrimonio informativo gestito, a fini amministrativi, dalle Camere di Commercio, unito all'attività di indagini condotta periodicamente su campioni

Grafico 3.11.2. Le linee di attività maggiormente presidiate dagli Uffici studi e statistica delle Camere di Commercio nel 2003 (numero assoluto di CCIAA per attività)

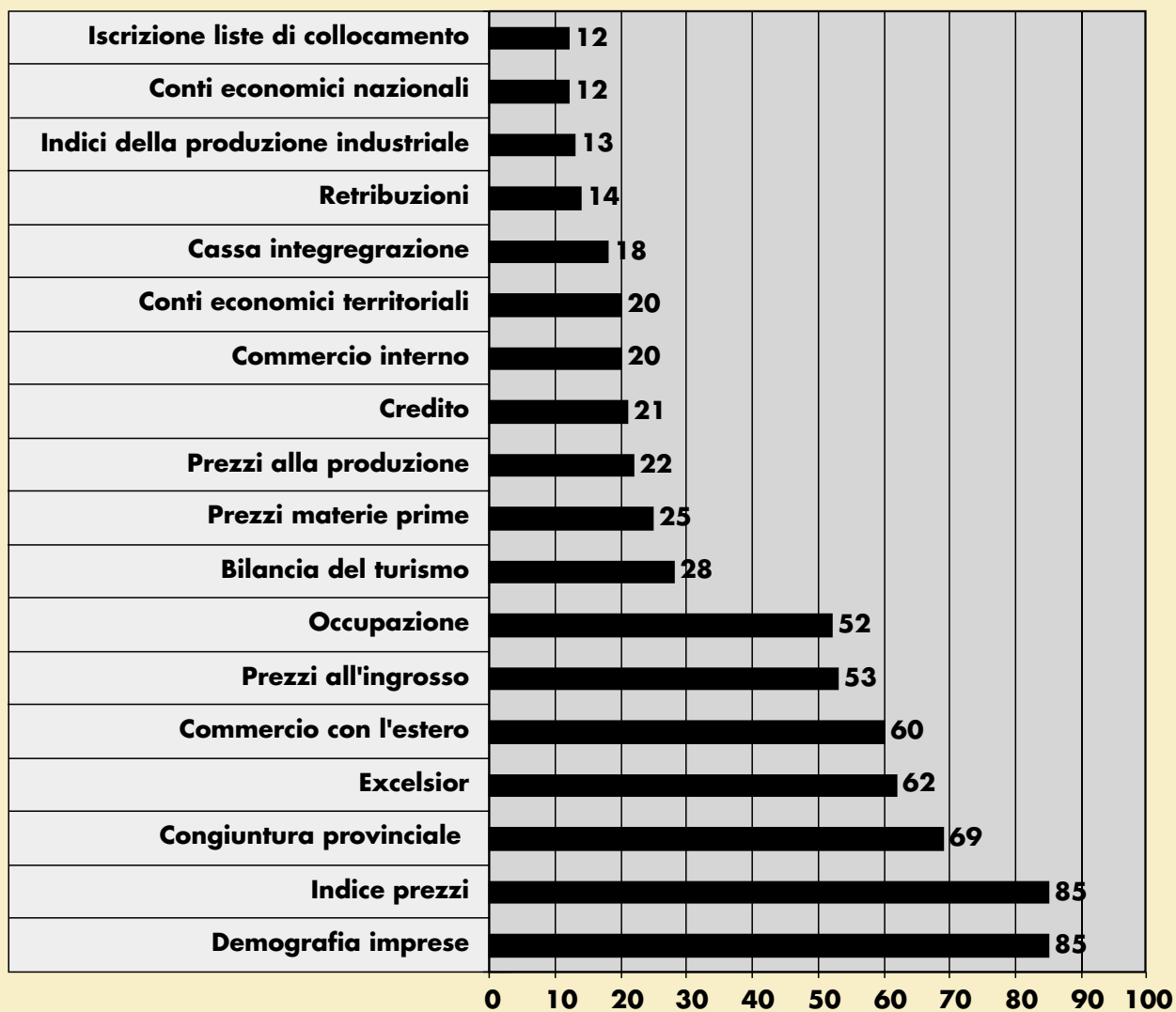
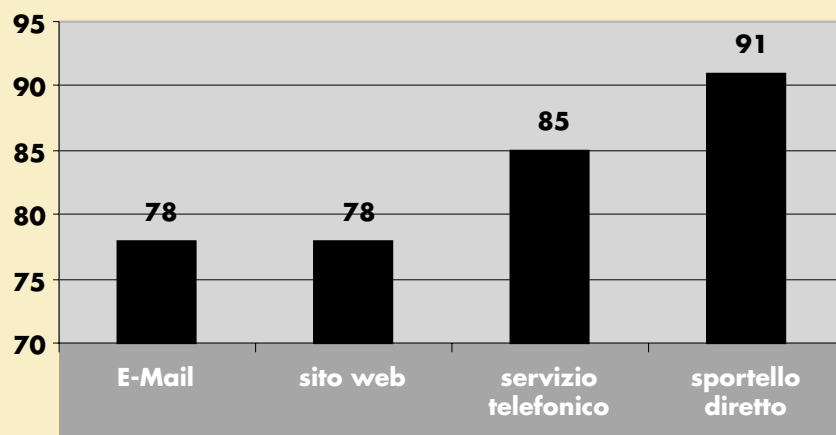


Grafico 3.11.3. Il numero di Camere di Commercio per tipologia di canali utilizzati nell'attività di informazione e divulgazione al pubblico nel 2003



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

statisticamente rappresentativi di impresa e all'originale valorizzazione dei dati statistici pubblici, ha permesso nel corso del 2003 di disporre di un'imponente mole di informazioni sugli andamenti dei diversi settori economici e delle economie locali.

L'attività svolta dal Centro Studi Unioncamere nel corso del 2003 si è concentrata, in particolare, sulle seguenti tematiche:

- analisi sulla struttura imprenditoriale e mercato del lavoro;
- previsioni economiche e congiunture dei settori produttivi;
- analisi economico-aziendali;
- organizzazione e realizzazione della Giornata dell'economia

Analisi sulla struttura imprenditoriale e mercato del lavoro

In questo ambito il Centro Studi ha realizzato, in collaborazione con il Ministero del Lavoro, la sesta annualità del Sistema informativo per

l'occupazione e la formazione Excelsior sulle previsioni occupazionali pianificate dalle imprese per il 2003, i cui risultati sono stati presentati in occasione del convegno nazionale il 4 giugno 2003 a Roma.

In occasione del convegno "Il ruolo delle istituzioni ed il valore dell'impresa - L'Osservatorio delle Camere di Commercio sulle nuove imprese e i nuovi imprenditori" (Lucca, maggio 2003), è stato presentato l'aggiornamento al 2000 dell'"Osservatorio sulle nuove imprese".

Dando seguito a specifiche richieste emerse dal territorio (tanto dalle Camere di Commercio, che dalle istituzioni pubbliche e private) sono stati poi prodotti e distribuiti tramite la rete camerale specifici rapporti di ricerca sulle nuove imprese in Italia nel triennio 1998-2000, con dettaglio sull'imprenditoria femminile e su gli imprenditori extracomunitari. Sempre nel corso del 2003, il Centro Studi Unioncamere ha realizzato, in collaborazione

con l'Associazione delle Camere di Commercio Europee "Eurochambres", il rapporto 2003 sull'andamento congiunturale delle piccole e medie imprese europee "Eurochambres Economic Survey 2003", presentato nel corso del convegno internazionale "The Business Climate in Europe's Regions" (Bruxelles, gennaio 2003).

Previsioni economiche e congiunture dei settori produttivi

Con cadenza trimestrale, sono state svolte indagini a livello di macro-area territoriale e/o a livello regionale, sugli andamenti congiunturali e occupazionali delle imprese (attraverso un campione di 8.000 imprese); in particolare, sono state realizzate elaborazioni in collaborazione con alcune strutture del sistema camerale (Unione regionale Emilia Romagna, Unione regionale Basilicata, Camera di Commercio di Milano), per estendere la significatività dei risultati dell'indagine nazionale anche a livello regionale e provinciale.

Il Centro Studi ha inoltre predisposto con cadenza trimestrale il proprio modello previsionale a livello regionale sulle principali variabili macroeconomiche (PIL, Export, Occupazione, Consumi, Investimenti), integrando le informazioni rilevate tramite le proprie indagini sulle imprese con quelle prodotte da altri istituti di ricerca.

Analisi economico-aziendali

È proseguita nel corso dell'anno un'attività di elaborazione sulla totalità dei bilanci delle società di capitale (circa 600.000), volta a favorire un'analisi economica settoriale e territoriale unica in Italia, per dettaglio ed esaustività dei dati.

In collaborazione con Mediobanca, è stato redatto il 3° Rapporto sui bilanci delle medie imprese industriali in Italia, analizzando in serie storica le performance economico-finanziarie dal 1996-2001 dell'universo delle società di capitale in Italia. I risultati della ricerca sono stati presentati in occasione del convegno nazionale: "Le medie imprese industriali italiane (1996-2000) Roma, ottobre 2003.

Sempre in collaborazione con Mediobanca e le Camere di Commercio locali sono stati realizzati specifici approfondimenti territoriali sul Nord-Est e sul Nord-Ovest, presentati presso le Camere di Commercio di Treviso e Milano. Nello stesso filone di attività il Centro Studi Unioncamere ha aggiornato l'Osservatorio dei gruppi di impresa al 2001, al fine di individuare la struttura proprietaria di tutte le società italiane, la numerosità dei gruppi (circa 66.000) e la loro distribuzione territoriale e settoriale. Per la prima volta, accanto ai gruppi "formali" di impresa, sono stati individuati i gruppi familiari e i gruppi aventi come capogruppo una impresa estera.

Organizzazione e realizzazione della Giornata dell'economia

Il Centro Studi Unioncamere ha collaborato all'organizzazione e alla realizzazione delle prime 2 edizioni della Giornata dell'economia, provvedendo a realizzare un set di tavole statistiche su diverse tematiche economiche, in modo tale da consentire a ciascuna Camera di Commercio di poter leggere in modo originale le tendenze evolutive dei sistemi produttivi locali.

3.12

BIBLIOTECHE E ARCHIVI

Lo sviluppo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, che nell'ultimo decennio ha dato avvio a importanti mutamenti economici, sociali e culturali, ha toccato particolarmente il settore dell'informazione (stampa, editoria e documentazione).

Per quanto riguarda le biblioteche ed i centri di documentazione camerale, le innovazioni

intervenute hanno prodotto – accanto all'accelerazione del processo di evoluzione di tali strutture in centri di informazione a prevalente connotazione digitale – anche un più generale processo di ripensamento e di ridefinizione dei loro compiti, attività e organizzazione.

Gli effetti più immediati, rilevabili dal questionario relativo all'anno 2003, sono la complessità, la diversificazione e l'ampliamento delle funzioni attribuite a tali servizi.

Tabella 3.12.1. I numeri delle biblioteche

65	Servizi di biblioteca attivi
54	Sale di consultazione aperte al pubblico
87	Addetti al servizio di cui 19 specializzati
700	Mila volumi inventariati
2.372	Cd-rom e oltre 200 abbonamenti a banche dati on-line
56	Camere di Commercio che realizzano ricerche bibliografiche e legislative
53	Camere di Commercio che offrono servizi di abbonamento e acquisto libri
44	Camere di Commercio che effettuano prestiti di libri
42	Partecipazioni a iniziative di cooperazione interbibliotecaria con enti locali, università e centri di ricerca
1	Milione di euro di stanziamento annuale e oltre

Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2004*

Tabella 3.12.2. Archivi e protocollo

1.318.430	Documenti registrati in arrivo
619.088	Documenti registrati in partenza
76	Camere di Commercio che classificano i documenti protocollati
47	Camere di Commercio che effettuano la formazione di fascicoli
17	Camere di Commercio che utilizzano un manuale di gestione fatto in proprio
27	Camere di Commercio che utilizzano il manuale InfoCamere di gestione
57	Camere di Commercio che hanno istituito il servizio per la gestione informatica dei documenti

Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2004*

Nonostante la diffusa tendenza alla disintermediazione (il venir meno del ruolo del bibliotecario come intermediario tra libro e lettori) nel 2003 i servizi bibliotecari camerale risultano quasi dovunque in crescita per strutture ed investimenti e, nelle realtà più avanzate, valorizzati e coinvolti in una gamma sempre più ampia di servizi e di progetti.

Oltre alle tradizionali funzioni di selezione, organizzazione e diffusione delle informazioni economiche, le "biblioteche" camerale, in collaborazione con gli uffici competenti, svolgono infatti le seguenti ulteriori funzioni:

- diffusione e valorizzazione della memoria storica dell'Ente e della storia e della cultura economica locale (Milano, Cuneo, Cagliari, Sassari);
- indicizzazione, archiviazione e pubblicazione in formato digitale della produzione editoriale della Camera (Bologna, Brescia, Cuneo, Ferrara, La Spezia, Milano, Salerno);
- redazione di rassegne stampa e di bollettini di segnalazione (47 Camere).

In alcuni casi (Milano, Modena, Napoli) bi-

blioteche e archivi sono coinvolti in un unico progetto di gestione della documentazione camerale.

Un ulteriore elemento di interesse è dato dalla maggiore centralità attribuita all'utente, rilevabile dalla crescita di servizi qualificati, quali:

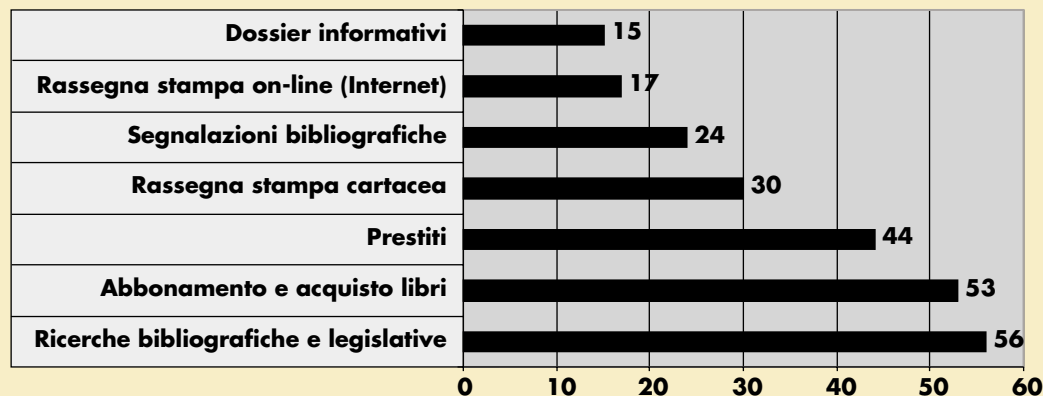
- la ricerca di informazioni attraverso l'utilizzo di fonti elettroniche, che il bibliotecario valuta, seleziona ed integra con le tradizionali fonti cartacee;
- la fornitura di informazioni e di documenti on line tramite le pagine web del servizio.

Per quanto riguarda questo secondo aspetto è importante sottolineare che 27 Camere di Commercio, attraverso lo spazio web dedicato al servizio biblioteca, forniscono all'utente remoto, oltre alle informazioni generali sul servizio, anche la possibilità di consultare l'OPAC (Online Public Access Catalogue) della biblioteca, l'elenco dei periodici e delle pubblicazioni possedute, l'accesso a riferimenti e a fonti esterne selezionate e, in alcuni casi, anche pubblicazioni interamente leg-

gibili in formato digitale (Bergamo, Cuneo, Torino).

Per quanto riguarda la gestione del materiale cartaceo ed elettronico, la necessità di disporre di informazioni attuali ha determinato l'affermazione di una più attenta politica delle acquisizioni e della pratica dello scarto sistematico e programmato, sulla base di criteri rigorosi, delle pubblicazioni obsolete, finalizzato al miglioramento della qualità delle collezioni possedute.

Grafico 3.12.1. Il numero di Camere di Commercio per tipo di servizi offerti nel 2003 (valori assoluti)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

Il 2003 è stato un anno decisivo per il settore archivistico italiano. Il 1° gennaio 2004 è infatti la data entro la quale tutte le PA hanno provveduto, ai sensi del DPR 445/2000 e dei provvedimenti successivi, a realizzare o a revisionare i sistemi informativi per la gestione del protocollo informatico e dei procedimenti amministrativi.

Tale revisione non costituisce un adempimento normativo fine a se stesso, ma è un passaggio del processo di riorganizzazione della pubblica amministrazione, il cui obiettivo è il miglioramento dei servizi resi al cittadino e all'impresa tramite l'efficacia, la rapidità e la trasparenza dell'azione amministrativa. La piena realizzazione delle normative (che intendono accelerare il passaggio dalla pratica cartacea a quella digitale) ha comportato pertanto, anche da parte delle Camere, un ridisegno congiunto e coerente di variabili tecnologiche, archivistiche e organizzative.

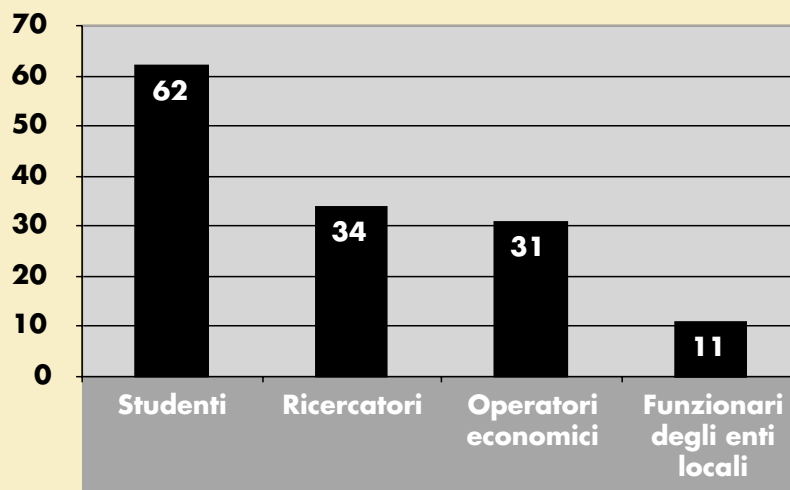
I risultati più significativi raggiunti nel 2003 sono stati i seguenti:

- 101 Camere hanno deliberato l'adozione di un manuale di gestione;
- 57 Camere hanno istituito l'apposito servizio per la gestione del protocollo informatico e dei flussi documentali;
- tutte le Camere (ad esclusione di 3) utilizzano un software per la gestione del protocollo.

Il tipo di approccio più diffuso è caratterizzato dalla volontà di realizzare in via prioritaria il cosiddetto nucleo minimo (informatizzazione del protocollo), per passare progressivamente alle fasi successive (trattazione dei documenti elettronici e informatizzazione dei workflow documentali) previste dalle normative.

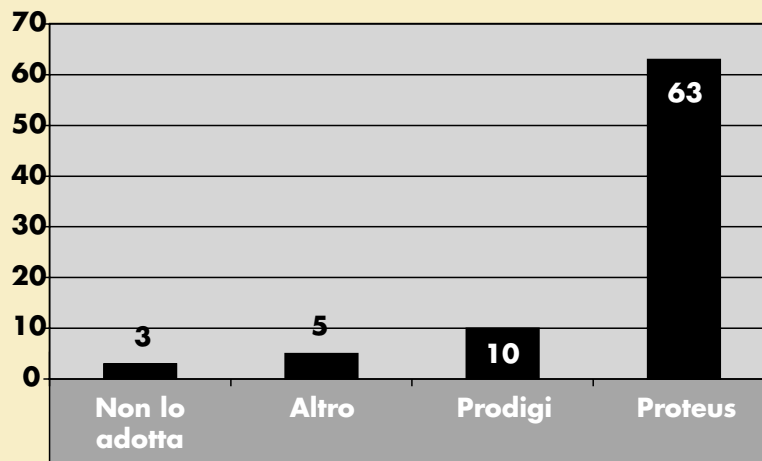
Con un secondo tipo di approccio, l'intervento di informatizzazione è stato invece subordinato ad un più ampio progetto di innova-

Grafico 3.12.2. Il numero di Camere di Commercio per tipo di utenza dichiarata nei servizi di biblioteca nel 2003



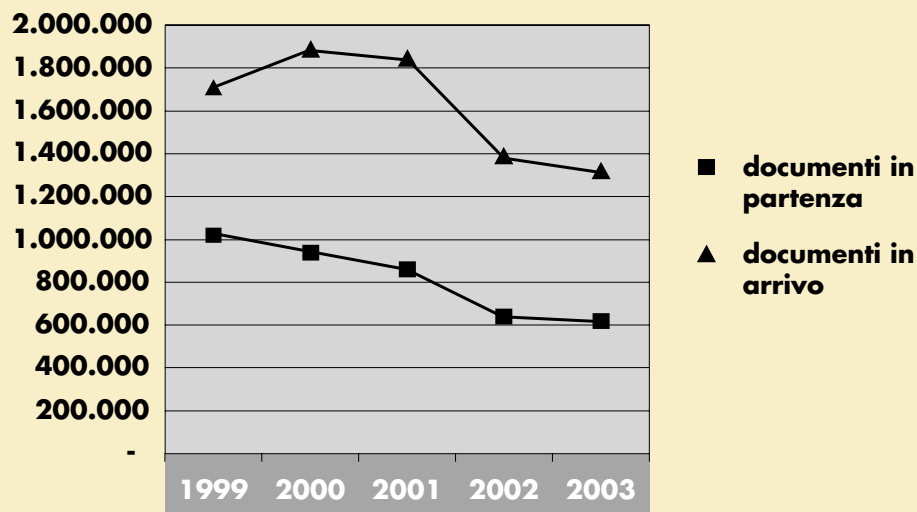
Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

Grafico 3.12.3. Il numero di Camere di Commercio per tipo di software utilizzato negli archivi



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

Grafico 3.12.4. La movimentazione dei documenti dal 1999 al 2003 (valori assoluti)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004

zione organizzativa, che comprende la gestione dei processi operativi dell'organizzazione e le attività di generazione e di trattamento dei documenti ad essi connesse.

È il caso del progetto delle Camere della Toscana, coordinate dall'Unione regionale.

Di particolare interesse anche l'attenzione posta dalla Camera di Milano alla gestione della posta elettronica – la cui crescita ha prodotto una notevole diminuzione del numero dei documenti protocollati in tutte le Camere – e l'intenzione di digitalizzare la documentazione camerale eliminando il doppio binario documentazione cartacea ed elettro-

nica. Per quanto riguarda gli archivi e la ricerca storica, si segnala che nel sito www.cameracultura.it è consultabile on line la versione aggiornata della *Guida agli archivi storici delle Camere di Commercio italiane*, corredata dagli inventari di alcune Camere di Commercio e dal Repertorio della legislazione, relativa alle Camere di Commercio, emanata a partire dalla fine del Settecento fino al 1944.

L'implementazione della Guida è stata resa possibile grazie alla collaborazione e al finanziamento dell'Amministrazione archivistica (MiBAC).

CENTRO DOCUMENTAZIONE INTEGRATA: IL CASO DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI MILANO

Nell'ambito del processo di riorganizzazione che sta attuando la Camera di Commercio di Milano è stato recentemente definito l'accorpamento degli uffici preposti alla gestione della biblioteca e degli archivi camerale.

Attualmente pertanto il Servizio gestione informatica documenti e archivi risulta articolato in due uffici:

- Ufficio centro documentazione integrata
- Ufficio protocollo

Il Centro documentazione integrata ha l'obiettivo di valorizzare le competenze specialistiche, teoriche e metodologiche connesse alla gestione della catalogazione e conservazione del patrimonio librario e archivistico dell'Ente, creando un unico punto di accesso ai servizi di orientamento e di assistenza all'utenza interna e soprattutto

esterna. A tal fine e in un'ottica di miglioramento dei servizi all'utenza, si è provveduto contestualmente ad ampliare la sala di consultazione aperta al pubblico, rendendovi disponibili gli strumenti di ricerca e di consultazione relativi ad entrambe le tipologie di documentazione.

L'unificazione dei servizi ha già consentito un recupero di efficienza nella gestione delle risorse umane e sarà seguita da un monitoraggio dell'utenza al fine di individuare le priorità di sviluppo dei servizi nel prossimo futuro.

I punti di forza del nuovo Centro documentazione integrata – in gran parte già attivi o comunque presto disponibili – sono i seguenti:

- disponibilità di una sala di studio dedicata con attrezzature informatiche (stazione personal computer e lettori microfilm digitali);

- immediata disponibilità di tutti i documenti storici d'archivio dal 1299 al 1960 e di tutte le pubblicazioni istituzionali pubblicate dalla Camera di Commercio di Milano;

- possibilità di consultare i cataloghi bibliotecari e archivistici su supporto informatico, anche on line tramite il portale camerale (già realizzato per la biblioteca e pronto da rilasciare per l'inventario d'archivio);

- possibilità di prenotare via e-mail la consultazione di fascicoli o volumi/pubblicazioni e di ricevere sempre via mail copie digitali dei documenti storici richiesti (per rilasciare questo servizio si attende solo l'individuazione delle tariffe da richiedere al pubblico).

IL PROTOCOLLO INFORMATICO E LA REINGEGNERIZZAZIONE DEI PROCESSI: IL CASO DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI ROMA

Dal 1997 la Camera di Commercio di Roma ha avviato un completo progetto di reingegnerizzazione dei processi aziendali, incentrato sul coinvolgimento di tutto il personale, gestito interamente da risorse interne e finalizzato all'ottimizzazione dei processi stessi, al riassetto della struttura organizzativa e, quindi, al miglioramento della qualità dei servizi erogati all'utenza. Sulla base dei risultati delle analisi della reingegnerizzazione è stato elaborato un progetto per la gestione automatizzata dei flussi documentali e di lavoro. La logica sottesa all'intero progetto è quella dell'inserimento di tutte le procedure attive nell'Ente all'interno di un unico macro processo, attraverso l'integrazione dei numerosi applicativi software in uso tramite un motore di workflow. Tra questi il protocollo informatico, adottato ai sensi del DPR 445/2000, che svolge anche il ruolo di sistema di supporto per la gestione dei flussi di lavoro. Il workflow consente, tra l'altro, la visibilità integrata di tutti gli archivi e la possibili-

tà di ricostruire attraverso un'unica chiave di accesso la storia del rapporto intercorso tra Utente ed Ente. A tale scopo l'operatore camerale ha a disposizione una scrivania di lavoro in rete, personalizzata in base al proprio ruolo/utente e il sistema propone di volta in volta sempre e solo le operazioni necessarie in quella fase della procedura. Grande attenzione è poi dedicata alla conservazione del patrimonio informativo e documentale per la quale ha preso avvio un progetto che prevede la "normalizzazione" della gestione documentale legata alla fascicolazione e allo scarto d'archivio, ponendo la classificazione/fascicolazione come attività centrale in relazione alla gestione documentale. Attraverso l'elaborazione dei criteri di analisi e valutazione dei documenti si sta definendo il piano di conservazione documentale e verranno sviluppati sistemi integrati (piani di conservazione/selezione) coerenti alle esigenze funzionali ed organizzative della Camera. La fase successiva sarà l'informatizzazione delle

funzioni di gestione documentale e la loro integrazione nei flussi automatizzati. A regime si avrà il pieno controllo sulla formazione dei documenti e dei fascicoli e sulla accumulazione di documenti e fascicoli nel corso del tempo (elenchi di trasferimento, versamento e scarto). L'introduzione del nuovo strumento nella Camera di Commercio di Roma ha permesso l'eliminazione dei 154 protocolli di settore precedentemente rilevati. Il risultato è stato uno strumento "facile" e sicuro; ciò ha consentito l'effettivo decentramento delle attività di protocollazione che consente, oggi, di lavorare con circa 300 utenti profilati distribuiti sulle nove sedi della Camera. Nel corso del progetto è stata svolta una analisi documentale che ha consentito l'individuazione degli archivi aggregati, gestiti dalla Camera ma di proprietà di Enti terzi, che mantengono la protocollazione separata. Il progetto prevede poi la creazione di una casella istituzionale di posta elettronica per rendere la Camera interoperabile con le altre PA.

LA RETE CONCILIATIVA: I DATI DEL 2003

Le Camere di Commercio nel periodo 1997-2003 hanno gestito complessivamente 5.697 conciliazioni di cui 1.286 relative a controversie nascenti da rapporti tra imprese e 4.411 controversie in materia di consumo. Nel 2003 le domande di conciliazione gestite dalle Camere di Commercio sono risultate 2.128: 343 relative a controversie nascenti da rapporti tra imprese e 1.785 relative a rapporti tra imprese e consumatori (graf. 3.13.1). Ciò conferma il trend di crescita del numero delle domande che rispetto al 2002 hanno avuto un incremento del 100%.

Il valore medio delle conciliazioni è risultato pari a euro 53.164 mentre la durata media di 38 giorni.

Per quanto riguarda le controversie relative a rapporti tra imprese il valore medio è stato di euro 102.487 e la durata media di 40 giorni. Mentre per le controversie relative a rapporti tra imprese e consumatori il valore medio è risultato di euro 13.705 e la durata media di 37 giorni.

Nel 2003 le Camere di Commercio hanno gestito circa 100 domande di conciliazione in materia di subfornitura. La durata media dei casi è stata di 36 giorni ed il valore medio di euro 430.765.

Complessivamente le domande di conciliazione gestite dalle Camere di Commercio riguardavano sostanzialmente contratti stipulati nell'ambito dei settori indicati nei graf. 3.13.2 e 3.13.3.

Rispetto all'attività di formazione in materia di conciliazione risulta che 54 Camere di Commercio hanno realizzato nel 2003 iniziative di formazione in linea con gli standard definiti a livello nazionale, sia di livello base sia di livello avanzato, che hanno contribuito

a formare 1.428 conciliatori: con una media di 26 conciliatori per Camera.

Un aspetto ulteriore da evidenziare sono i motivi che hanno indotto una o entrambe le parti ad effettuare una domanda di conciliazione. Le 61 Camere di Commercio che hanno fornito tali informazioni hanno dichiarato:

- 70% per l'economicità del servizio e la rapidità delle procedure;
- 30% per l'affidabilità del servizio.

Tabella 3.13.1. I numeri di arbitrato e conciliazione

210	Arbitrati gestiti
22	Camere di Commercio che hanno concluso accordi con altre istituzioni arbitrali o altri organismi
52	Camere di Commercio che hanno realizzato corsi di formazione sull'arbitrato nel biennio 2002-2003
939	Corsi di formazione sull'arbitrato realizzati nel biennio 2002-2003
556	Arbitri formati nel 2003
49	Camere di Commercio che hanno svolto azioni di promozione dell'arbitrato
2.128	Conciliazioni gestite
54	Camere di Commercio che hanno realizzato corsi di formazione sulla conciliazione nel 2003
1.428	Conciliatori formati nel 2003

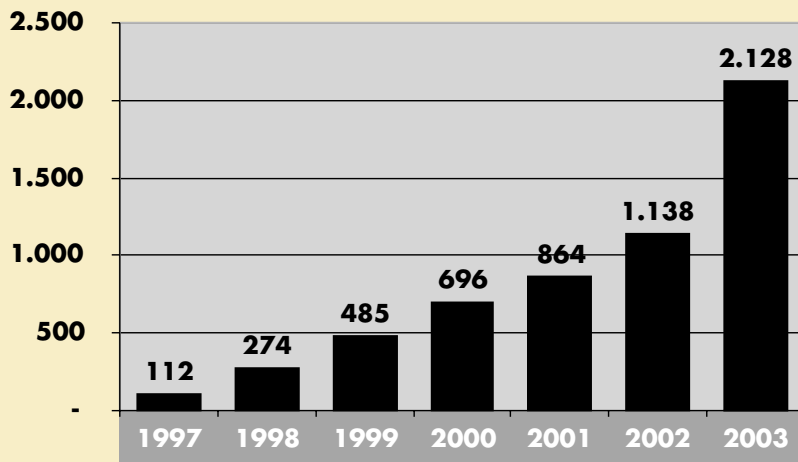
Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2004*

Tabella 3.13.2. I numeri di arbitrato e conciliazione - Aziende speciali

6	Aziende speciali che gestiscono una Camera arbitrale
128	Arbitrati amministrati
144	Arbitri formati nel 2002
6	Commissioni di Conciliazione attivate presso le Aziende speciali
32	Conciliazioni gestite nell'anno 2002 tra imprese
140	Conciliazioni gestite tra imprese e consumatori

Fonte: *Unioncamere, Osservatorio sulle Aziende speciali 2003*

Grafico 3.13.1. Il numero delle conciliazioni gestite negli anni 1997-2003



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004 e Unità di progetto "Sviluppo giustizia alternativa"

LA RETE ARBITRALE: I DATI DEL 2003

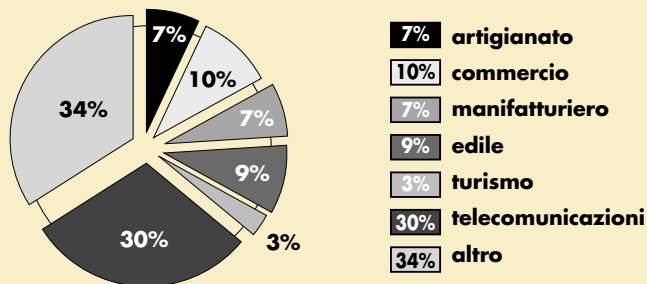
Nel 2003 il numero delle Camere arbitrali è rimasto invariato rispetto a quello del 2002. Rispetto alla natura giuridica dei servizi, i dati confermano quelli dell'anno precedente ovvero:

- la maggior parte delle Camere arbitrali sono organizzate come ufficio camerale;
- 5 sono risultate le Camere arbitrali organizzate in Aziende speciali (Bolzano, Como, Mantova, Milano e Roma);
- mentre 20 Camere arbitrali hanno costituito associazioni con altre Camere arbitrali oppure con le categorie e gli ordini professionali.

Le 69 Camere arbitrali nel periodo 1997-2003 hanno gestito complessivamente 1.566 arbitrati, di questi 1.196 relativi a rapporti tra imprese e 370 relativi a rapporti tra imprese e consumatori.

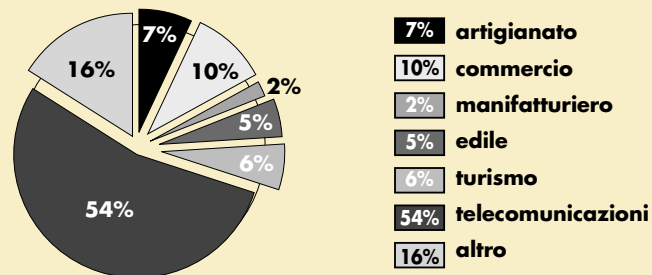
Nel 2003 sono stati amministrati 210 arbitrati: 157 relativi a controversie tra imprese e 53

Grafico 3.13.2. La distribuzione percentuale delle conciliazioni tra imprese per settore nel 2003



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004 e Unità di progetto "Sviluppo giustizia alternativa"

Grafico 3.13.3. La distribuzione percentuale delle conciliazioni tra imprese e consumatori per settore nel 2003



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004 e Unità di progetto "Sviluppo giustizia alternativa"

relativi a controversie tra imprese e consumatori.

Il valore medio delle domande di arbitrato amministrato nel 2003 è risultato di euro 342.917, mentre la durata media è stata di 124 giorni.

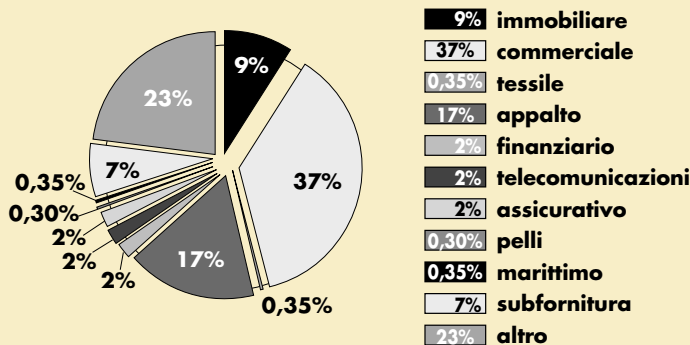
Per quanto riguarda, in particolare, gli arbitrati tra le imprese il valore medio è risultato di euro 495.012 e la durata media di 123 giorni. Mentre per gli arbitrati tra imprese e consumatori il valore medio è stato di euro 62.741 e la durata media di 128 giorni.

Rispetto all'attività di formazione in materia di arbitrato, risulta che 12 Camere di Com-

mercio hanno realizzato nel 2003 iniziative di formazione, contribuendo a formare 556 arbitri, con una media di 46 arbitri per Camera. Nei grafici 3.13.4 e 3.13.5 seguenti sono riportati in valore percentuale i settori più ricorrenti oggetto delle domande di arbitrato. Degni di nota i motivi che hanno indotto una o entrambe le parti a rivolgersi al servizio di arbitrato delle Camere di Commercio:

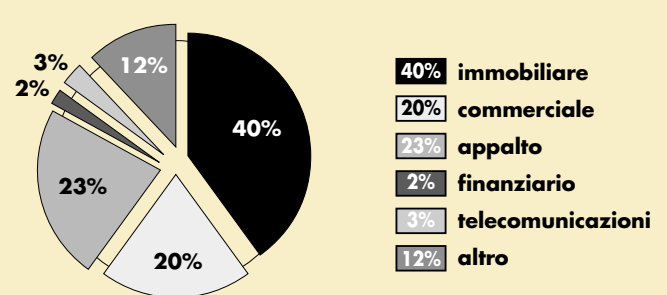
- 42% per la rapidità della procedura;
- 37% per l'economicità del servizio;
- 21% per l'affidabilità del servizio.

Grafico 3.13.4. La distribuzione percentuale degli arbitrati tra imprese per settore nel 2003



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004 e Unità di progetto "Sviluppo giustizia alternativa"

Grafico 3.13.5. La distribuzione percentuale degli arbitrati tra imprese e consumatori per settore nel 2003



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2004 e Unità di progetto "Sviluppo giustizia alternativa"

NOTA METODOLOGICA

Il "Rapporto sul sistema camerale 2004" è stato realizzato attraverso la raccolta di un complesso di informazioni fornite dalle Camere di Commercio.

Il questionario di rilevazione, aperto alla compilazione *on-line* dal 7 febbraio al 10 maggio 2004 al sito www.unioncamere.net, è articolato in una parte relativa alle strutture ed una ai servizi, per un totale di 15 schede.

Nella tabella che segue si riporta il dettaglio delle Camere di Commercio che hanno compilato ciascuna scheda.

Camere di Commercio soggette alla rilevazione	102
Camere di Commercio rispondenti	98

<i>Scheda</i>	<i>Denominazione</i>	<i>CCIAA rispondenti</i>
1	Organi	97
2	Strutture e Personale	97
3	Tecnologie ed E-Government	90
4	Internazionalizzazione	88
5	Formazione Imprese	90
6	Promozione e Commercializzazione	81
7	Finanza e Credito	83
8	Innovazione	84
9	Ambiente	88
10	Promozione Nuove Imprese	88
11	Sviluppo locale e progetti comunitari	79
12	Turismo	85
13	Studi, ricerche e documentazione	93
14	Biblioteche ed archivi	92
15	Arbitrato e conciliazione	81

Nei capitoli 1 e 2 del Rapporto i dati fanno riferimento a 103 Camere di Commercio, integrando le informazioni mancanti con gli ultimi dati disponibili per quelle Camere che non hanno risposto al questionario di rilevazione 2004.

Inoltre, per una vista più completa dei "numeri" del sistema, in alcune delle schede per settore, le informazioni rilevate dalle Camere di Commercio sono state integrate con quelle trasmesse dalle Aziende speciali in occasione dell'ultima rilevazione nazionale loro dedicata, realizzata nel 2003.



UNIONCAMERE

A CURA DELL'OSSERVATORIO DEL SISTEMA CAMERALE DELL'UNIONCAMERE

Coordinamento: Andrea Sammarco, Paolo Bulleri, Stefania Mele

Hanno collaborato: Elisabetta Bidischini, Alberto Caporale, Stefano Casagrande, Orietta Castellacci, Amedeo Del Principe, Carlo De Vincentiis, Sabrina Diella, Gabriella Di Girolamo, Domenico Ficco, Roberto Frisari, Barbara Longo, Alessio Misuri, Sandro Pettinato, Fabio Pizzino, Bruno Scarcella, Francesco Vernaci

COORDINAMENTO EDITORIALE

**media
CAMERE**

Società consortile delle Camere di Commercio italiane

Finito di stampare nel mese di giugno 2004 dalla
COPYGRAPH sas - Via A. Labriola, 38/40 00136 ROMA