

Osservatori e rapporti

Rapporto 2008 sul Sistema camerale

Abstract

Strutture e servizi per l'impresa



UNIONCAMERE

CAMERE DI COMMERCIO D'ITALIA

A cura dell'Osservatorio sul Sistema camerale dell'Unioncamere
Coordinamento: *Alberto Caporale, Eugenio Spina, Michaela Travaglini.*

Hanno collaborato in Unioncamere:
*Mario Altavilla, Ettore Battelli, Claudio Gagliardi, Giuseppe Del Medico,
Gabriella Di Girolamo, Roberto Frisari, Barbara Longo, Andrea Muti,
Sandro Pettinato, Fabio Pizzino, Tiziana Pompei, Marco Pozzoli,
Carlo Spagnoli, Daniela Tauro.*

Hanno inoltre collaborato:
*Domenico Simonetti (IBS)
Valeria Pennisi (Dintec)*

© 2008 Unioncamere, Roma

Finito di stampare nel mese di giugno 2008
dalla tipografia Kata Consulting

L'utilizzo delle informazioni contenute nel presente
volume è consentito solo su autorizzazione dell'editore

Sommario

Premessa	9
-----------------	---

CAPITOLO 1. Camere Istituzioni

1.1	I Consigli camerali e la loro programmazione pluriennale	13
1.2	Le autonomie funzionali	15
1.3	L'Unioncamere	20

CAPITOLO 2. L'organizzazione

2.1	La struttura della rete	25
2.2	Le scelte organizzative delle Camere di commercio	27
2.3	Le risorse umane e professionali	28
2.4	La partecipazione nelle infrastrutture per il territorio	36

CAPITOLO 3. L'azione di servizio

3.1	<i>e-Government</i>	45
3.2	Internazionalizzazione	48
3.3	Promozione delle filiere	53
3.4	Finanza e credito	59
3.5	Innovazione	64
3.6	Ambiente	68
3.7	Programmazione comunitaria	68
3.8	Turismo	75
3.9	Regolazione del mercato	79

<i>Nota metodologica</i>	85
--------------------------	----

Premessa

Il Rapporto sul sistema camerale 2008 si presenta al primo appuntamento annuale in una nuova veste, più sintetica e di agile consultazione, che riproduce sotto forma di abstract il volume che sarà realizzato in autunno.

Infatti, si è preferito, in questa fase, estrapolare alcuni dei dati più interessanti dalle prime risultanze prodotte dal questionario dell'Osservatorio camerale corredandoli con brevi commenti, e rimandare all'appuntamento autunnale la pubblicazione integrale, arricchita dei relativi approfondimenti e delle segnalazioni sulle esperienze più innovative e di maggior successo condotte dalle Camere.

Per quanto riguarda le Aziende speciali nel corso dell'anno verrà dedicata loro una pubblicazione *ad hoc*.

Capitolo 1

Camere Istituzioni

■ 1.1 I Consigli camerali e la loro programmazione pluriennale

La legge 29 dicembre 1993, n. 580 (art. 10, comma 1) stabilisce che il numero dei componenti dei Consigli camerali sia determinato in base al numero delle imprese iscritte nel Registro delle imprese o nel Registro delle ditte ovvero annotate nello stesso, nel modo seguente:

- sino a 40.000 imprese: 20 consiglieri;
- da 40.001 a 80.000 imprese: 25 consiglieri;
- oltre 80.000 imprese: 30 consiglieri.

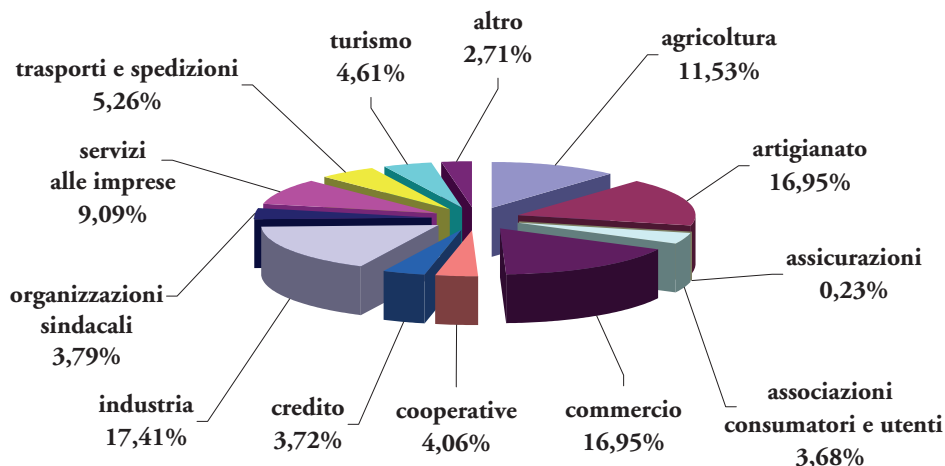
Gli Statuti definiscono la ripartizione dei consiglieri secondo le caratteristiche economiche della circoscrizione territoriale di competenza in rappresentanza dei settori dell'agricoltura, dell'artigianato, delle assicurazioni, del commercio, del credito, dell'industria, dei servizi alle imprese, dei trasporti e spedizioni, del turismo e degli altri settori di rilevante interesse per l'economia della circoscrizione medesima. Nella composizione del Consiglio deve essere assicurata la rappresentanza autonoma delle società in forma cooperativa (art. 10, comma 2).

Il numero dei consiglieri in rappresentanza dei settori dell'agricoltura, dell'artigianato, dell'industria e del commercio deve essere pari almeno alla metà dei componenti del Consiglio, assicurando comunque la rappresentanza degli altri settori di cui all'art. 10, comma 4.

Nei settori dell'industria, del commercio e dell'agricoltura deve essere assicurata una rappresentanza autonoma per le piccole imprese. Nel Consiglio sono rappresentate le organizzazioni sindacali dei lavoratori e le associazioni di tutela degli interessi dei consumatori e degli utenti (art. 10, comma 5).

Le designazioni da parte delle organizzazioni avvengono in rapporto proporzionale alla loro rappresentatività in ambito provinciale (art. 12, comma 2).

Figura 1.1.1. La presenza dei settori economici nei consigli camerali



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

Nei Consigli delle Camere siedono **2.584** membri. Di questi, 1.624 sono designati dalle associazioni imprenditoriali secondo la seguente ripartizione:

- 450 sono espressione del settore dell'industria;
- 438 sono espressione del settore del commercio;
- 438 sono espressione del settore dell'artigianato;
- 298 sono espressione del settore dell'agricoltura.

I restanti 767 sono espressione di tutti gli altri settori (turismo, trasporti, credito, servizi, cooperative ecc.), cui si aggiungono 193 membri in rappresentanza dei lavoratori e dei consumatori.

Al momento della rilevazione **4** Camere risultano commissariate.

Tra le materie di competenza del Consiglio previste dalla legge 580 vi sono la definizione degli indirizzi generali, l'approvazione del programma pluriennale di attività della Camera di commercio, l'approvazione del bilancio preventivo e consuntivo e delle sue variazioni (art. 11, comma 1).

1.2 Le Autonomie funzionali

L'anno 2007 si è caratterizzato soprattutto, da un punto di vista della collocazione del sistema camerale all'interno dello scenario istituzionale, per la pronuncia della Corte costituzionale n. 374/2007. Tale sentenza è intervenuta sulle Camere di commercio ed ha riconosciuto innanzitutto la competenza legislativa dello Stato sull'ordinamento delle Camere. La Corte ha anche riaffermato la validità e la centralità della legge 580 che garantisce una disciplina omogenea delle attività delle Camere di commercio.

Altri passaggi significativi della sentenza sono quelli in cui la Corte dà alcune indicazioni sul "ruolo" dei consigli camerali che definisce "rappresentativi delle imprese operanti nel territorio", e delle Camere che sono, da un lato, "espressione del sistema delle imprese e, dall'altro, svolgono funzioni che richiedono una disciplina uniforme".

Anche la Corte costituzionale, dunque, in linea con la migliore dottrina, ha riconosciuto la correttezza dell'impostazione contenuta nella norma approvata con larghissima maggioranza dal Parlamento e, più in generale, la rilevanza della questione delle autonomie funzionali.

Nel corso del 2007, si è operato anche per il rafforzamento istituzionale delle Camere di commercio a livello europeo, con l'approfondimento della riflessione sulle Camere di commercio europee di diritto pubblico, per individuare best practices nell'ambito delle esperienze dei sistemi nazionali, diffonderle e giungere ad un "avvicinamento" dei diversi sistemi per convergere verso la realizzazione di un sistema camerale europeo più coeso e autorevole. In questo ambito di attività, è stato organizzato in ottobre a Bruxelles un seminario su "I sistemi camerali europei pubblici a confronto"; con la partecipazione di rappresentanti dei sistemi camerali europei di Olanda, Francia, Germania e Spagna. Del seminario è stata realizzata anche la pubblicazione degli atti, in inglese ed in italiano.

I provvedimenti normativi di interesse delle Camere di commercio approvati nel corso del 2007 (e dei primi mesi del 2008)

Legge 24 dicembre 2007, n. 244

Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato (legge finanziaria 2008)

Le imprese provvedono al finanziamento dell'Organismo italiano di contabilità (OIC) attraverso le Camere di commercio; Ciascuna Camera di commercio deve rendere noto al pubblico il proprio «ufficio prezzi», che riceve segnalazioni e verifica le dinamiche concernenti le variazioni dei prezzi di beni e servizi praticati ai consumatori finali.

<p>DPR 14 novembre 2007, n. 225</p>	<p>Regolamento recante organizzazione del Ministero dello sviluppo economico, a norma dell'articolo 1, comma 404, della legge 27 dicembre 2006, n. 296</p>	<p>La vigilanza sul sistema delle Camere di commercio, sulla tenuta del registro delle imprese, nonché sulla vigilanza sull'Unioncamere e altre attività connesse al registro delle imprese e al REA è svolta dalla Direzione generale per la vigilanza e la normativa tecnica, che è una articolazione del Dipartimento per la regolazione del mercato.</p>
<p>Decreto 2 novembre 2007</p>	<p>Approvazione del modello di comunicazione unica per la nascita dell'impresa</p>	<p>È approvato il modello di dichiarazione unica da presentare alla Camera di commercio per l'assolvimento di tutti gli adempimenti amministrativi previsti per l'iscrizione al registro delle imprese ed ai fini previdenziali, assistenziali, fiscali, nonché per l'ottenimento del codice fiscale e della partita IVA.</p>
<p>Decreto 25 settembre 2007, n. 185</p>	<p>Istituzione e modalità di funzionamento del registro nazionale dei soggetti obbligati al finanziamento dei sistemi di gestione dei rifiuti di apparecchiature elettriche ed elettroniche (RAEE), costituzione e funzionamento di un centro di coordinamento per l'ottimizzazione delle attività di competenza dei sistemi collettivi e istituzione del comitato d'indirizzo sulla gestione dei RAEE, ai sensi degli articoli 13, comma 8, e 15, comma 4, del decreto legislativo 25 luglio 2005, n. 151</p>	<p>Viene istituito il registro nazionale dei soggetti obbligati al finanziamento dei sistemi di gestione dei rifiuti dei RAEE. I del Registro vengono raccolti dalle Camere di commercio, presso le quali i produttori devono iscriversi (e comunicare eventuali variazioni dei dati)</p>

Decreto 29 agosto 2007	Istituzione e modificazione di alcuni diritti di segreteria relativi ai servizi svolti dalle camere di commercio. Aggiornamenti della tabella A e integrazioni della tabella B allegate al decreto 22 febbraio 2007.	È il decreto che istituisce e modifica alcuni diritti di segreteria delle Camere di commercio.
Decreto 10 agosto 2007	Modalità e condizioni per il rilascio delle omologazioni dell'apparecchio di controllo, delle carte tachigrafiche, nonché delle autorizzazioni per le operazioni di primo montaggio e di intervento tecnico, ai sensi dell'articolo 3, comma 7, del decreto ministeriale 31 ottobre 2003, n. 361	Il decreto disciplina le modalità di omologazione dell'apparecchio di controllo, delle carte tachigrafiche nonché i requisiti che i centri tecnici devono possedere per il primo montaggio, l'attivazione e gli interventi tecnici dei tachigrafi digitali.
Decreto 26 luglio 2007	Dati relativi al numero delle imprese, all'indice di occupazione e al valore aggiunto per i settori individuati ai commi 1 e 2 dell'articolo 2 del decreto del Presidente della Repubblica 21 settembre 1995, n. 472.	È il decreto che pubblica per ogni Camera di commercio e per le province di Monza e di Fermi i dati necessari alla costituzione del Consigli camerale.
Legge 2 aprile 2007, n. 40	Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 31 gennaio 2007, n. 7, recante misure urgenti per la tutela dei consumatori, la promozione della concorrenza, lo sviluppo di attività economiche e la nascita di nuove imprese	Per la nascita dell'impresa è prevista la comunicazione unica, che vale quale assolvimento di tutti gli adempimenti amministrativi per l'iscrizione al registro delle imprese ed ha effetto se sussistono i presupposti di legge, ai fini previdenziali, assistenziali, fiscali da individuare con decreto, nonché per l'ottenimento del codice fiscale e della partita IVA; sono previste norme di semplificazione per le attività di acconciatore, attività di pulizia e disinfezione e di facchinaggio.

Decreto 23 marzo 2007	Determinazione, per l'anno 2005, delle misure del diritto annuale dovuto dalle imprese alle camere di commercio, ai sensi dell'articolo 17 della legge 23 dicembre 1999, n. 488	Sono determinate le misure del diritto annuale dovuto ad ogni singola camera di commercio iscritta o annotata nel registro delle imprese.
Legge 26 febbraio 2007, n. 17	Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 28 dicembre 2006, n. 300, recante proroga di termini previsti da disposizioni legislative. Disposizioni di delegazione legislativa	È prevista la proroga del regime transitorio del diritto annuale anche per l'anno 2007; Sono differiti di un anno i termini per l'invio dei bilanci ed altri atti al registro delle imprese con formato elaborabile.
Decreto 22 febbraio 2007	Aggiornamento ed istituzione di diritti di segreteria delle camere di commercio e relativa approvazione delle tabelle A e B	Sono approvati gli importi dei diritti di segreteria.
DPCM 16 febbraio 2007	Organizzazione, composizione, funzionamento e risorse dell'Osservatorio nazionale del turismo, ai sensi dell'articolo 9, comma 2, del decreto del Presidente della Repubblica 6 aprile 2006, n. 207	L'Unioncamere designa due rappresentanti all'interno del Comitato direttivo dell'Osservatorio nazionale del turismo; Agli oneri finanziari dell'Osservatorio può partecipare l'Unioncamere tramite la stipula di apposite convenzioni.
Legge 6 febbraio 2007, n. 13	Disposizioni per l'adempimento di obblighi comunitari derivanti dall'appartenenza dell'Italia alle Comunità europee – Legge comunitaria 2006	Viene integrato il codice del consumo: nell'ambito della cooperazione tra autorità nazionali responsabili dell'esecuzione della normativa per la tutela dei consumatori, il Ministero dello Sviluppo economico può avvalersi in alcune determinate materie, delle Camere di commercio.

Inoltre, sono stati monitorati altri provvedimenti, il cui iter – per alcuni – non si è concluso nel corso del 2007. Tra i più rilevanti, si citano:

Decreto legislativo 16 gennaio 2008, n. 4	Ulteriori disposizioni correttive ed integrative del D.Lgs. 3 aprile 2006, n. 152, recante norme in materia ambientale	Mud Registro carico e scarico rifiuti Albo
Decreto 22 gennaio 2008, n. 37	Regolamento concernente l'attuazione dell'articolo 11-quaterdecies, comma 13, lettera a) della legge n. 248 del 2 dicembre 2005, recante riordino delle disposizioni in materia di attività di installazione degli impianti all'interno degli edifici.	Estensione dell'obbligo dei requisiti tecnico-professionali a tutte le imprese che svolgono attività di installazione di impianti, per qualsiasi destinazione d'uso (sia civile che industriale) eliminazione dell'obbligo di inviare copia della dichiarazione di conformità alla Camera di commercio, confermando però l'obbligo di depositarla presso lo sportello unico dell'edilizia del Comune - non viene più prevista l'istituzione dell'Albo dei Responsabili Tecnici.
Decreto 6 febbraio 2008	Approvazione delle specifiche tecniche per la creazione di programmi informatici finalizzati alla compilazione delle domande e delle denunce da presentare all'ufficio del registro delle imprese per via telematica o su supporto informatico	Il Ministero dello Sviluppo economico approva la nuova modulistica da utilizzare per il deposito di domande e denunce al Registro delle Imprese.
Decreto 1 febbraio 2008	Determinazione delle misure del diritto annuale dovuto per l'anno 2008 dalle imprese alle camere di commercio, ai sensi dell'articolo 18 della legge 29 dicembre 1993, n. 580, così come modificato dell'articolo 17 della legge 23 dicembre 1999, n. 488.	Sono fissati i nuovi diritti annuali dovuti alle Camere di commercio per il 2008. Il decreto sancisce il superamento del regime transitorio del diritto annuale.

LE AUDIZIONI PRESSO LE COMMISSIONI PARLAMENTARI NEL 2007

Anche nel 2007, si è svolta la consueta attività di rappresentanza degli interessi delle Camere attraverso le audizioni presso le Commissioni parlamentari. In particolare, sono state svolte le seguenti audizioni:

1 febbraio 2007 – Audizione sul ddl di “Delega al Governo in materia di riordino degli enti di ricerca” presso la 7° Commissione Istruzione pubblica, beni culturali, ricerca scientifica, spettacolo e sport del Senato della Repubblica.

25 ottobre 2007 – Indagine conoscitiva sull’attuazione della legge 29 marzo 2001, n. 135, concernente la riforma della legislazione nazionale sul turismo presso la 10° commissione della Camera dei Deputati.

1.3 L’Unioncamere

L’azione dell’Unioncamere nel 2007 è stata tesa al conseguimento degli obiettivi strategici delineati nel Programma di attività che, ricondotti ad una dimensione funzionale, sono i seguenti:

- funzione di rappresentanza e promozione degli interessi generali delle Camere di commercio;
- funzione di consulenza e di assistenza tecnica al sistema camerale;
- monitoraggio e coordinamento delle attività delle Camere di commercio per lo sviluppo.

Accanto a ciò sono state, naturalmente, gestite le attività progettuali (Virgilio, Equal ecc.) e le tradizionali attività di “sistema “(relazioni istituzionali, fondo perequativo e fondo intercamerale di intervento, servizi associativi).

Le principali attività relative alla funzione di rappresentanza e promozione sono state le seguenti:

- *verso il Parlamento*
 - partecipazioni alle audizioni parlamentari
 - 70 provvedimenti monitorati
 - 50 emendamenti predisposti
 - 14 norme di interesse del sistema camerale approvate
- *verso il Governo e le altre istituzioni*

Presenza ai tavoli delle parti sociali, partecipazione a tavoli nazionali, regionali e provinciali, iniziative congiunte, accordi di partenariato, protocolli d’intesa. In tali ambiti, nel corso del 2007 la presenza di Unioncamere è stata assicurata in diversi Osservatori, Comitati, Gruppi di Lavori, (tra i quali il turismo, l’internazionalizzazione, la riforma della Legge 580, l’informazione statistica, la cultura d’impresa, la politica regionale, XBRL Italia, la contabilità delle Camere di commercio, la metrologia legale, l’anti-contraffazione e le politiche per l’antiusura e l’antiracket).

- *verso il Sistema camerale*
è stata curata l'organizzazione delle diverse componenti della rete (in particolare la rete dei Segretari Generali, le iniziative in tema di internazionalizzazione, credito, infrastrutture e qualità, la regolazione del mercato, il registro delle imprese, il nuovo regolamento di contabilità e le risorse umane)
- *verso la pubblica opinione*
Sono stati organizzati 16 Convegni che, insieme alle altre iniziative sui principali temi strategici del sistema camerale, hanno dato luogo ai seguenti riscontri sui mezzi d'informazione:
 - 3.532 articoli sulla stampa quotidiana e periodica, nazionale e locale
 - 24 interventi firmati e dichiarazioni alla stampa
 - 137 interviste radio-televisive.

In merito alla funzione di consulenza e assistenza tecnica, si riepilogano di seguito i temi e le iniziative di maggior impatto:

- *diritto annuale*, che dopo otto anni di regime transitorio è finalmente andato a regime;
- coordinamento delle attività necessarie all'avvio della *comunicazione unica d'impresa*;
- coordinamento delle attività per il *personale camerale* con l'assistenza per l'emana-zione dei relativi decreti;
- supporto alle iniziative per l'internazionalizzazione, in particolare sulle *missioni di sistema*;
- realizzazione della fase preparatoria per l'avvio della *mutua camerale*;
- assistenza nei *rinnovi dei Consigli camerali*;
- supporto e assistenza a seguito della *sentenza* della Corte costituzionale;

Infine, la funzione di monitoraggio e sviluppo ha visto tra le principali azioni:

- definizione del progetto per l'*Osservatorio del turismo* con la Presidenza del Consiglio dei Ministri;
- supporto alla promozione di *Universitas Mercatorum* che vanta, al primo anno, 170 iscritti;
- realizzazione del *Rapporto sulle società pubbliche*, che tanta eco ha avuto sugli organi di stampa, a supporto delle iniziative del Ministro Lanzillotta;
- diffusione degli *osservatori prezzi territoriali* a supporto delle attività di monitoraggio dei prezzi e delle tariffe;
- attività di diffusione e coordinamento sul *Progetto internazionale ITER*;
- coordinamento sulle iniziative per la diffusione della *conciliazione* che ha visto una crescita del 21% delle conciliazioni gestite dalle Camere di commercio.

Capitolo 2

L'organizzazione

■ 2.1 La struttura della rete

La struttura della rete camerale nel 2007, pur mantenendosi sostanzialmente stabile, ha registrato una tendenza a fronte della contrazione del numero di strutture ad esse afferenti, quali le sedi distaccate, i laboratori chimico-merceologici, i Centri estero all'ampliamento delle strutture di servizio più specialistiche, quali le Aziende speciali e le Camere di commercio italo-estere.

Il sistema, nel suo complesso, si presenta oggi molto articolato e capace di fornire un'interfaccia qualificata, competente e specializzata di fronte alle esigenze dell'utenza imprenditoriale e dello sviluppo del territorio.

La tendenza degli ultimi anni a connotare fortemente il profilo delle diverse realtà del sistema sulla base delle loro specificità e del loro know-how più tecnico-specialistico restituisce, oggi, un quadro di sistema capace di differenziarsi e di "fare rete" al contempo.

Tabella 2.1.1. I numeri del Sistema camerale

104	Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura
19	Unioni regionali delle Camere di commercio
9	Centri per il commercio estero
	Unioncamere
	Eurochambres
146	Sedi distaccate per l'erogazione di servizi sul territorio
143	Aziende speciali per la gestione di servizi promozionali e infrastrutture
607	Partecipazione con altri soggetti pubblici e privati in infrastrutture
65	Eurosportelli
74	Camere di commercio italiane all'estero
32	Camere di commercio italo-estere
38	Borse Merci e Sale di contrattazione
2.584	Consiglieri espressione delle strutture produttive locali
66	Camere arbitrali
103	Camere di conciliazione
12.305	Conciliazioni gestite nel 2007
21	Laboratori chimico-merceologici
65	Eurosportelli
5	Depositi e magazzini generali
16	Società di sistema

Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

2.2 Le scelte organizzative delle Camere di commercio

Tra i fenomeni più significativi che stanno interessando le scelte organizzative delle Camere di commercio vi è senz'altro quello dell'affidamento all'esterno delle attività estranee al core business dell'istituzione.

Il ricorso a questa soluzione, che può assumere giuridicamente diverse forme, riguarda prevalentemente, in termini di impegno economico, le attività connesse alla manutenzione, con la netta prevalenza del global service, dei servizi di manutenzione e dei servizi di pulizia. Questi ultimi, insieme ai servizi di vigilanza, sono quelli che registrano la più alta frequenza.

Dal punto di vista dei processi di lavoro, l'affidamento esterno riguarda in prima battuta l'attività di data entry, seguita, a distanza, dallo svolgimento di Parti di processo di servizi (apertura istruttoria, protocollazione, ecc.) e dal servizio di reception (v. tabella 2.2.1)

Tabella 2.2.1.

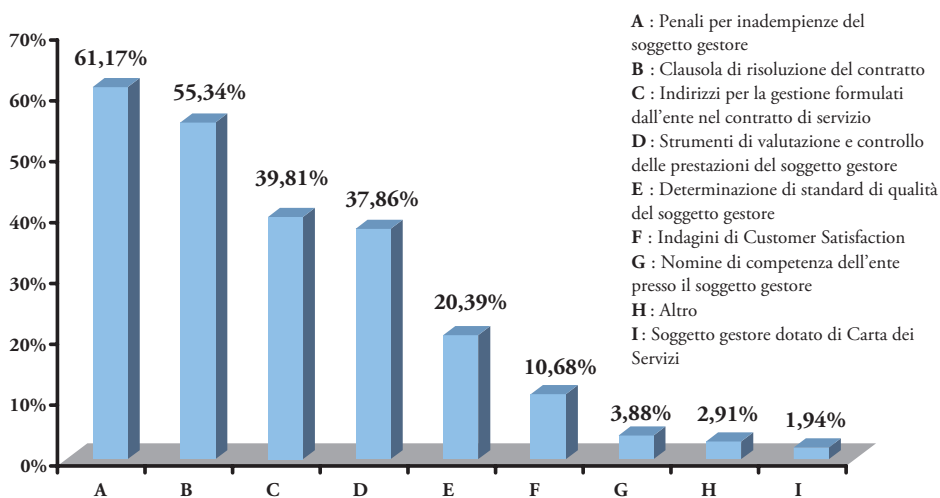
	Conteggio	Livello Soddisfazione			Media Valore Economico
		Alto	Medio	Basso	
Global service	12	33,33%	58,33%	8,33%	216.527
Data entry	21	47,62%	47,62%	4,76%	129.756
Servizi di pulizia	72	23,19%	68,12%	8,70%	114.215
Manutenzioni edili	34	48,48%	48,48%	3,03%	96.133
Parti di processo di servizi (apertura istruttoria, protocollazione, ecc.)	7	33,33%	66,67%	0,00%	68.724
Servizi reception	18	62,50%	25,00%	12,50%	66.561
Vigilanza	63	44,07%	55,93%	0,00%	48.123
Rilascio smart-card	17	70,59%	29,41%	0,00%	40.498
Altro 1	10	44,44%	55,56%	0,00%	39.762
Call center	29	43,33%	53,33%	3,33%	34.750
Gestione archivi cartacei	22	45,00%	50,00%	5,00%	29.124
Gestione informatica tecnico-manutentiva	34	53,13%	46,88%	0,00%	27.209
Altro 2	4	66,67%	33,33%	0,00%	25.285
Gestione informatica documenti	11	30,00%	70,00%	0,00%	24.687
Gestione amministrativa del personale	5	50,00%	25,00%	25,00%	24.682
Manutenzione impianti idrici	43	38,64%	61,36%	0,00%	16.422
Manutenzione impianti elettrici	53	53,85%	46,15%	0,00%	14.439
Autovetture (noleggio con o senza conducente)	34	61,76%	38,24%	0,00%	13.898
Traslochi, facchinaggi	43	52,50%	47,50%	0,00%	13.367
Manutenzione verde	33	46,67%	43,33%	10,00%	4.519
Help desk	2	50,00%	50,00%	0,00%	3.000

Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

Come si può verificare dai dati, il livello di soddisfazione più alto non coincide con i servizi più richiesti. Interessante, comunque, il dato che la valutazione di bassa soddisfazione riguarda pochi servizi affidati all'esterno.

La scelta sugli strumenti di governance di questi processi evidenzia, dal canto suo, una nettissima preferenza per gli strumenti di garanzia legale; evidentemente, la Camera di commercio preferisce per lo più tutelare i propri interessi mediante l'imposizione nei contratti di penali e di clausole di risoluzione per fronteggiare l'eventualità di inadempimento. Poco sviluppata, ancora, la verifica del possesso da parte del fornitore della carta dei servizi o della disponibilità di indagini di customer satisfaction (cfr. fig. 2.2.1).

Figura 2.2.1. Strumenti di governance, indirizzo e controllo utilizzati per gestire il processo di affidamento e per assicurare la qualità del servizio



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

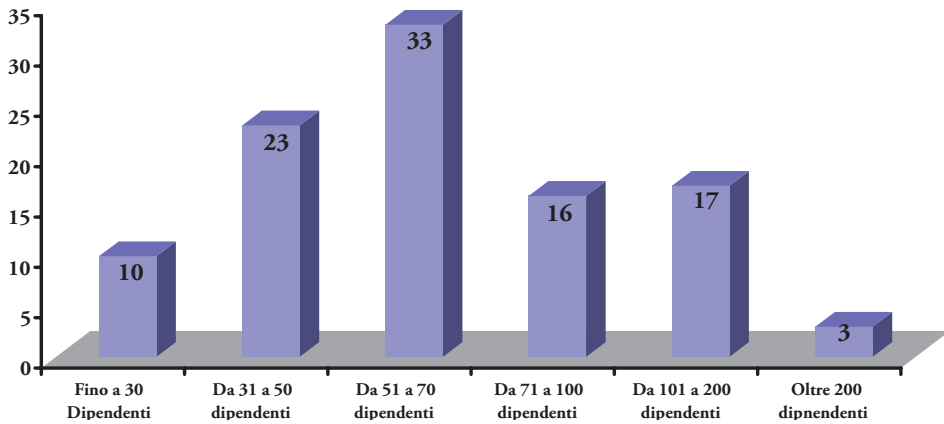
2.3 Le risorse umane e professionali

È considerazione ormai acquisita, sul piano generale, che le professionalità interne rappresentano per le Camere di commercio una risorsa ad alto valore strategico; questo vale soprattutto laddove l'ente ha a disposizione un basso numero di unità di personale. La piccola dimensione è, infatti, un fenomeno che è presente in un alto numero di enti camerali con alcune punte estreme: la Camera di commercio più piccola ha, infatti, 19 persone in servizio, e 10 Camere hanno meno di 30 dipendenti.

Si tratta di “soglie numeriche” che costituiscono un’alta criticità pur in presenza di un ridotto numero di imprese presenti nel territorio di riferimento; è facilmente intuibile, infatti, come - al di sotto di un certo valore - l’economia di scala, dovuta alla ridotta utenza, non può seguire regole “proporzionali”; ed infatti, si deve comunque garantire il funzionamento minimo dei processi di servizio stabiliti per legge e dei processi di supporto (dal centralino alla segreteria degli organi).

Figura 2.3.1. Personale in servizio per classi

Valori assoluti



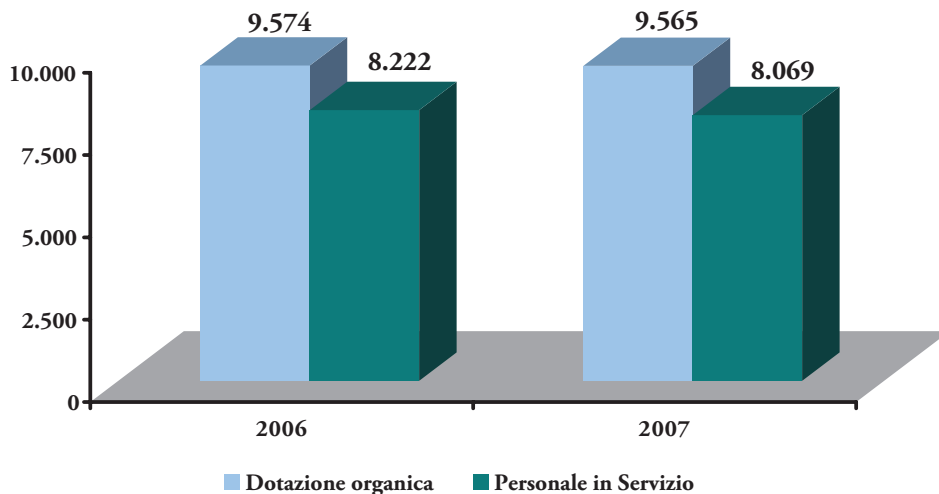
Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

Il trend negativo del personale in servizio, che si conferma a livello nazionale scendendo dalle 8.222 unità del 2006 alle 8.069 del 2007, può rappresentare in alcuni casi una razionalizzazione e quindi un utilizzo più efficace del personale a disposizione. In altri casi, invece soprattutto soprattutto nelle Camere di commercio di piccola dimensione, una pur lieve diminuzione del personale può innescare un deficit nella capacità di fare fronte anche solamente agli impegni previsti dalla normativa.

Il trend negativo registrato negli ultimi anni si attenua, però, nel passaggio dal 2006 al 2007, indice, questo, dell'utilizzo da parte di alcune Camere di commercio delle procedure a disposizione per compensare le fuoriuscite.

In particolare a fronte di 279 dimissioni, gli accessi dall'esterno sono stati 122 di cui il 39% sono costituiti da accessi per mobilità.

Figura 2.3.2. Trend del personale delle camere di commercio



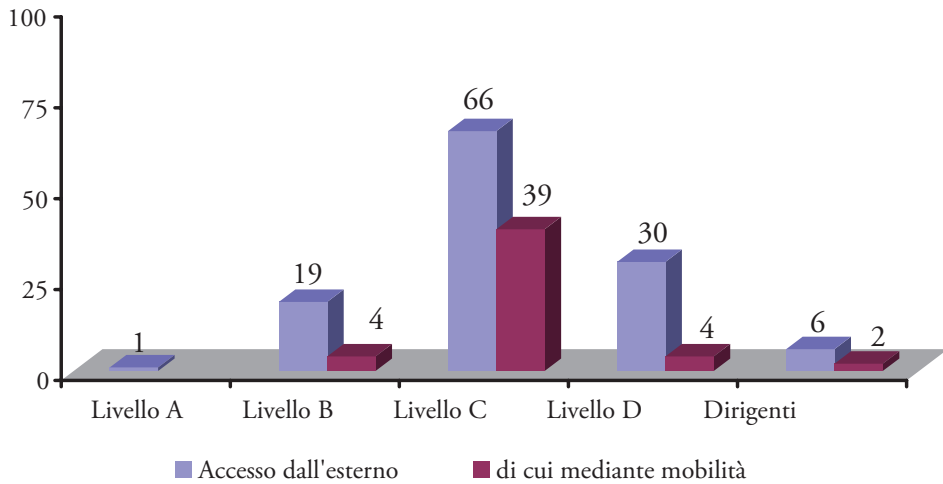
Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

Effettuando un'analisi più articolata si rileva, inoltre, che mentre in 63 Camere di commercio si registra una diminuzione del personale, in 27 enti camerali il personale non ha subito modifiche e in 11 Camere di commercio si registra anche un aumento (sia pure di 1,5 unità di media); in questi casi, oltre alla particolare congiuntura di un deflusso assente o molto limitato, ha giocato un ruolo significativo la capacità della Camera di commercio di utilizzare i meccanismi messi a disposizione per compensare le "uscite" di personale.

Analizzando i dati relativi alle cessazioni, si evidenzia, invece, come quasi il 50% sia dovuto a ragioni che, sia pure coinvolgendo in prima battuta varie tipologie di causali di ordine personale, chiamano comunque in causa la capacità dell'ente di utilizzare strumenti idonei per trattenere le risorse professionali.

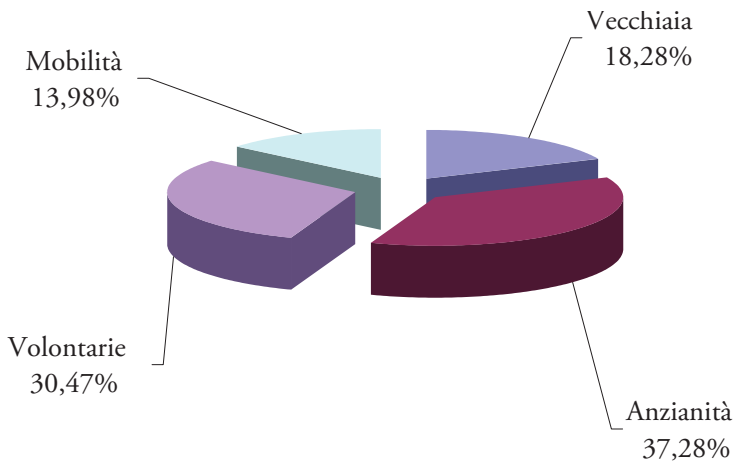
Se può essere vero, infatti, che le cessazioni relative alla mobilità (il 14% del totale) sono da ritenersi correlate alla necessità dei singoli di avvicinarsi al proprio territorio di origine (necessità rispetto alla quale poco potrebbe forse fare una convincente politica di gestione e sviluppo del personale, con le relative prospettive economiche e di carriera), tra quelle per cause "volontarie" (il 30% del totale) è altamente probabile che sia diffusa l'esigenza del personale di collocarsi su posizioni professionali considerate più "idonee" alle proprie aspettative di carriera (non a caso le dimissioni per cause volontarie si concentrano nel livello C dove sono anche maggiormente concentrati laureati).

Figura 2.3.3. Accessi dall'esterno del personale in servizio delle Camere di commercio



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

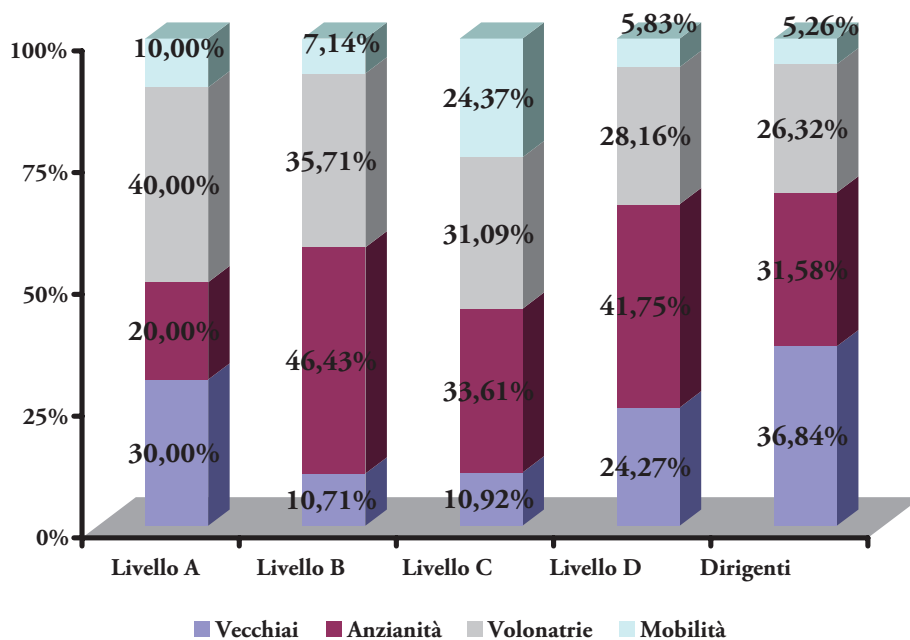
Figura 2.3.4. Le Cessazioni dal servizio nelle Camere di commercio



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

Il livello più consistente di dimissioni per anzianità di servizio e per vecchiaia si concentra, infine, nel categoria D, a dimostrazione, con buona probabilità, che tale categoria rappresenta ancora, in una certa misura, il punto più frequente di arrivo del percorso di avanzamento interno da parte del personale (riscontro indiretto si può rinvenire nella circostanza che in tale categoria apicale si registra una minor presenza di personale in possesso di laurea, titolo richiesto per l'accesso ad essa dall'esterno, rispetto a quanto si verifica nella categoria C).

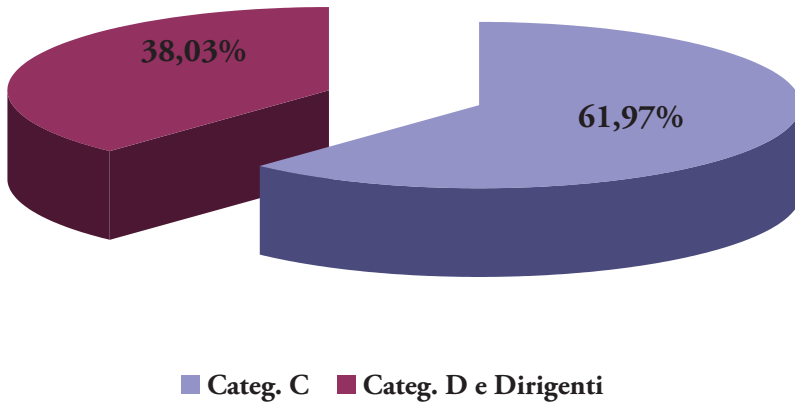
Figura 2.3.5. Le Cessazioni dal servizio nelle Camere di commercio per livelli



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

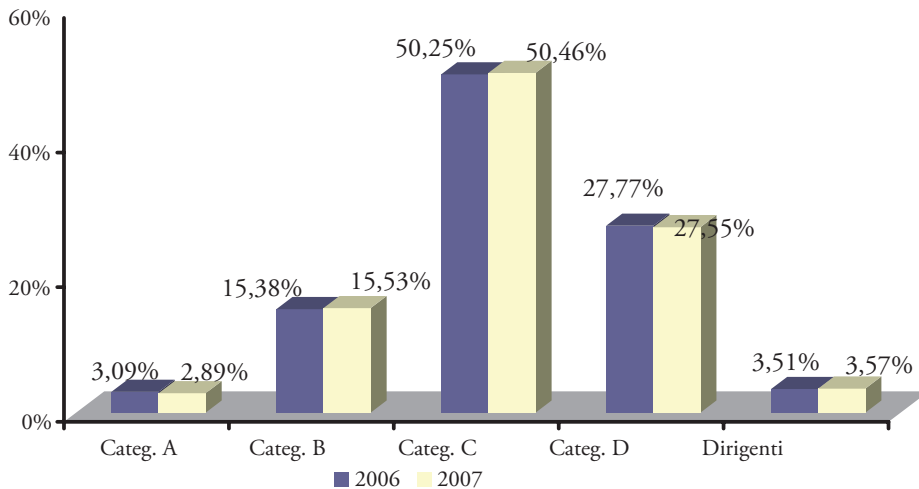
Il "saldo" tra le entrate e le fuoriuscite, unito anche ai risultati conseguiti tramite percorsi interni di sviluppo professionale, lascia inalterata la percentuale di composizione per livello del personale in servizio. Le percentuali registrate nel 2007 sono, infatti, analoghe a quelle registrate nel 2006, confermando la categoria C come il livello a maggior densità di risorse umane, seguita dalla categoria D.

Figura 2.3.6. I laureati del personale in servizio nelle Camere di commercio



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

Figura 2.3.7. Trend del personale in servizio nelle Camere di commercio suddiviso per categoria
Valori percentuali

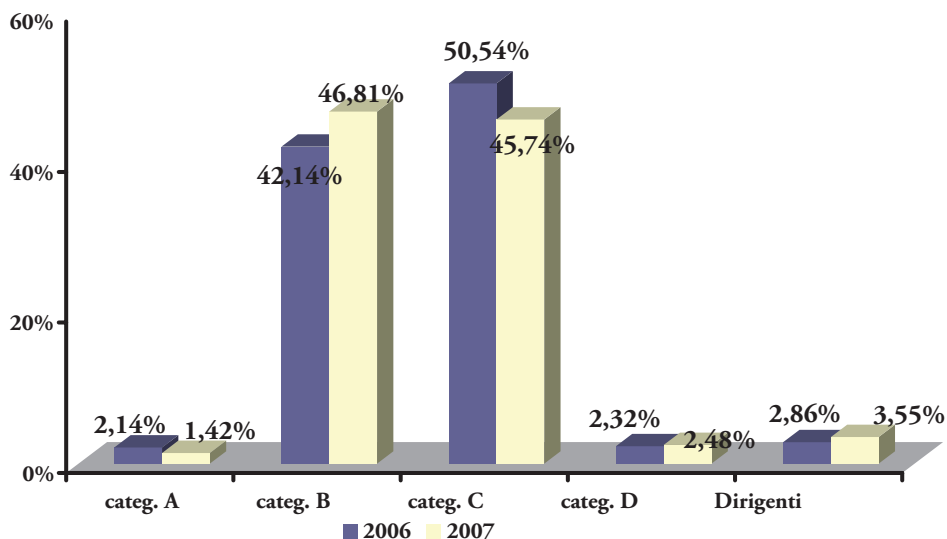


Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

Una minima differenza si registra, invece, nel diverso assorbimento di personale a tempo determinato. Il confronto dei dati 2007 con quelli 2006 registra infatti un maggiore ricorso al contratto di lavoro a termine per il livello B a differenza del livello C, dove invece si registra un decremento.

Figura 2.3.8. Trend del personale a tempo determinato nelle Camere di commercio suddiviso per categorie

Valori percentuali

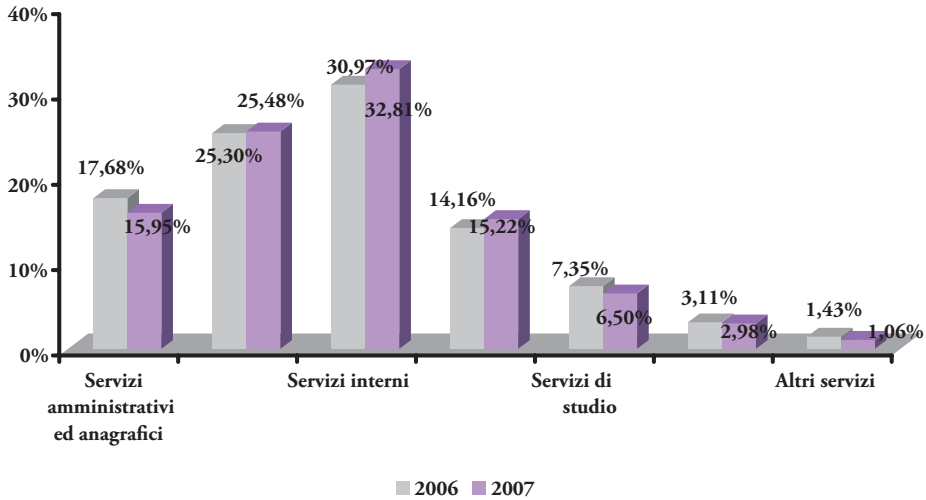


Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

Per quanto riguarda la distribuzione del personale a tempo indeterminato per settori di attività, si evidenzia come rimanga sempre alto il livello di assorbimento del personale nel registro delle imprese, frutto di un saldo positivo tra le risorse che si dovrebbero liberare a seguito della maggiore automazione e le risorse necessarie per presidiare i nuovi carichi quali-quantitativi nel settore derivanti dalle novità normative, oppure frutto di una rigidità organizzativa che impedisce la ricollocazione del personale.

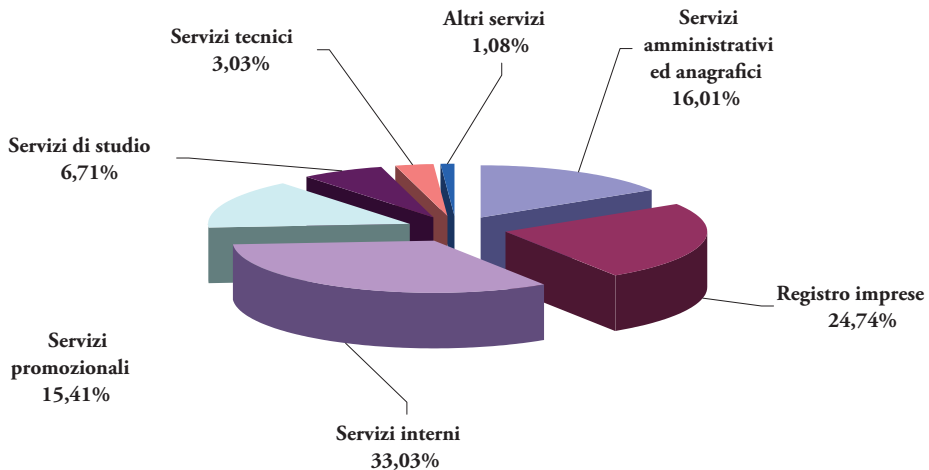
Si registra, invece, una flessione nei servizi amministrativi anagrafici (altri albi e ruoli) e nei servizi di studio a favore dei servizi interni e dei servizi promozionali, dove il livello di assorbimento aumenta, anche in questo caso occorre comprendere quanto per ragioni di scarsa flessibilità organizzativa e quanto per altre cause.

Figura 2.3.9. Evoluzione della distribuzione del personale complessivo per i settori di attività



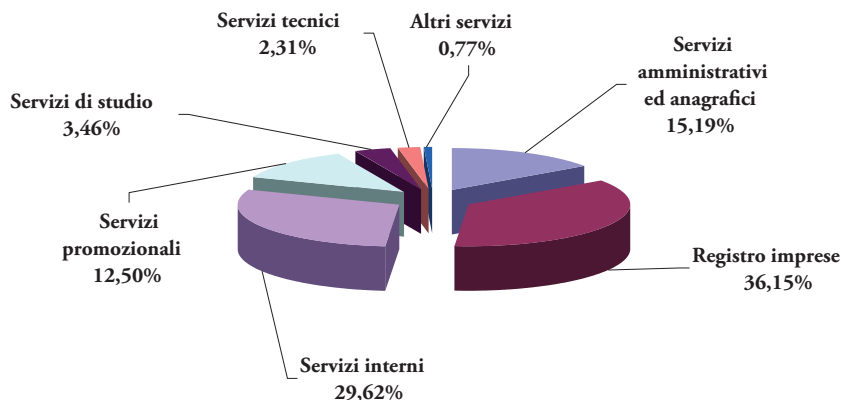
Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

Figura 2.3.10. Distribuzione del personale a tempo indeterminato per settori di attività



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

Figura 2.3.11. Distribuzione del personale di tipo “flessibile” per settori di attività



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

2.4 La partecipazione nelle infrastrutture per il territorio

Le Camere di commercio svolgono le proprie funzioni di sostegno alla crescita ed alla valorizzazione delle economie locali sia attraverso la messa in opera di iniziative e progetti specifici, in partenariato con istituzioni e *stakeholder* pubblici e privati, sia attraverso la promozione, realizzazione e gestione di strutture ed infrastrutture – locali, regionali e nazionali – di interesse economico generale in settori di rilevanza strategica per lo sviluppo del territorio: dalla tutela e valorizzazione delle produzioni locali alla diffusione dell'innovazione tecnologica, dal turismo alla formazione imprenditoriale, dalla diffusione della cultura alla ricerca scientifica, dal sistema creditizio alle infrastrutture di trasporto e di supporto alla commercializzazione di beni e servizi, etc.

A fianco dei tradizionali strumenti di gestione diretta di tali iniziative, tra cui le numerose Aziende Speciali che operano nell'ambito di settori determinanti per lo sviluppo locale svolgendo funzioni di supporto e di servizio a favore del tessuto produttivo, è il **complesso ed esteso sistema delle partecipazioni in società, consorzi, enti ed altri organismi (anche associativi) di carattere privatistico**, che, oggi, rappresenta il segno tangibile dell'impegno delle Camere di commercio nell'economia reale.

Tale impegno, ormai da molti anni, si concentra particolarmente nel settore delle **infrastrutture**, la cui disponibilità, funzionalità e qualità costituiscono una leva strategica di modernizzazione e sviluppo dell'intero sistema Paese.

In tale ambito, tra l'altro, il volume e l'articolazione degli investimenti del Sistema camerale hanno fatto registrare un andamento che rispecchia il progressivo affermarsi di un ruolo specifico delle Camere quali istituzioni che – avvalendosi di una prospettiva

privilegiata sulle dinamiche socioeconomiche locali – non solo possono partecipare finanziariamente alla realizzazione di interventi infrastrutturali, ma, prima ancora, sono in grado di promuovere e facilitare il dialogo ed il consenso tra gli operatori privati, le amministrazioni pubbliche, la cittadinanza e le imprese nelle fasi di selezione, rispetto alle esigenze locali, delle priorità infrastrutturali per poi passare alla fase di vera e propria progettazione delle opere da inserire nella programmazione di pubblica utilità.

Il monitoraggio realizzato annualmente dall'Unioncamere sui dati quantitativi relativi al patrimonio detenuto dalle Camere di commercio nelle infrastrutture rappresenta un tassello importante per dare il senso dell'impegno camerale nel settore: al dicembre 2006 le Camere dichiaravano un investimento complessivo di **oltre 447 milioni di euro**, distribuiti nelle varie tipologie infrastrutturali – tradizionalmente classificate in infrastrutture di supporto all'economia (fiere, mercati agroalimentari e centri commerciali), infrastrutture di trasporto (reti stradali, ferroviarie, infrastrutture aeroportuali, portuali e per l'intermodalità a la logistica), ed infrastrutture di rete (reti energetiche ed ambientali) – per un totale di oltre 500 partecipazioni.

A seguito di una puntuale verifica delle informazioni relative a ciascuna partecipazione attraverso la consultazione dei dati ufficiali contenuti nel Registro delle Imprese¹ (RI), si è operato quest'anno un controllo di coerenza tra singola partecipazione e settore di intervento².

A valle di questa fase di "validazione" ed aggiornamento (al 31 ottobre 2007) del database delle partecipazioni camerali nelle infrastrutture, è stato infine effettuato un confronto con i risultati pubblicati nelle precedenti edizioni dell'Osservatorio camerale (cfr. Tab. 1).

In linea generale si registra una crescita (+4,09%) dell'investimento totale del sistema camerale in società e/o enti legati alla promozione e allo sviluppo di infrastrutture, più di 460 Milioni di euro, che diventano ancora più significativi se rapportati ad un numero più contenuto di partecipazioni, derivante proprio dalle operazioni di razionalizzazione eseguite.

Le società/enti appartenenti al settore "Infrastrutture di trasporto" sono quelle dove il sistema camerale ha aumentato maggiormente la propria presenza, con una crescita del livello di capitale investito pari al 6,38%. In controtendenza, troviamo la partecipazione nel settore della portualità che si riduce del 2,64% e l'investimento nel settore autostradale che registra una notevole riduzione sia in termini finanziari (- 13,12%) che in termini assoluti di società partecipate (81 rispetto alle 107 del 2006 e alle 120 del 2005).

La crescita dell'intera area viene, invece, assicurata dal +20,23% che caratterizza il settore aeroportuale che si conferma tra i principali settori d'investimento del sistema

1 Ultimo aggiornamento al 30 ottobre 2007.

2 I settori di intervento infrastrutturale tradizionalmente individuati sono i seguenti: sistema fieristico ed espositivo; mercati agroalimentari e centri commerciali, infrastrutture per la portualità (turistica e commerciale), infrastrutture aeroportuali, infrastrutture stradali, infrastrutture per l'intermodalità e la logistica, ambiente, società di telecomunicazione ed energia.

camerale, secondo soltanto alle fiere. I centri intermodali, nonostante una riduzione da 58 a 52 società in cui le Camere di commercio sono presenti, mostra una discreta crescita in termini di investimento (+ 5,19%).

Tab. 2.4.1. Il trend delle partecipazioni camerali nelle infrastrutture (2005-2006-2007)

	2005		2006		2007	
Capitale totale investito (M€)	342,12		447,50		465,80	
Numero totale partecipazioni	507		506		482	
	Num. Partecip.	Capit. Inv. (M€)	Num. Partecip.	Capit. Inv. (M€)	Num. Partecip.	Capit. Inv. (M€)
Infrastrutture di supporto all'economia	141	207,82	152	261,67	150	268,14
Sistema fieristico espositivo	82	155,30	90	212,87	93	210,36
Mercati agroalimentari e centri commerciali	59	51,92	62	47,78	57	57,79
Infrastrutture di trasporto	311	131,00	304	182,33	272	193,963
Aeroporti	94	57,09	95	91,81	103	110,38
Strade	120	47,18	107	58,67	81	50,97
Portualità	43	7,86	44	11,42	36	11,12
Intermodalità e logistica	54	18,98	58	20,43	52	21,49
Infrastrutture di rete	55	3,3	50	3,5	60	3,695
Ambiente	28	1,31	22	1,21	24	1,67
TLC ed energia	27	2,04	28	2,37	36	2,02

Fonte: elaborazione Unioncamere - Uniontrasporti su dati Osservatorio camerale

Per concludere la fase di confronto, le cosiddette “infrastrutture di rete” crescono ulteriormente (+ 5,57%), confermando la tendenza degli anni precedenti, con il settore “Ambiente” che fa registrare la migliore performance in assoluto con un incremento del 37,84% che, se da una parte va letto con cautela visti i valori economici ridotti (poco meno di 1 milione e settecentomila euro di investimenti), dall'altra risulta essere in controtendenza con il confronto precedente relativo al 2006 rispetto al 2005.

A completamento del quadro delle partecipazioni del sistema camerale nel campo delle infrastrutture, vengono presentate alcune rappresentazioni cartografiche (o map-pature) delle infrastrutture partecipate, con riferimento all'intero territorio nazionale e strutturate per settori di intervento, per singola Camera (o provincia) e per macroarea geografica (Nord Ovest, Nord Est, Centro, Mezzogiorno).

Il quadro che emerge (fig. 2.4.1) mostra in maniera molto evidente la forte concentrazione degli investimenti camerali che caratterizza il Nord Italia, con la sola eccezione di alcune province di confine, e la minore presenza – almeno per numero di partecipazioni – che contraddistingue il Centro Sud.

Fig. 2.4.1. Le partecipazioni camerali nelle infrastrutture
Quadro nazionale (2007)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

Nelle regioni del Nord si concentra oltre il 57% delle partecipazioni, anche se ragionando in termini di capitale investito questa percentuale si abbassa a poco meno del 45%. Le Camere di commercio dell'Italia centrale detengono, invece, 129 partecipazioni, corrispondenti ad una quota del 26,7% (per numero di società partecipate) e/o del 39% (per capitale sottoscritto dalle stesse Camere). Per il sistema camerale del Mezzogiorno, non esiste invece una grande disparità tra le due tipologie di quote, che oscillano entrambe intorno al 16%.

A livello di settori d'investimento, si può osservare una certa eterogeneità tra le partecipazioni detenute dalle Camere di commercio del Nord Italia, seppur con una preferenza per il sistema autostradale e per quello fieristico, nei quali si possono contare rispettivamente 60 e 57 partecipazioni. Nell'Italia centrale si può evidenziare una maggiore partecipazione camerale nelle fiere e negli aeroporti, settore quest'ultimo che caratterizza gran parte degli investimenti fatti dalle Camere di commercio del Mezzogiorno, ed in particolare da quelle di Calabria, Sicilia e Sardegna; per le regioni del Sud, il secondo settore d'investimento risulta essere quello relativo ai mercati all'ingrosso.

Tab. 2.4.2. Partecipazioni camerali per macro-ripartizioni territoriali nel sistema infrastrutturale totale con relative incidenze e capitale versato

Ripartizione Territoriale	CCIAA che detengono partecipazioni (numero)	Partecipazioni (numero)	Quota partecipazione media (in %)	Capitale medio versato (euro)	Capitale CCIAA versato totale (euro)
Nord Ovest	23	123	11,551	€ 642.231,91	€ 78.994.524,32
Nord Est	22	155	10,538	€ 837.066,75	€ 29.745.346,13
Centro	24	129	10,462	€ 1.410.427,45	€ 81.945.140,96
Mezzogiorno	27	75	17,693	€ 1.001.613,14	€ 75.120.985,82
Italia	96	482	11,853	€ 966.402,48	€ 65.805.997,23

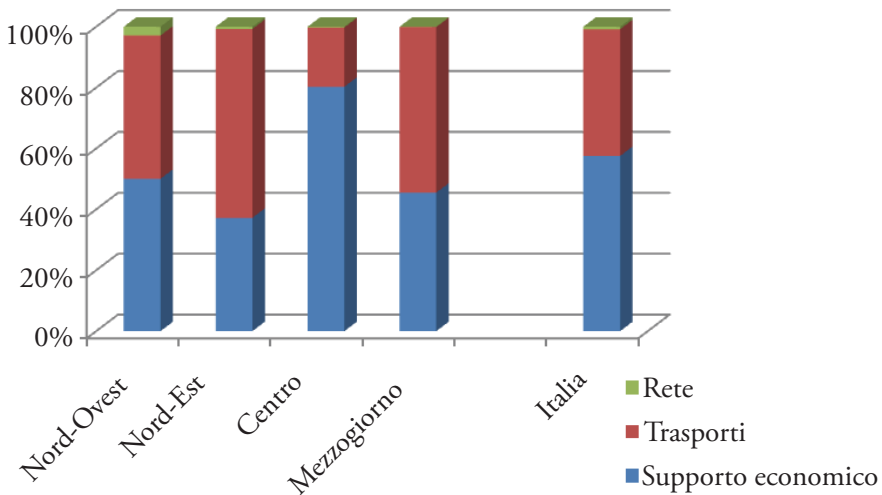
Fonte: elaborazione Uniontrasporti su dati Osservatorio Camerale

Nella razionalizzazione del quadro delle partecipazioni infrastrutturali delle Camere di commercio, un ulteriore passo è stato compiuto andando a definire e proporre un nuovo settore di intervento che si affianca alla tripartizione tradizionale. Si tratta della "promozione e progettazione" di interventi infrastrutturali, su dotazioni esistenti o da realizzare *ex novo*.

In base agli approfondimenti svolti, tale settore – definito "Sviluppo economico/ infrastrutturale del territorio" – conterebbe più di 140 partecipazioni (da aggiungere alle 482 dei settori tradizionali), per un totale di circa 35 Milioni di euro di capitale investito.

Tutte le informazioni raccolte ed aggiornate come già evidenziato, sono state sottoposte alle Camere di commercio per una verifica di congruenza "sul campo" a sostanziale validazione delle attività di razionalizzazione svolte. Le prime analisi sulle segnalazioni camerali raccolte dall'Osservatorio 2007 confermano in larga parte la bontà delle procedure seguite, dando un tangibile segno dell'affidabilità dei risultati ottenuti.

Fig. 2.4.2. Percentuali di investimento per macrosettori
Per macroarea (2007)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

Capitolo 3

L'azione di servizio

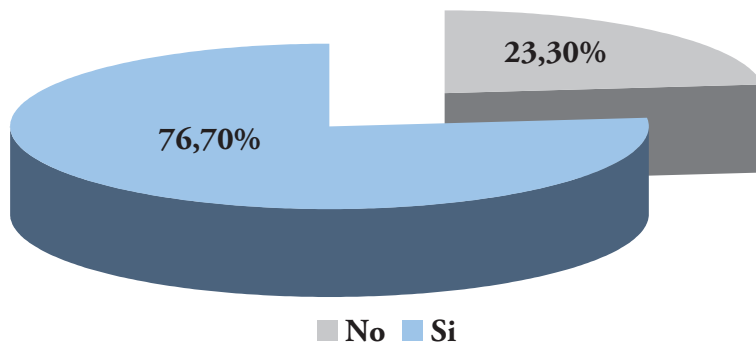
■ 3.1 e-Government

Nel corso del 2007 tre Camere su quattro hanno avviato e/o realizzato progetti in materia di e-Gov. Un numero considerevole che, nella sua totalità, indica che il progetto sul quale tutte le Camere si sono impegnate è quello relativo alla diffusione della firma digitale. Un progetto non certo nuovo, che tuttavia è bene che sia sempre al centro dell'attenzione del sistema, se, come è vero, la disponibilità di un sistema di firma digitale, sia esso Carta Nazionale di Servizi oppure Business Key, è condizione propedeutica all'accesso ai servizi telematici offerti dal sistema.

Vivace è stata anche l'attività di CRM (Customer Relationship Management), dal momento che il 60% delle Camere attive in materia di e-Gov utilizza un programma per segmentare la propria utenza ed ottimizzare il flusso informativo e di comunicazione; questo significa che le Camere sono consapevoli di possedere "tanta informazione utile" a tal punto da richiedere il passaggio da una comunicazione generalista a 360 gradi ad una puntuale, in grado di cogliere l'interesse specifico del destinatario.

Altrettanto, se non più interessante, è il fatto che la metà delle Camere di commercio attive con programmi di e-Gov ha rapporti di collaborazione con gli enti locali. Prendere parte ai progetti di e-Gov che si sviluppano nel territorio, infatti, significa confermare la propensione del sistema ad essere utilizzatore e sperimentatore delle tecnologie informatiche che supportano l'interazione impresa-amministrazione; e di più, nel collaborare con gli enti locali, le Camere dimostrano di cogliere l'esigenza

Figura 3.1.1. % delle Camere di commercio che hanno realizzato/avviato progetti di e-Government



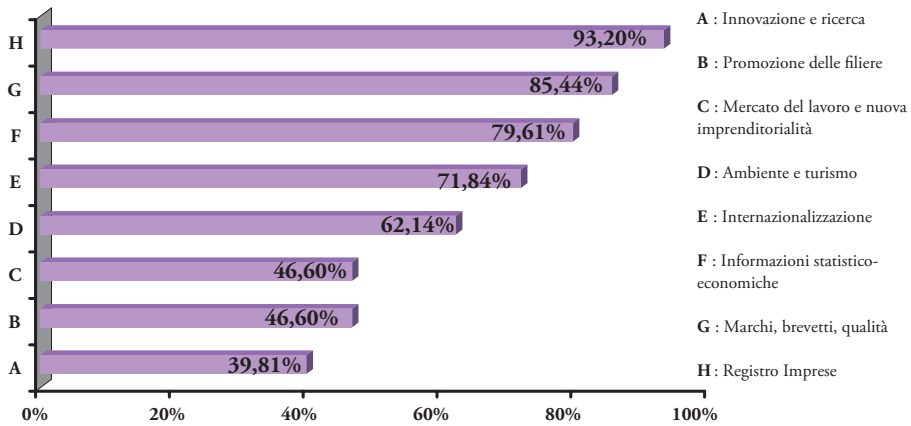
Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

più volte espressa dalle imprese che chiedono servizi integrati tra le amministrazioni, in grado di semplificare anche quegli adempimenti che vedono il coinvolgimento di più soggetti. Il tema dell'interoperabilità, che è alla base dei servizi integrati tra più amministrazioni, è un tema che ha visto, e vede, il sistema camerale fortemente impegnato. Se quindi il livello nazionale ha visto concretizzarsi progetti importanti, primo fra tutti quello del "Portale delle imprese" con una propria offerta di servizi integrati tra più amministrazioni centrali, le dimensioni rilevate ci invitano a considerare che tecnologie già sperimentate sono pronte per trovare utilizzo anche nella dimensione locale.

Quanto ai settori di attività camerale per i quali è disponibile modulistica e/o servizi on-line, i dati del 2007 confermano una realtà facilmente prevedibile, cioè che il Registro Imprese è il settore d'attività ove si concentra la maggiore offerta di modulistica e servizi telematici; segue l'area della proprietà intellettuale ed industriale che vede anche la possibilità di deposito delle domande di brevetti e marchi on-line. Significativo, anche il settore della internazionalizzazione che indica che su tale tema le Camere sono molto impegnate sia con progetti a livello nazionale (Globus) che con progetti locali, focalizzati alla realizzazione di eventi, fiere e missioni all'estero. C'è quindi una messe di informazioni, modulistica e servizi con le quali anche attraverso strumenti on-line le Camere supportano concretamente le imprese che hanno interesse nei mercati esteri. Infine, vale la pena segnalare che quasi la metà delle Camere di commercio espone modulistica e/o servizi promozionali delle filiere produttive, un tema molto caldo degli ultimi anni, sulle quali le Camere hanno anche collaborazioni territoriali.

Il prossimo anno tale settore di attività potrebbe consolidarsi e l'esperienza condotta nei territori già attivi potrebbe fungere da volano per l'avvio di progetti in nuove province.

Figura 3.1.2. Settori di attività camerale per i quali è disponibile modulatoria e/o servizi *on-line*



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

3.2 Internazionalizzazione

Per comprendere la piena portata dell'azione di servizio per il supporto all'internazionalizzazione delle imprese occorre ampliare la visione dalla singola Camera di commercio al sistema nel suo insieme.

Il sistema camerale si basa, infatti, su una strategia di interconnessione tra le Camere di commercio e le altre strutture create per raggiungere i diversi obiettivi istituzionali.

Per sviluppare le azioni di servizio sull'internazionalizzazione si è dato vita ad un *network* basato quindi non solo sulle 103 Camere di commercio, ma anche su nodi specializzati che svolgono diverse funzioni; da quelle specialistiche di contatto con le imprese come le Aziende speciali, a quelle che svolgono una funzione di coordinamento e di rapporto con gli altri enti come le Unioni regionali, o altre ancora che si occupano di progetti trasversali (come ad esempio il portale Globus gestito da Retecamere).

Una rete che si estende anche all'estero grazie alla presenza delle Camere di commercio italiane all'estero, a loro volta coordinate da strutture quali Assocamerestero, e alle Camere di commercio miste; un sistema impegnato nello sviluppo di una vera e propria "cultura dell'internazionalizzazione" dei territori, nell'ottica di favorire l'espansione estera non solo delle singole imprese, ma anche di aggregati di operatori che, nel loro insieme e opportunamente integrati, sono in grado di presentare nei mercati esteri offerte qualitativamente e quantitativamente molto rilevanti.

Una rete, infine, che entra ogni giorno in diretto contatto con tante imprese; che produce una gamma di attività, progetti e servizi molto ampia e consolidata; che impiega risorse professionali ed investe proprie risorse finanziarie, come ci sforziamo di rappresentare nella tassonomia fornita dalla tabella 3.2.1

Tabella 3.2.1. I numeri di "Internazionalizzazione"

68 Camere di commercio hanno svolto, nel corso del 2006⁷ attività per l'internazionalizzazione delle imprese italiane

di cui 24 delegando l'attività alle Aziende speciali

66 Sportelli al pubblico dedicati all'internazionalizzazione

47 Antenne e desk all'estero gestite direttamente dalle Camere di commercio

di cui:

22 *Europa*

11 *in Asia*

8 *in Sud America*

3 *in Nord America*

3 *in Africa*

231 Partecipazioni dirette a fiere e mostre all'estero

71	Missioni commerciali all'estero
158	Delegazioni estere ricevute in Italia
4.533	Aziende che hanno partecipato ad attività promozionali inerenti l'internazionalizzazione di cui:
	<i>1.433 Aziende hanno partecipato a fiere e mostre all'estero</i>
	<i>639 Aziende hanno partecipato a missioni commerciali all'estero</i>
	<i>2.461 Aziende coinvolte nel ricevimento di delegazioni</i>
13	Joint venture promosse
50	Accordi di distribuzione e collaborazione commerciale
14	Iniziative di promozione agli investimenti diretti
8	Accordi per acquisto di licenze, marchi e brevetti
62	Iniziative di collaborazione con Camere di commercio di altri Paesi di cui:
	<i>31 in Europa</i>
	<i>9 in Nord America</i>
	<i>7 in Asia</i>
	<i>8 in Sud America</i>
	<i>6 in Africa</i>
283	Attività formative di cui:
	62 Formazione base sugli scambi con l'estero (1799 partecipanti)
	195 Seminari e/o convegni (8.233)
	26 Corsi di specializzazione (778 partecipanti)
10.810	Partecipanti ad attività formative inerenti l'internazionalizzazione
31	Camere di commercio hanno pubblicato riviste e/o bollettini specializzati in tema di scambi con l'estero nel corso del 2006
23.563	Attività di consulenza alle imprese eragate dalle Camere di commercio
22.853	Utenti di attività di consulenza erogate dalle Camere di commercio
74	Camere di commercio italiane all'estero
10	Centri Estero Regionali
5	Consorzi di "European Enterprise Network" per 65 strutture operative
32	Camere di commercio italo-estere
19,1	Milioni di € liquidati per l'internazionalizzazione dalle Camere di commercio

Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

Complessivamente, nel 2007 oltre **38.000 imprese** e operatori economici si sono avvalsi delle iniziative promozionali, consulenziali e di formazione per l'internazionalizzazione approntate dalle 92 Camere di commercio italiane che hanno svolto attività a favore dell'internazionalizzazione dei propri territori.

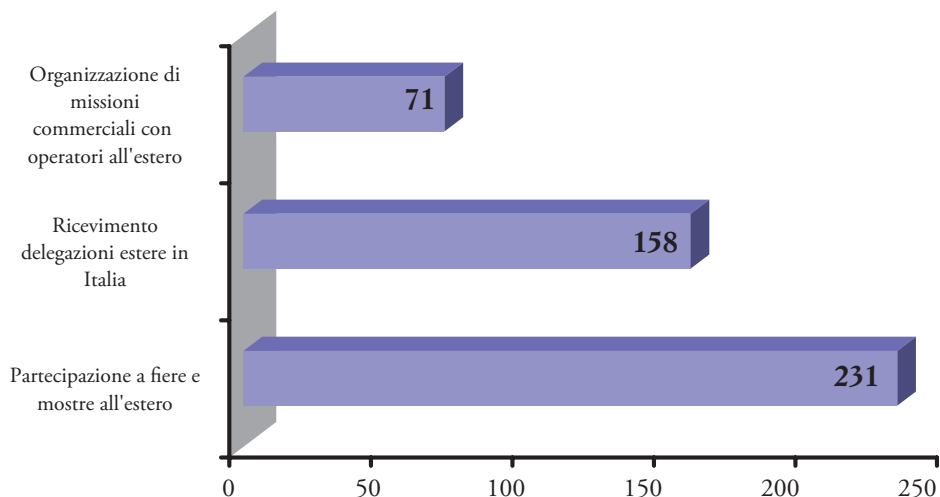
L'impegno finanziario diretto sul tema è stato pari, per il sistema camerale nel suo insieme (Camere di commercio, Aziende Speciali, Centri Estero, Unioni Regionali), ad oltre **80 milioni di euro**, spesso impegnati in sinergia con altri soggetti allo scopo di ottenere un effetto moltiplicatore.

Le Camere si trovano ad operare in un contesto competitivo particolarmente delicato per il Sistema Paese, in cui emergono nuove economie fortemente votate all'export come quelle cinese ed indiana, in cui mercati tradizionalmente ricchi come quelli europei mantengono il loro sviluppo in misura rilevante e nei quali, infine, alcuni paesi concorrenti hanno attuato una decisa specializzazione produttiva nei settori a maggiore valore aggiunto.

Queste circostanze hanno 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, finalizzata ad elevare il livello di competitività del nostro Paese, stanno lavorando diversi soggetti: Stato, Regioni, associazioni di categoria e, naturalmente, la rete camerale.

Figura 3.2.1. Numero di attività promozionali svolte dalle Camere di commercio



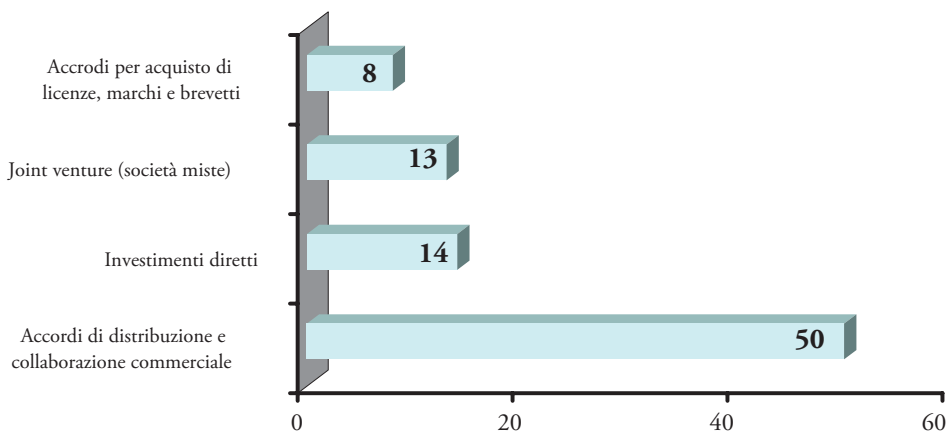
Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

Per quanto riguarda le attività svolte dalla rete camerale a favore dell'internazionalizzazione, si segnala un processo di razionalizzazione dei dati relativi al numero di delegazioni estere ricevute nel nostro Paese; mentre si confermano mediamente in crescita nel 2007 – anche se con analogo percorso di ottimizzazione e di riduzione in termini assoluti – le missioni commerciali organizzate all'estero per la promozione delle nostre imprese. Si segnala, inoltre un sensibile aumento delle attività di supporto alla partecipazione a fiere e mostre da parte dei nostri operatori.

Allo stesso modo, nel corso dell'ultimo anno risulta una forte razionalizzazione dei processi di utilizzo degli strumenti a sostegno dell'internazionalizzazione delle imprese ad eccezione di quelli concernenti il raggiungimento degli accordi di collaborazione commerciale che risultano in aumento (cfr. fig. 3.2.2).

Figura 3.2.2. Obiettivi delle iniziative di promozione svolte dalle Camere di commercio

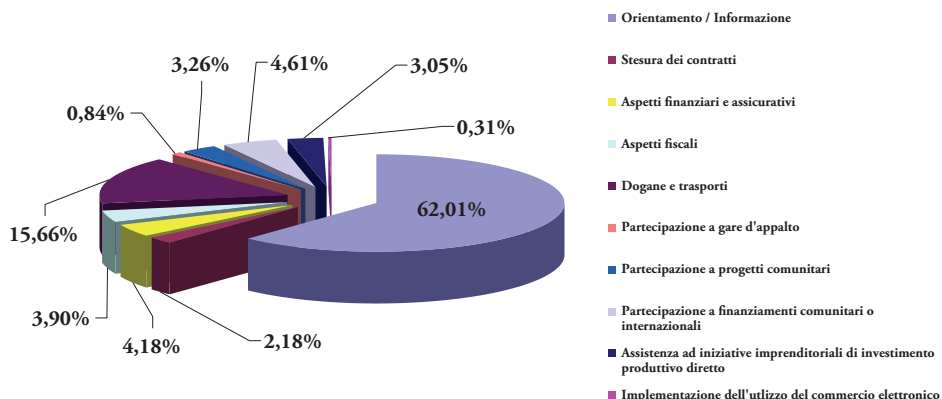
Valori assoluti



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

Infine, per quanto riguarda il monitoraggio sulle principali linee di consulenza richieste dalle imprese alla rete delle Camere di commercio in materia, emerge come il tema della Informazione e Orientamento risulti di gran lunga il servizio maggiormente apprezzato e richiesto. Si evidenzia un calo sul fronte dei servizi relativi a progetti comunitari mentre si registra un netto aumento dell'assistenza ad iniziative imprenditoriali di investimento diretto.

Figura 3.2.3. Distribuzione percentuale delle tematiche di consulenza richieste in ambito di internazionalizzazione



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

Per quanto riguarda la formazione di base delle Camere di commercio si rilevano nell'anno 62 iniziative con circa 1.800 imprenditori raggiunti. La formazione specialistica ha riguardato oltre 700 partecipanti.

Tale processo di coordinamento e consolidamento è coerente con la legge costituzionale n. 3 del 2001 che ha inserito la materia del commercio estero tra quelle di legislazione concorrente tra lo Stato e le Regioni.

In questo ambito, ci sono anche casi di riconoscimento del ruolo del sistema camerale a livello di legislazione regionale. Un esempio importante in tal senso si è avuto con la costituzione della "Società consortile per azioni per l'internazionalizzazione del sistema Piemonte" (L. regionale n. 13 del 13 marzo 2006) che vede come soci fondatori la Regione stessa e le Camere di commercio, e che ha sostituito, nell'attività e nella funzione, il Centro Estero delle Camere di commercio.

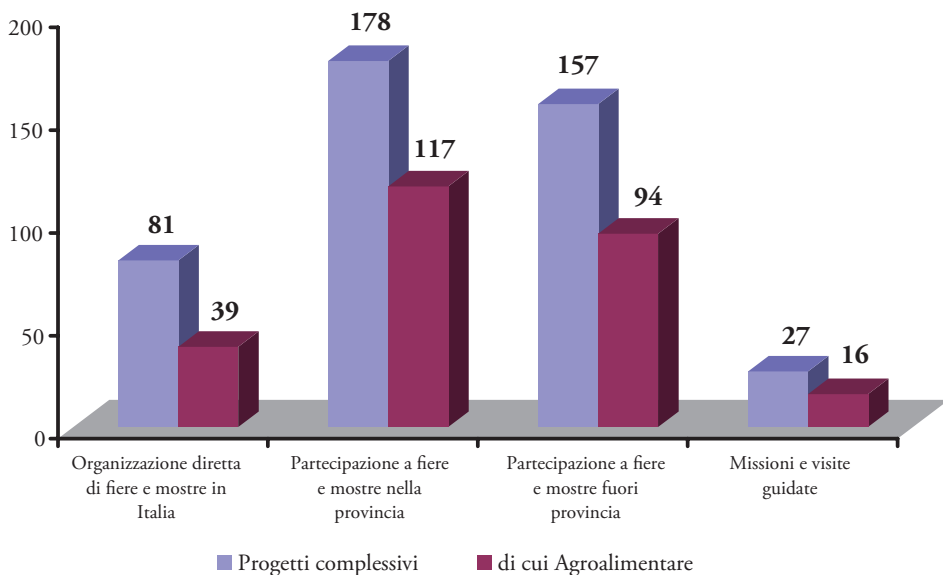
Un quadro, in movimento dunque che corrisponde, come sempre nella vita del sistema camerale, ai mutamenti intervenuti nel tessuto istituzionale e produttivo del nostro Paese.

3.3 Promozione delle filiere

Negli ultimi anni la tutela e la valorizzazione delle produzioni tipiche locali e delle filiere di qualità ha visto crescere costantemente il ruolo delle Camere di commercio.

Ne è testimonianza il numero crescente di iniziative promozionali, ed il parallelo incremento delle imprese coinvolte, poste in essere nel corso del 2007 sul territorio, con il settore agroalimentare, come di consueto, assoluto protagonista.

Figura 3.3.1. Progetti svolti direttamente dalle Camere di commercio in relazione alla promozione delle filiere

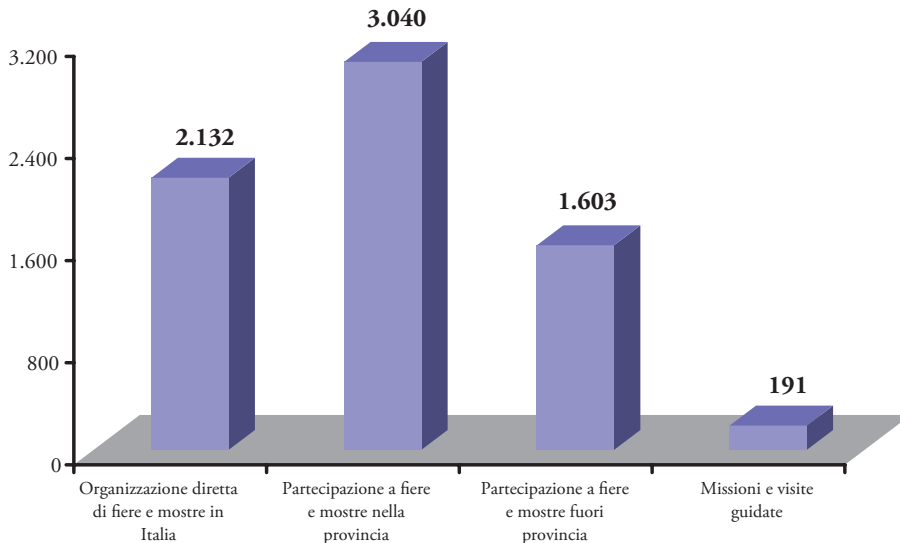


Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

Altrettanto interessante, poiché evidenzia un trend di crescita più dinamico, è il numero di iniziative in tema di promozione delle produzioni locali promosse da altri enti ed a cui le Camere partecipano. Ciò è, evidentemente, segno di una maggiore capacità di partnership sul territorio, frutto del più stretto dialogo con le altre istituzioni locali, considerato che la dimensione provinciale prevale in queste collaborazioni rispetto a quella che si estende oltre il territorio di pertinenza nella Camera.

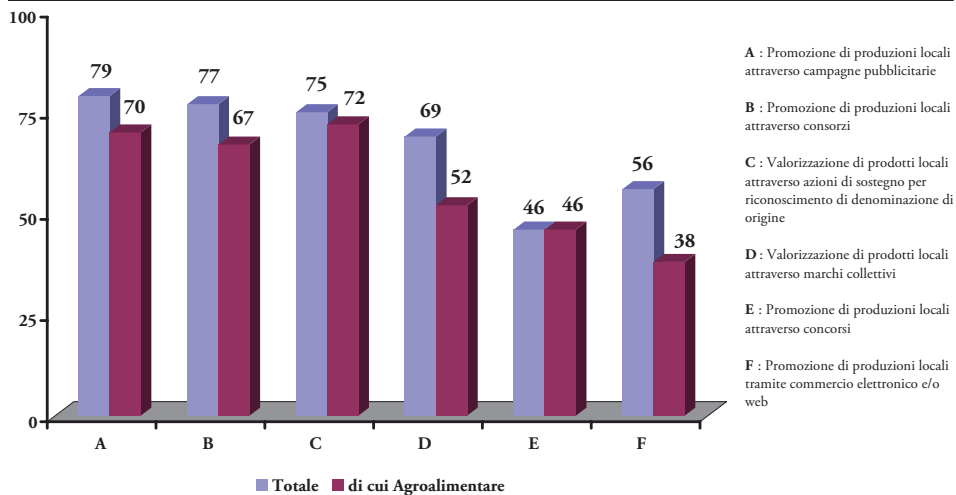
Significativo è anche lo spostamento delle iniziative a favore di sistemi promozionali più propri della società globalizzata, quali le campagne pubblicitarie ed il commercio elettronico.

Figura 3.3.2. Numero delle imprese partecipanti ai progetti svolti dalle Camere di commercio in relazione alla promozione delle fiere



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

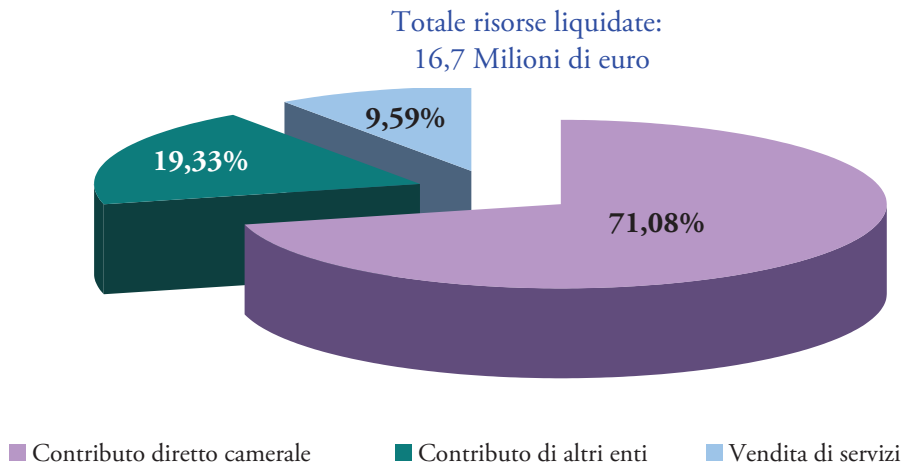
Figura 3.3.3. Progetti che hanno visto coinvolte le Camere di commercio in relazione alla promozione delle fiere



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

Nel complesso, il maggiore impegno delle Camere in queste attività promozionali si riflette anche nel maggiore impegno economico sostenuto direttamente, che arriva a coprire il 71% dei complessivi 16,7 milioni di euro liquidati per queste attività.

Figura 3.3.4. Risorse liquidate dalle Camere di commercio per le attività di promozione delle filiere
Valori %



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

INDIS – Istituto Nazionale Distribuzione e Servizi

Monitoraggio della legislazione commerciale

L'attività di monitoraggio normativo, di supporto agli Osservatori nazionali e regionali del commercio, è resa, quale servizio, tramite una strumentazione telematica: la banca dati *on line* «Lexcom» presente sul sito Internet dell'Istituto (www.indisunioncamere.it). Detta banca dati è la fonte ufficiale alla quale «rinvia» anche il Ministero dello Sviluppo economico.

Il monitoraggio è effettuato grazie alla Rete dei corrispondenti regionali sul commercio, potenziata nel 2005 e composta, per ogni ambito territoriale, da un rappresentante delle regioni ed uno del sistema camerale (per lo più a livello di Unioni regionali). Le riunioni della Rete sono mirate all'approfondimento tecnico delle disposizioni normative nazionali in materia di commercio. Nel 2007 oggetto di analisi è stato il tema delle liberalizzazioni alla luce dei due Decreti Bersani.

L'attività di monitoraggio normativo confluisce anche nella Rivista «Disciplina del commercio e dei servizi», che per dare maggiore visibilità alle attività della Rete, contiene la rubrica «Cronache regionali» in cui compaiono i contributi di detti corrispondenti.

Approfondimenti sulla distribuzione commerciale

L'Istituto si occupa della distribuzione commerciale inerente il commercio al dettaglio, commercio all'ingrosso, commercio su aree pubbliche: argomenti con i quali si qualifica la presenza del sistema camerale, ovvero si avviano collaborazioni con i Comuni, mirate all'approfondimento tecnico delle disposizioni normative nazionali in materia di commercio ed il loro coordinamento con le discipline regionali sui pubblici esercizi.

L'INDIS, inoltre, ha collaborato con la BMTI ad un progetto di internazionalizzazione della struttura telematica per consentire la negoziazione in più lingue dei prodotti italiani quotati in borsa (ad es. il parmigiano reggiano) direttamente sui mercati stranieri.

Interventi operativi

a) Di supporto alla legislazione

L'attività di consulenza tecnica, sviluppata a partire dal 1999, ha riguardato gli adempimenti di Regioni e Comuni con riferimento all'attuazione del D.Lgs. n. 114/98 sulla disciplina del commercio e, ora, rispetto alle competenze attribuite dal Titolo V della Costituzione. Il valore degli interventi è legato alla logica di «concertazione» tra il mondo istituzionale e quello associativo cui è chiamato l'Istituto. Da ultimo, l'impegno si è rivolto a tematiche il cui sviluppo consentisse di aprire una discussione a livello generale: è il caso del «Distretto del commercio, dell'artigianato e del tempo libero» (con la Regione Piemonte e la CCIAA di Vercelli).

b) Di supporto alle Amministrazioni per la riqualificazione del territorio

L'Istituto – anche attraverso un apposito Comitato tecnico – effettua degli interventi di sostegno alla riqualificazione del territorio attraverso le leve del commercio: (L'Aquila 1996; Perugia 2000; Teramo 2001; Taranto 2004; Colle Val d'Elsa 2004; Salerno 2005, Vercelli 2007). Per la realizzazione di detti interventi collaborano le rispettive Camere di commercio.

In questa direzione è stato ultimato il progetto su «Interventi di riqualificazione commerciale dei centri storici e delle aree urbane» - realizzato dall'INDIS in collaborazione con l'Istituto Tagliacarne, con l'obiettivo di condividere un insieme di strumenti cognitivi e tecnici da rendere fruibili ai Comuni che – anche con la presenza del Sistema camerale – intendano attivarsi con politiche mirate al recupero ed alla valorizzazione di parti significative del tessuto cittadino. Il lavoro è confluito in un *Report* attualmente scaricabile integralmente dal sito dell'Istituto, ed in corso di pubblicazione. Tale *Report* sarà la base per la progettazione di un Servizio di riqualificazione dei centri storici e le aree urbane, di cui alla recente delibera CIPE.

Sempre sul tema della riqualificazione del territorio attraverso il commercio ed attività pubbliche/private di servizio ai cittadini l'INDIS ha avviato, con l'Istituto Tagliacarne, un progetto per «L'identificazione dei distretti del commercio e del tempo libero» al fine di sviluppare un modello generale per la possibile istituzione di un distretto del commercio nei diversi contesti regionali. Il lavoro confluirà in un *Report* conclusivo che consentirà di offrire un quadro metodologico generale per avviare le valutazioni a livello regionale per la possibile istituzione di un «Distretto del commercio».

Prezzi e tariffe

a) L'Osservatorio "Prezzi e Mercati"

Da più di un ventennio l'Istituto prosegue nella sua attività di ricerca sui prezzi curata nell'ambito dell'Osservatorio «Prezzi e Mercati», anche attraverso la predisposizione del Bollettino trimestrale «Tendenze dei prezzi», nel quale vengono riportate le sintesi del lavoro di analisi e di previsione delle tendenze inflattive svolto in collaborazione con la società Ref. di Milano.

All'attività di ricerca si aggiunge quella di valutazione/discussione dei risultati svolte in seno all'Osservatorio. Detta struttura, fortemente potenziata dal 2004 dalla partecipazione fattiva di alcuni Ministeri e di altri soggetti istituzionali (ISTAT, ISMEA, etc.), è diventata una sorta di «forum» dove bimestralmente si individuano anche i potenziali temi sui quali l'Istituto, in collaborazione con il mondo istituzionale ed associativo, può avviare delle riflessioni. Al riguardo si menzionano l'incidenza dei carburanti nella movimentazione dei prodotti, il tema delle tariffe a livello locale, il tema dei costi all'ingrosso dell'energia elettrica.

Fanno parte dell'Osservatorio anche le Unioni regionali delle Camere di commercio, attraverso le quali vengono veicolati sul territorio i risultati delle attività svolte.

Tra i progetti diffusi al sistema camerale e poi discussi e «validati» dall'Osservatorio vanno menzionati:

- Sviluppo del mercato telematico «BMTI» – Borsa Merci Telematica Italiana;
- Monitoraggio delle tariffe idriche a livello nazionale. Il monitoraggio a livello locale è svolto in Emilia-Romagna sulla base di una Convenzione tra la Regione, l'INDIS e l'Unioncamere Emilia-Romagna che oltre alle questioni inerenti il servizio idrico integrato è stata estesa anche alla gestione dei rifiuti urbani.

b) I prezzi dei materiali da costruzione

L'INDIS, per conto dell'Unioncamere, è presente nella Commissione centrale per il rilevamento dei costi dei materiali da costruzione, istituito presso il Ministero delle Infrastrutture.

Le attività che vengono svolte qualificano le fonti informative di provenienza del sistema camerale che, unitamente a quelle dei SIIT a livello regionale e dell'ISTAT, consentono al Ministero di emanare – entro il 30 giugno di ogni anno – un decreto che consente alle imprese del settore di rivedere il prezzo degli appalti pubblici per i materiali le cui variazioni sono state considerate «eccezionali».

Il sistema camerale collabora all'attività trasmettendo le informazioni richieste con un apposito questionario predisposto da detto Ministero. Nel 2007 hanno fornito i dati, per le successive elaborazioni, 80 Camere di commercio. Le attività si sono concluse con l'emanazione del D.M. 2 gennaio 2008 (in G.U. n. 7 del 9 gennaio 2008).

Attività convegnistica

Tra i convegni curati dall'Istituto e ai quali l'Istituto ha partecipato si menzionano:

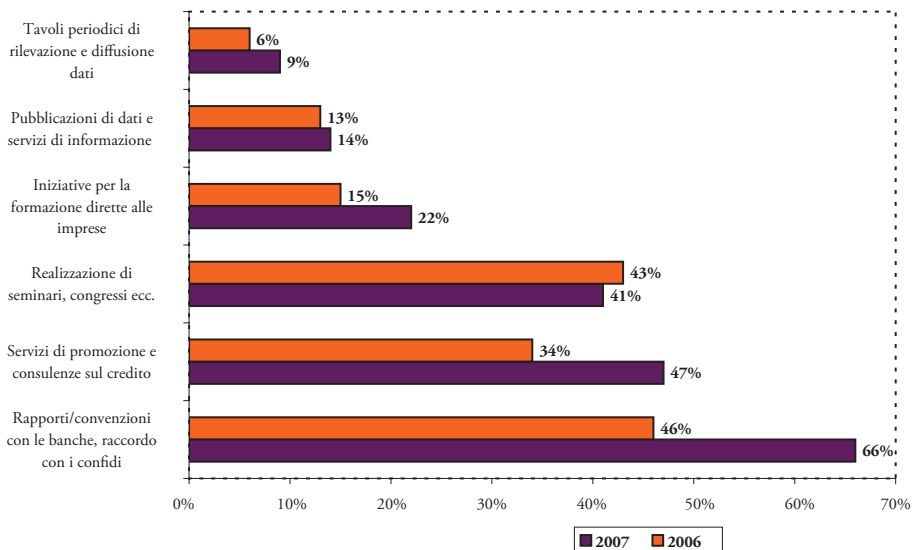
- l'annuale appuntamento con il «Convegno Nazionale del Commercio». Questa iniziativa sin dal suo avvio, quattro anni fa, si è sempre svolta con la collaborazione della locale Camera di commercio (Firenze, 2002, 2003, Bologna, 2004 e Napoli, 2005, Venezia 2007). Nell'ultima edizione del Convegno è stato presentato il già citato *Report* su «Interventi di riqualificazione commerciale dei centri storici e delle aree urbane» ed il documento su «La filiera dei carburanti per autotrazione», entrambi scaricabili dal sito dell'Istituto;
- la partecipazione dell'Istituto alla 2° Conferenza Nazionale sul Franchising, quale giornata di confronto fra attori pubblici e privati per consolidare la forte espansione del settore (Milano, 2007);
- la partecipazione dell'Istituto alla 53° Conferenza annuale «International Downtown Association», «Centri commerciali e centri cittadini: evoluzione del rapporto artificialità/naturalità e sistemi di gestione integrata» (New York City, 2007).

3.4 Finanza e credito

L'impegno del sistema camerale sui temi del credito e della finanza è confermato dai dati raccolti dall'Osservatorio per l'anno 2007, con azioni finalizzate a facilitare l'accesso al credito delle piccole e medie imprese e a fornire formazione ed informazioni sui mercati finanziari.

Sono, infatti, ben 77 le Camere di commercio che nel corso dell'anno (erano 69 nel 2006) hanno realizzato interventi in materia creditizia volti ad avvicinare le imprese ai finanziamenti bancari e più, in generale, alle risorse dei mercati di capitale.

Figura 3.4.1. Attività prevalentemente svolte nell'area "Finanza e credito"



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

In particolare (fig. 3.4.1) l'azione camerale si è concentrata prevalentemente su iniziative rivolte ad avvicinare la domanda e l'offerta di credito attraverso il perfezionamento di accordi e convenzioni con le banche ed il sostegno al sistema dei confidi, attività, quest'ultima, che, cresciuta del 20% rispetto al 2006 (con una quota pari al 66% del totale), di fatto si configura come l'attività prevalente in ambito finanziario.

Notevolmente aumentata risulta anche l'attività di promozione e consulenza sul credito (+13% rispetto al 2006), a segnalare un crescente impegno delle Camere nelle azioni di servizio alle imprese nelle fasi di accesso a migliori condizioni del credito,

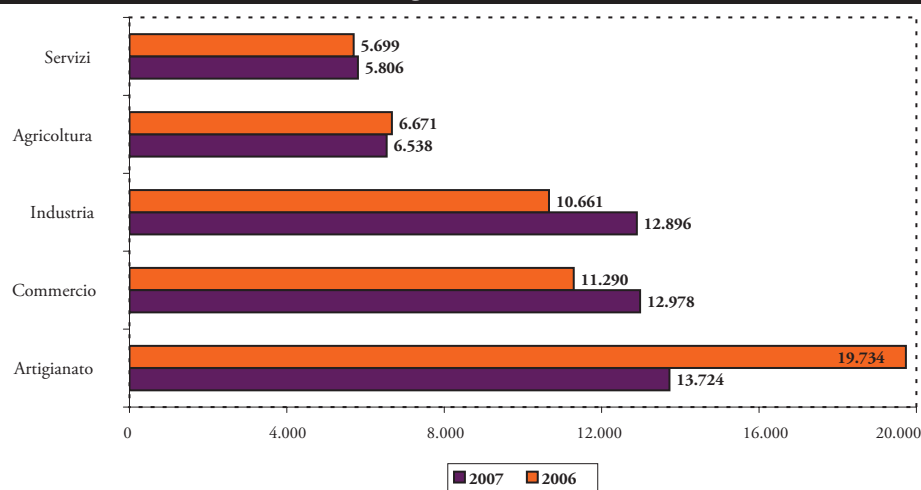
sia in termini quantitativi (ammontare del finanziamento ottenuto), che qualitativi (scadenzato sempre più verso il lungo periodo), che di prezzo (tassi di interesse meno onerosi).

Tale crescita dell'azione "diretta" delle Camere di commercio sui mercati creditizi non è andata a discapito del "tradizionale" ruolo camerale di "Osservatorio" dei fenomeni economici e finanziari rispetto al quale si confermano gli sforzi realizzati per formare ed informare le imprese in materia finanziaria.

L'attività di divulgazione e formazione si mantiene infatti stabile rispetto al 2006 in particolare attraverso la realizzazione di seminari e congressi (41% del volume di attività) e di iniziative formative (22%).

Per quanto riguarda l'ammontare dei flussi finanziari erogati dalle Camere a favore del sistema imprenditoriale nazionale, l'impegno camerale per il 2007 si attesta su circa 52 milioni di euro mantenendosi stabile rispetto all'anno precedente.

Figura 3.4.2. Settori destinatari dei contributi finanziari diretti erogati dalle Camere di commercio
Migliaia di euro



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

In riferimento al riparto settoriale dei fondi erogati (fig. 3.4.2) si evidenzia un riequilibrio nella destinazione delle risorse: è sempre il settore dell'artigianato ad assorbire la maggior parte dei contributi per un ammontare di quasi 14 milioni di euro, ma la sua quota sul totale scende dal 37% del 2006 al 26% del 2007. A seguire, i comparti del commercio e dell'industria, che ricevono ciascuno circa 13 Meuro dei fondi pari al 25% del totale, il settore dell'agricoltura, con 6,5 Meuro ivi destinati, pari al 13% del totale

ed, infine, il settore dei servizi, che attira 5,8 Meuro, vale a dire l'11% del capitale complessivamente erogato.

In questo ambito, merita accennare ad un'importante iniziativa di informazione alle imprese avviata dal sistema camerale in collaborazione con l'Associazione Bancaria Italiana - ABI. Si tratta del partenariato con PattiChiari, il Consorzio di 153 banche italiane, che rappresentano oltre 27.000 sportelli bancari (l'82% di tutti gli sportelli in Italia), impegnate in un grande progetto di cambiamento dei rapporti tra impresa e banca, per affermare semplicità, qualità, trasparenza, chiarezza e comparabilità. Nel corso del 2007, sulla base di un Accordo quadro tra l'Unioncamere e la stessa ABI, si è avviato un rapporto di collaborazione col sistema camerale, con l'obiettivo di costruire una nuova relazione tra mondo del credito ed imprenditoria, basata su un dialogo chiaro, comprensibile, trasparente, dove l'informazione è strumento non solo di conoscenza, ma di comparazione dell'offerta di servizi finanziari per effettuare scelte convenienti e consapevoli.

È stata avviata la fase pilota dell'iniziativa con il coinvolgimento attivo delle Camere di commercio di Ancona, Belluno, Campobasso, Como, Cuneo, Grosseto, Isernia e Lucca, che si sono impegnate a diffondere il progetto PattiChiari mediante un complesso di azioni ed iniziative tra cui segnaliamo: l'informazione presso gli sportelli con la diffusione dei materiali messi a disposizione dal Consorzio PattiChiari; la realizzazione del "PattiChiari Day" in collaborazione con il Consorzio; la realizzazione di seminari formativi rivolti agli imprenditori in collaborazione con le Commissioni Regionali dell'ABI; la pubblicizzazione dell'accordo PattiChiari attraverso i propri mezzi di informazione (stampati e on line), nonché attraverso le proprie relazioni con la stampa locale; la promozione di momenti di incontro e confronto tra imprese e le banche del territorio.

Obiettivi dell'iniziativa, che, auspicabilmente, verrà ripresa progressivamente dall'intera rete camerale, sono quelli di: fornire strumenti e servizi di educazione finanziaria alle imprese; ridurre l'asimmetria informativa tra banca e azienda sui criteri adottati per l'analisi delle richieste di credito da parte delle Pmi; misurare l'efficienza delle banche attraverso la comparabilità dei tempi di risposta alle richieste di finanziamento effettuate a livello regionale; promuovere il processo di autoanalisi dell'impresa attraverso la disponibilità di una Guida sui "criteri generali di valutazione del credito"; rendere noti e confrontabili i tempi di disponibilità e non stornabilità delle somme versate con assegni; facilitare l'accesso ai servizi bancari delle imprese.

IL RUOLO DELLE CAMERE DI COMMERCIO NEL SOSTEGNO AI CONFIDI

I processi di aggregazione bancaria e la nuova competitività delle aziende creditizie, la nuova regolamentazione internazionale sul capitale di vigilanza delle banche (Basilea 2) e la riforma del sistema della garanzia mutualistica hanno posto l'accento sulla necessaria evoluzione dei confidi, da realizzarsi attraverso una trasformazione di ruolo, forma giuridica e caratteristiche - anche di mercato - delle garanzie prestate.

Il nuovo contesto - non solo regolamentare - in cui i confidi si trovano ad operare, richiede loro un grande impegno alla trasformazione verso strutture maggiormente

patrimonializzate, con una migliore efficienza gestionale ed una attenzione più marcata alla selezione del rischio.

Il sistema dei confidi italiani si sta muovendo lungo questa strada che richiede necessari processi di razionalizzazione attraverso accordi, trasformazioni e fusioni tra i diversi organismi di garanzia.

Nel corso degli ultimi due anni si è registrata, infatti, una sensibile diminuzione del numero dei confidi sul territorio nazionale (da 1045 strutture del 2005 a 916 nel 2007) che si è realizzata nel Settentrione (da 372 nel 2005 a 293 nel 2007), e nel Centro (da 309 nel 2005 a 258 nel 2007) ma che ancora deve affermarsi nel Mezzogiorno (da 364 nel 2005 a 365 nel 2007).

Confidi in Italia anno 2007 (dati UIC)

Regione	Numero	% confidi sul totale
Basilicata	21	2,29%
Calabria	34	3,71%
Campania	63	6,88%
Molise	11	1,20%
Puglia	124	13,54%
Sicilia	77	8,41%
Sardegna	35	3,82%
<i>Sud e Isole</i>	365	39,85%
Abruzzo	75	8,19%
Lazio	88	9,61%
Marche	39	4,26%
Toscana	40	4,37%
Umbria	16	1,75%
Centro	258	28,17%
Emilia Romagna	55	6,00%
Friuli Venezia Giulia	14	1,53%
Veneto	71	7,75%
Trentino Alto Adige	10	1,09%
<i>Nord Est</i>	150	16,38%
Liguria	12	1,31%
Lombardia	92	10,04%
Piemonte	33	3,60%
Val d'Aosta	6	0,66%
<i>Nord ovest</i>	143	15,61%
Totale Italia	916	100%

In tale nuovo scenario, caratterizzato dalla razionalizzazione del sistema di garanzia mutualistica, le Camere di commercio stanno ridefinendo il proprio ruolo di sostegno ai confidi: assume importanza crescente un'attività di supporto "innovativa", finalizzata da un lato al perseguimento di obiettivi organizzativi dei consorzi fidi (quali le operazioni di fusione, aggregazione, riposizionamento, ecc.) e dall'altro ad un sostegno specifico a particolari categorie di aziende - quali, ad esempio, le imprese femminili, giovanili, in fase di start up, etc. -.

Tali nuove modalità di sostegno si affiancano al supporto "tradizionale" costituito dai contributi ai fondi di garanzia, che rimane ancora l'azione prevalente realizzata dalle Camere in favore dei confidi.

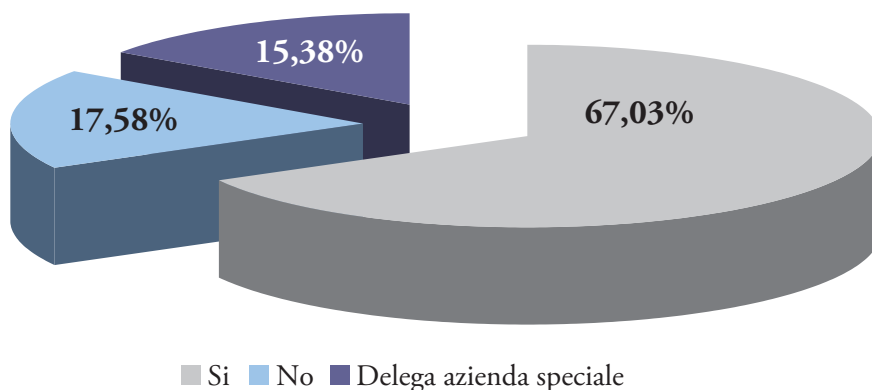
Inoltre, sono stati posti in essere strumenti volti a migliorare l'efficienza degli interventi camerati, con l'introduzione, a seguito della rendicontazione ex post dei confidi, di meccanismi premianti per i confidi che hanno utilizzato al meglio i fondi percepiti e/o disincentivanti per quelle strutture che hanno invece operato in modo meno efficace a beneficio delle imprese.

3.5 Innovazione

Le strutture per l'innovazione e il trasferimento tecnologico presenti nelle Camere di commercio e nelle Aziende speciali rappresentano sempre più una realtà consolidata e un punto di riferimento per il mondo imprenditoriale e della ricerca.

La maggior parte delle Camere di commercio (67,03%) svolge direttamente azioni in tema di innovazione e trasferimento tecnologico, mentre un numero più contenuto (15,38%) si avvale dell'attività delle proprie Aziende Speciali.

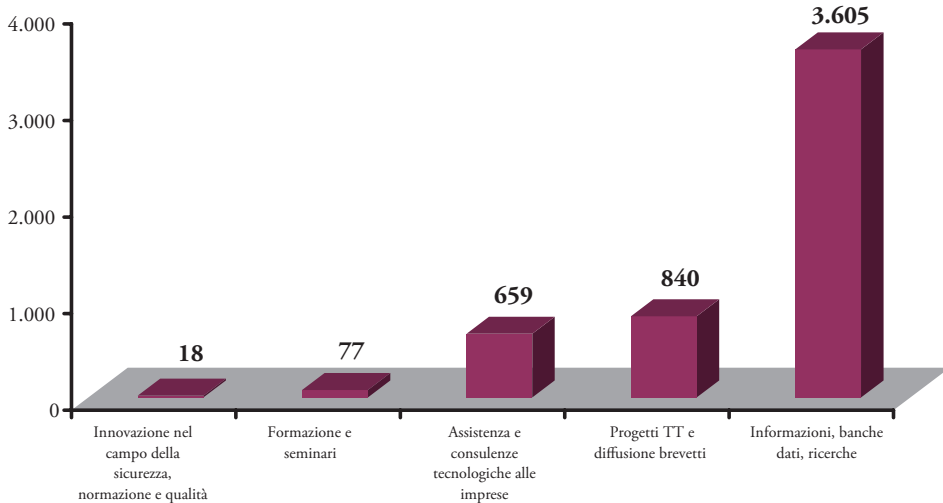
Figura 3.5.1. Attività per il supporto all'innovazione svolta dalle Camere di commercio



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

Per quanto riguarda i servizi che le Camere di commercio offrono alle imprese in tema di innovazione si evidenziano, in particolare, l'attività informativa, l'accesso alle banche dati e le attività di studi e analisi dal taglio economico sul tema dell'innovazione. Non mancano, inoltre, la realizzazione di progetti di trasferimento tecnologico e l'attività di diffusione della conoscenza in tema di brevetti (840 nel complesso). Altro aspetto importante da sottolineare è il supporto pratico ed operativo che le Camere di commercio mettono a disposizione delle imprese attraverso un'offerta qualificata di consulenza ed assistenza tecnologica. Di minore rilevanza sono invece la realizzazione di seminari e formazione diretta alle imprese. Alcune Camere di commercio svolgono attività per la diffusione dell'innovazione sui temi della sicurezza, della normazione e della qualità.

Figura 3.5.2. Le attività svolte per il supporto all'innovazione
Valori assoluti

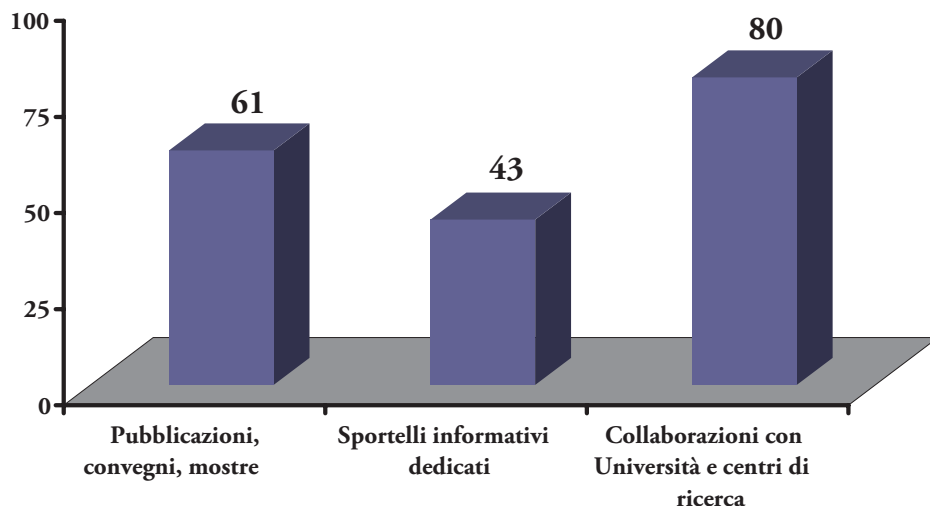


Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

I dati dell'Osservatorio camerale evidenziano inoltre che l'impegno del Sistema camerale nell'ambito dell'innovazione si traduce in gran parte in rapporti di collaborazione con Università e centri di ricerca, e, a seguire, attraverso la realizzazione di pubblicazioni, l'organizzazione di convegni e mostre. Gli sportelli informativi dedicati ai temi dell'innovazione sono presenti in 43 Camere commercio.

A tale riguardo è bene sottolineare che un'indagine di Unioncamere del 2005 relativa alle collaborazioni del Sistema Camerale con le università aveva messo in evidenza che ciascun ente camerale mediamente impiega circa 215.000 euro per attività in collaborazione con il mondo accademico, che la maggior parte delle risorse (62%) viene destinata alla formazione, intesa anche come orientamento e placement, mentre le attività di ricerca, innovazione e sviluppo assorbono circa l'11% delle risorse. La sinergia tra enti camerali e università è in costante crescita negli anni.

Figura 3.5.3. Gli strumenti utilizzati per la promozione dell'innovazione tecnologica

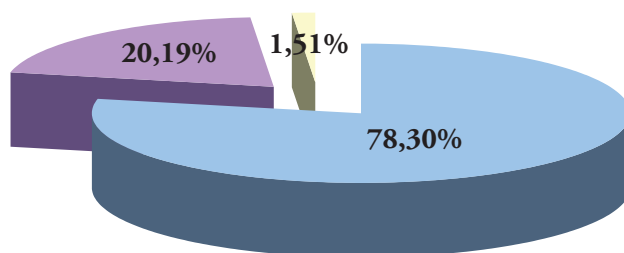


Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

Le risorse destinate dalle Camere di commercio a sostegno di attività di innovazione sono soprattutto interne e rappresentano oltre il 78% del totale .

Figura 3.5.4. Risorse finanziarie liquidate dalla Camera di commercio alle attività a sostegno dell'innovazione e del trasferimento tecnologico

Totale risorse liquidate:
12,6 milioni di euro



■ Contributo diretto camerale ■ Contributo di altri enti ■ Vendita di servizi

Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

Sul tema dell'innovazione Unioncamere, con il supporto operativo di Dintec, ha promosso una piattaforma informatica del sistema delle Camere di commercio dedicata, raggiungibile dall'indirizzo www.innovazione.unioncamere.it.

Questa infrastruttura informatica raccoglie e diffonde informazioni, risultati, conoscenze, esperienze acquisite nel campo dell'Innovazione e del Trasferimento Tecnologico ed ha il compito di supportare le attività delle Camere di commercio in questo ambito e di promuoverle operativamente.

La Piattaforma offre alcuni servizi informativi di base a tutti i visitatori e, previa registrazione gratuita, servizi personalizzati ed interattivi per le imprese, con l'obiettivo di incentivare l'adozione delle nuove tecnologie, costituisce altresì uno strumento di diffusione di informazioni e rappresenta, al contempo, uno strumento di raccolta di dati delle imprese e di fornitura di servizi per le stesse.

Le Camere di commercio utilizzano la Piattaforma Innovazione come strumento per la gestione delle attività legate all'innovazione e, in particolare, per l'erogazione, a favore delle imprese, dei servizi "Contatta la camera" e "PatNews". Al suo interno è disponibile una libreria di informazioni utili per l'innovazione e il trasferimento tecnologico. Inoltre è attivo un forum di scambio di informazioni, a supporto del sistema camerale e degli sportelli innovazione delle CCIAA e loro Aziende speciali.

Infine, è stato costituito un database aggiornato in parte direttamente dalle imprese, attraverso la Piattaforma, e in parte dal personale del sistema delle Camere di commercio, contenente le informazioni raccolte con i bisogni di innovazione tecnologica delle PMI.

A sostegno della competitività delle imprese, il Sistema Camerale beneficia inoltre di una rete di centri per l'informazione brevettuale (PatLib – Patent Library e PIP – Patent Information Point) in collegamento con l'Ufficio Europeo dei Brevetti (European Patent Office - EPO), dotati di personale qualificato, che dispone di banche dati messe a disposizione dall'EPO, dall' UIBM - Ufficio Italiano Brevetti e Marchi – e di altre banche dati commerciali e fornisce agli utenti informazioni e supporto sulla proprietà intellettuale. Attualmente nell'ambito del Sistema Camerale si contano 16 centri Pat Lib e 33 centri PIP.

3.6 Ambiente

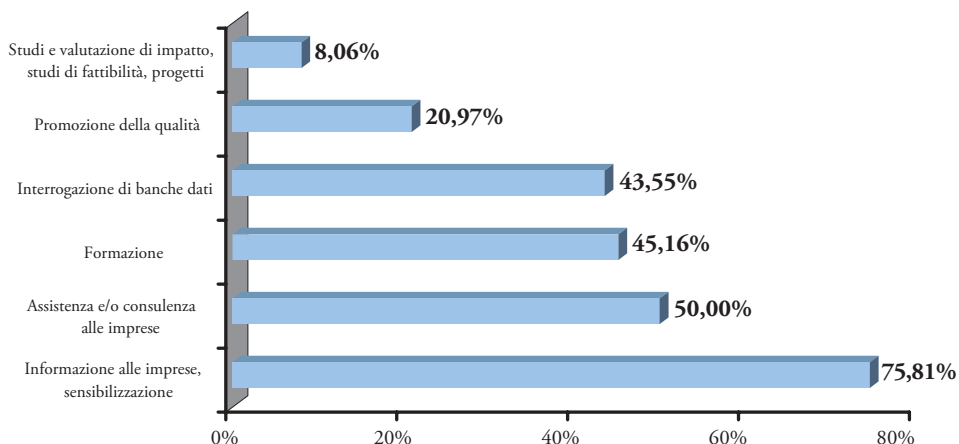
In questi ultimi anni, alle Camere di commercio sono state affidate competenze di rilievo in materia ambientale, a partire dalla raccolta e dalla gestione informatica del Modello Unico di Dichiarazione ambientale (MUD) e dal coordinamento delle Sezioni regionali dell'Albo delle imprese che effettuano la gestione dei rifiuti.

Il 2007 è stato caratterizzato dal consolidamento delle nuove competenze attribuite dalla recente normativa di riforma della legislazione ambientale. Il sistema camerale interpreta comunque le competenze amministrative come un'occasione per sviluppare iniziative volte a promuovere la compatibilità ambientale dei processi e dei prodotti istituendo specifici servizi di informazione e assistenza descritti nei grafici.

Molte imprese italiane stanno, infatti, ripensando le loro modalità di produzione - anche per effetto dell'azione congiunta della legislazione ambientale europea e degli standard di compatibilità ambientale dei prodotti e dei processi, imposti al mercato globale - ed adottano gradualmente tecnologie meno inquinanti.

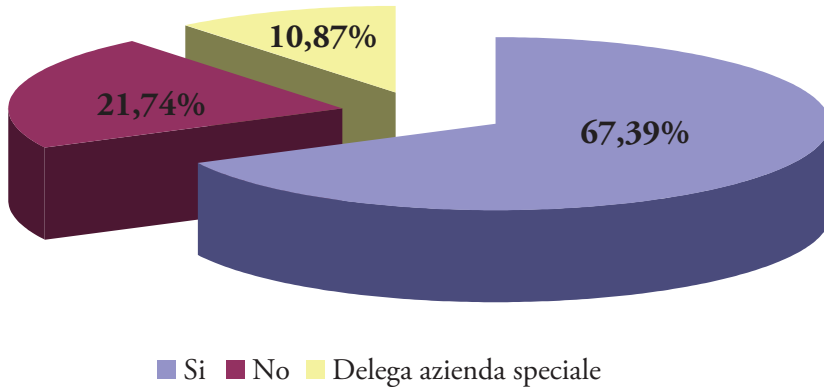
Di conseguenza, l'attività delle Camere, in tempi più recenti, ha affiancato alle attività di assistenza normativa - servizio particolarmente utile in una fase di continui cambiamenti del quadro normativo di riferimento - una serie di iniziative volte a far conoscere, apprezzare e diffondere gli strumenti volontari di miglioramento delle prestazioni ambientali delle imprese messi a disposizione dalla normativa comunitaria, in particolare Emas.

Figura 3.6.1. Attività svolte dalle Camere di commercio per la tutela e la salvaguardia del patrimonio ambientale



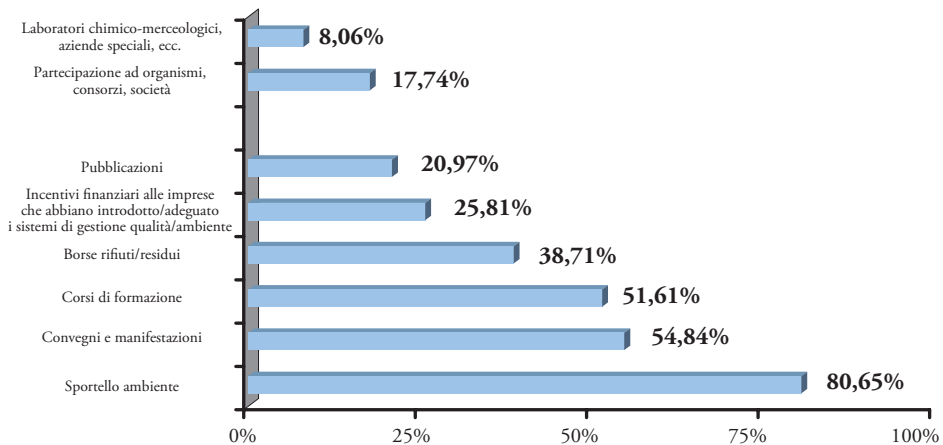
Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

Figura 3.6.2. Attività per la tutela e la salvaguardia del patrimonio ambientale effettuate dalle Camere di commercio



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

Figura 3.6.3. Gli strumenti utilizzati dalle Camere di commercio per l'espletamento delle attività in tema di ambiente



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

3.7 Programmazione comunitaria

Il QSN costituisce il documento programmatico per l'allocazione dei Fondi comunitari del cofinanziamento nazionale e del Fondo per le Aree Sottoutilizzate (FAS). È stato approvato nel luglio 2007 dalla Commissione europea: avrà a disposizione **124,7 miliardi di euro** considerando congiuntamente - per la prima volta - le risorse dei fondi strutturali comunitari, del relativo cofinanziamento nazionale (statale e regionale) e le risorse aggiuntive nazionali dirette allo sviluppo territoriale, attraverso il Fondo per le Aree Sottoutilizzate (FAS). Per le risorse aggiuntive nazionali viene confermata l'allocazione dei fondi per l'85% ai territori delle otto Regioni del Mezzogiorno (dall'Abruzzo alla Sardegna) e per il 15% ai territori delle 11 Regioni restanti e delle 2 Province Autonome del Nord.

Alcuni dati percentuali sulle risorse destinate, particolarmente, agli investimenti nel Mezzogiorno, sottolineano l'impatto innovativo del QSN (rispetto al 2000-2006) nella direzione di un grande investimento in tematiche (anche di forte interesse camerale) quali:

- la valorizzazione delle risorse umane, cioè formazione, istruzione, ecc. (il peso percentuale passa dal 4,8 al 9%);
- la ricerca e l'innovazione per la competitività (dal 9% al 14%);
- un uso sostenibile delle risorse ambientali (dal 10% al 16%);
- l'inclusione sociale e servizi per la qualità della vita e l'attrattività territoriale (dal 3% al 9%);
- la competitività e l'attrattività delle città e dei sistemi urbani (dal 2,6% al 7,2%);
- la valorizzazione delle risorse naturali culturali e per il turismo (dall'8% al 9%).

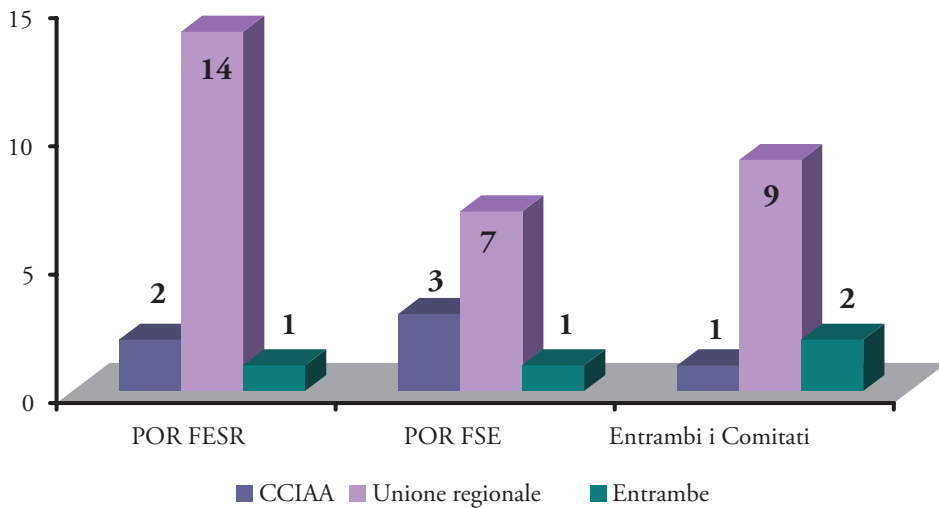
Parallelamente, nel corso del 2007 sono stati approvati dalla Commissione europea la maggior parte dei programmi operativi, che interessano i territori italiani per i prossimi sette anni. L'Unioncamere ha seguito a livello nazionale l'iter partenariale del Quadro Strategico Nazionale e si ricorda che nell'ambito di alcune priorità del QSN, il sistema camerale e le Camere di commercio, quali Autonomie funzionali, vengono citate nelle seguenti priorità come soggetti portatori di saperi specialistici e volti al raccordo con il mondo delle imprese sul territorio:

- Priorità 1 - Miglioramento e valorizzazione delle risorse umane
- Priorità 6 - Reti e collegamenti per la mobilità
- Priorità 7 - Competitività dei sistemi produttivi e occupazione
- Priorità 8 - Competitività e attrattività delle città e dei sistemi urbani
- Priorità 9 - Apertura internazionale e attrazione di investimenti, consumi e risorse.

Si segnala che, nel Capitolo del QSN che affronta il tema delle condizioni e delle capacità istituzionali per l'attuazione del Programma, in merito al coinvolgimento del partenariato, le Camere di commercio vengono richiamate (insieme agli altri soggetti: Agenzie di Sviluppo, Università, Fondazioni, ecc.) in qualità di soggetti collettivi o para-istituzionali, portatori di interessi specialistici.

Infine, si evidenzia che nel corso del 2007 e dei primi mesi del 2008 si sono insediati i Comitati di Sorveglianza dei programmi operativi regionali e, dai dati dell'osservatorio camerale, emerge che buona parte del sistema partecipa ai suddetti Comitati, ma non ancora in maniera esaustiva (fig. 3.7.1).

Figura 3.7.1. La partecipazione della Camere di commercio ai comitati regionali sui POR 2007-13



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

ATTUAZIONE DEL QUADRO COMUNITARIO DI SOSTEGNO (QCS) AL 31 DICEMBRE 2007

La percentuale di attuazione della spesa del Quadro Comunitario di Sostegno Ob. 1 2000-2006, ha raggiunto - al 31 dicembre 2007 - il 79,8 % degli stanziamenti totali. In valori assoluti, risultano essere stati spesi a quella data circa 36,7 mld di euro, a fronte di oltre 51 mld di euro di impegni giuridicamente vincolanti assunti alla suddetta data. Il valore degli impegni supera dunque il contributo totale complessivo delle risorse finanziarie per il periodo di programmazione 2000/2006, attestandosi al 111,0 %. Restano da spendere, entro il 31 dicembre 2008 (data limite per la realizzazione della maggior parte della spesa), circa 9,31 mld di euro di cui il 70,84 % (6,59 mld di euro) in ambito FESR.

Tra gli Assi Prioritari di intervento del Quadro Comunitario di Sostegno, l'Asse 6 *Reti e nodi di servizio* ha manifestato la migliore performance attuativa con pagamenti per oltre 8,8 mld di euro (che rappresentano il 90,1 % del relativo contributo totale 2000-2006).

Al 31 dicembre 2007, i PON hanno effettuato pagamenti per oltre 12 mld di euro, ovvero l'87,3% del contributo totale: la migliore performance attuativa è stata quella del *PON Sviluppo* che, al 31/12/2007, ha utilizzato risorse pari al 91,6%.

I programmi a titolarità regionale (POR), sempre al 31 dicembre 2007, hanno superato i 24,3 mld di euro spesa, pari al 76,4 % della cifra totale a disposizione per il periodo di programmazione 2000-2006: il *POR Molise* ha mostrato la migliore capacità realizzativa (Tabella 3.7.1), con pagamenti pari al 84,5 % del contributo totale 2000-2006, seguito dalla Calabria (con pagamenti pari al 79,8 %).

**Tabella 3.7.1. Attuazione finanziaria QCS per intervento
al 31/12/2007**
Valori in euro

Intervento	Contributo Totale		Attuazione finanziaria		
	2000/2006	Impegni	Pagamenti	Impegni	Pagamenti
	(a)	(b)	(c)	(b/a)	(c/a)
PON ATAS	517.101.147,00	501.177.496,09	450.606.679,31	96,9%	87,1%
PON Pesca	305.102.939,00	284.458.962,83	207.582.028,00	93,2%	68,0%
PON Ricerca	2.267.330.812,00	2.806.551.761,63	1.832.816.991,53	123,8%	80,8%
PON Scuola per lo Sviluppo	830.014.570,93	891.923.861,10	757.130.486,02	107,5%	91,2%
PON Sicurezza	1.225.836.571,00	1.196.279.195,89	984.135.401,80	97,6%	80,3%
PON Sviluppo	4.452.842.857,00	5.823.782.951,35	4.079.917.712,64	130,8%	91,6%
PON Trasporti	4.520.161.290,00	5.060.402.732,66	4.010.860.360,25	112,0%	88,7%
Totale PON	14.118.390.186,93	16.564.576.981,55	12.323.049.659,55	117,3%	87,3%
POR Basilicata	1.696.070.000,00	2.036.149.594,88	1.330.022.112,68	120,1%	78,5%
POR Calabria	4.036.398.002,00	4.098.330.336,16	3.221.081.346,81	101,5%	79,8%
POR Campania	7.748.172.780,00	8.231.245.012,13	5.886.699.206,55	106,2%	76,0%
POR Molise	469.483.995,00	543.346.172,91	396.514.761,92	115,7%	84,5%
POR Puglia	5.232.349.311,00	6.003.526.811,39	3.962.253.809,12	114,7%	75,7%
POR Sardegna	4.258.555.040,00	4.056.267.010,88	3.201.993.053,65	95,2%	75,2%
POR Sicilia	8.459.909.318,00	9.559.807.990,18	6.380.781.659,80	113,0%	75,4%
Totale POR	31.900.938.446,00	34.528.672.928,53	24.380.245.950,53	108,2%	76,4%
Totale QCS	46.019.328.632,93	51.093.249.910,08	36.703.295.610,08	111,0%	79,8%

Fonte: Ragioneria Generale dello Stato

DATI DI ATTUAZIONE DELLE REGIONI Ob.2 AL 31 DICEMBRE 2007

I dati di attuazione finanziaria dei Documenti unici di programmazione (Docup) Ob. 2 aggiornati al 31 dicembre 2007 indicano che le Regioni del Centro-Nord hanno raggiunto una spesa totale pari a oltre 5 mld di euro e fatto registrare una capacità di impegno pari a oltre 8 miliardi di euro, con una performance di realizzazione comples-

siva (pagamenti/contributo totale) dell'88,1% ed una capacità di impegno (impegni/contributo) dell' 111,8%.

Al 31 dicembre 2007, l'Intervento che è risultato aver impegnato e speso di più rispetto al contributo totale è stato il *Docup Valle d'Aosta* (Tabella 3.7.2), con una capacità di impegno del 152,7% ed un'efficienza realizzativa del 133,9%.

**Tabella 3.7.2. Attuazione finanziaria DOCUP per intervento
al 31/12/2007**
Valori in euro

Intervento	Contributo Totale		Attuazione finanziaria		
	2000/2006	Impegni	Pagamenti	Impegni	Pagamenti
	(a)	(b)	(c)	(b/a)	(c/a)
Docup Abruzzo	546.600.125,00	617.378.458,20	410.487.042,48	112,9%	75,1%
Docup Emilia Romagna	263.804.866,00	355.458.623,96	278.213.171,74	134,7%	105,5%
Docup Friuli Venezia Giulia	335.758.981,00	393.996.885,69	282.375.95.,24	117,3%	84,1%
Docup Lazio	884.433.902,00	1.031.702.492,28	736.778.712,00	116,7%	83,3%
Docup Liguria	694.481.800,00	708.459.816,10	558.629.536,35	102,0%	80,4%
Docup Lombardia	421.037.469,00	414.015.255,67	350.763.610,93	98,3%	83,3%
Docup Marche	346.974.874,00	334.569.060,06	299.750.144,97	96,4%	86,4%
Docup P.A. Bolzano	67.639.646,00	79.945.765,59	67.100.495,67	118,2%	99,2%
Docup P.A. Trento	58.692.343,00	66.510.840,26	55.299.475,92	113,3%	94,2%
Docup Piemonte	1.290.973.667,00	1.392.105.033,63	1.127.178.864,25	107,8%	87,3%
Docup Toscana	1.233.251.494,00	1.382.631.164,84	1.153.853.085,97	112,1%	93,6%
Docup Umbria	400.201.038,00	381.790.543,37	318.125.110,92	95,4%	79,5%
Docup Valle d'Aosta	41.870.658,00	63.928.500,52	56.048.544,47	152,7%	133,9%
Docup Veneto	596.858.548,00	807.783.416,85	633.225.843,03	135,3%	106,1%
Totale	7.182.579.411,00	8.030.275.857,02	6.327.829.588,94	111,8%	88,1%

Fonte: Ragioneria Generale dello Stato

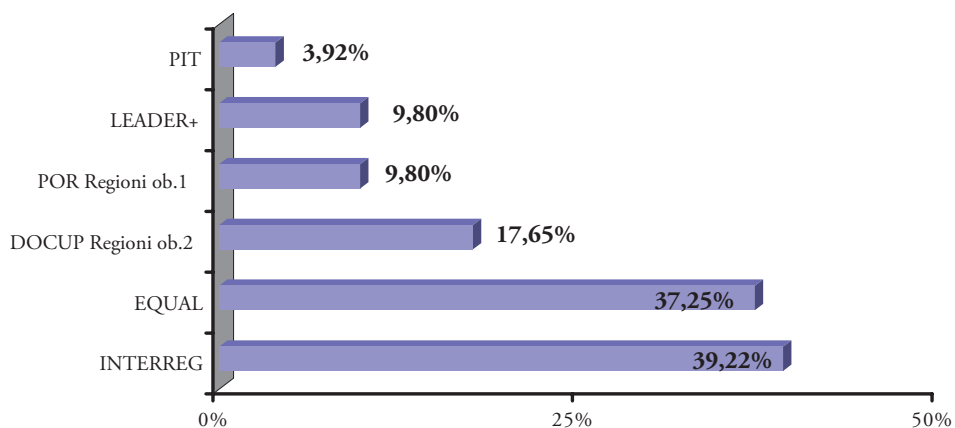
Livelli di avanzamento significativi sono stati raggiunti anche dal *Docup Veneto* e dal *Docup Emilia Romagna* con pagamenti rispettivamente al 106,1% e al 105,5% delle risorse stanziare. In coda, si collocano l'Abruzzo e l'Umbria con una spesa rispettivamente al 75,1% ed al 79,5% delle risorse programmate.

LA RILEVAZIONE DEI DATI DELL'OSSERVATORIO CAMERALE

A livello territoriale, in base ai dati pervenuti dalle strutture camerali, è possibile fornire una fotografia sulla partecipazione delle Camere agli interventi della scorsa programmazione, incluse le quattro Iniziative comunitarie: Equal, Interreg, Leader+ e Urban.

La figura 3.7.2, riportata sotto, illustra le percentuali di partecipazione: permane bassa la partecipazione delle strutture camerali nelle Regioni Ob.1 ai Programmi regionali di riferimento, con il 9,8% rispetto alle regioni del Centro-Nord, con una percentuale di partecipazione camerale decisamente maggiore, con il 17,65% nell'ambito dei DOCUP. Risultano, infine, buone le partecipazioni verso i programmi di Iniziativa comunitaria, con particolare riferimento a Equal (37,25%) ed Interreg (39,22%).

Figura 3.7.2. I progetti con cofinanziamento comunitario 2000-06 a cui hanno partecipato le Camere di commercio



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

3.8 Turismo

Il settore turistico rappresenta, per la maggior parte delle realtà italiane, una importante opportunità di crescita economica e sviluppo. Storicamente, le Camere di commercio assistono le imprese e gli operatori dell'offerta turistica locale, per favorirne o consolidarne la presenza su principali mercati nazionali ed esteri, promuovendo iniziative per la diffusione dell'informazione economica (attraverso la raccolta e l'analisi di dati statistici ed informazioni sul settore) e per il radicamento di una "cultura della qualità" quale *asset* fondamentale per garantire la competitività dell'offerta in un mercato sempre più aperto ad una concorrenza globalizzata.

Le Camere di commercio in tale ambito stanno lavorando allo sviluppo del concetto di "sistema turistico" integrato, con azioni che puntano a generare un impatto trasversale sull'insieme di attività e di imprese che compongono la filiera del turismo locale.

Tabella 3.8.1. I numeri di "Turismo e cultura"

88	Camere di commercio svolgono attività per la promozione turistica <i>di cui 7 delegando alle Aziende speciali</i>
111	Investimenti diretti effettuati dalle Camere di commercio per la promozione del settore turistico di cui <i>50 per lo sviluppo infrastrutturale</i> <i>61 per l'assetto del territorio</i>
122	Attività di ricerca e/o analisi di settore
13	Corsi di formazione e/o aggiornamento professionale per operatori turistici
155	Attività per la promozione e qualificazione delle imprese turistiche del territorio
69	Partecipazioni a manifestazioni fieristiche
38	Camere di commercio detengono partecipazioni finanziarie in enti culturali
130	Sponsorizzazioni ad eventi culturali
17,2	Milioni di € liquidati dalle Camere di commercio per le attività a sostegno del turismo <i>91,3% contributo diretto camerale</i> <i>8,7% contributo da altri enti</i>

Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

Come è ormai noto, la legge sulla competitività n. 80 del 14 maggio 2005 ha riconosciuto un ruolo formale alle Camere di commercio in materia di promozione e sviluppo del settore turistico, richiedendo la presenza del Sistema camerale nell'ambito dei lavori del Comitato Nazionale per il Turismo – organo istituito con compiti di orientamento e

coordinamento stabile delle politiche turistiche, in sede nazionale e nella promozione all'estero – nonché nella nuova Agenzia ENIT.

Tale riconoscimento ha permesso alle Camere di acquisire uno spazio istituzionale di grande rilievo per sfruttare il presidio territoriale che le caratterizza, qualificando in modo autorevole il proprio ruolo di camere di compensazione tra istituzioni e mondo imprenditoriale, nonché di soggetti promotori della conoscenza economica e della cultura della qualità nelle imprese turistiche

Le Camere di commercio fungono in molti casi da collante per i vari attori pubblici e privati sul territorio, dalle Province alle Regioni: in quest'ottica, le principali linee di attività messe a punto negli anni, e in particolare nel 2007, hanno contribuito a rafforzare la presenza del sistema camerale nei tavoli di lavoro del turismo con le altre amministrazioni.

Sulla scorta dell'esperienza Unioncamere, che da oltre un decennio realizza attraverso l'Isnart l'Osservatorio sul turismo italiano, il sistema delle Camere di commercio risulta impegnato a livello nazionale nella realizzazione nell'Osservatorio Nazionale del Turismo, previsto sempre dalla Legge n. 80/2005 e realizzato in *partnership* con la Vice Presidenza del Consiglio dei Ministri.

Le indagini realizzate nel 2007 dall'Isnart, poi confluite nell'Osservatorio Nazionale in base ad un protocollo di intesa siglato tra Unioncamere ed il Dipartimento per la competitività ed il turismo, hanno in particolare riguardato:

- l'analisi congiunturale sulle presenze e sulle prenotazioni nelle strutture ricettive (4 rilevazioni trimestrali a 5000 imprese del ricettivo – di cui 2000 interviste di livello nazionale e 3000 di approfondimento territoriale),
- la domanda turistica italiana (3 rilevazioni a 17500 individui /popolazione),
- il mercato turistico organizzato internazionale verso l'Italia (rilevazione annuale a 420 tour operators europei e statunitensi),
- la soddisfazione della clientela e all'impatto economico del turismo (rilevazione annuale a 17900 turisti in vacanza in Italia – di cui 10000 di livello nazionale e 7900 di approfondimento territoriale).

Sono stati poi avviati nel corso dell'anno molti osservatori territoriali, a livello regionale e provinciale, attivati dalle Camere di commercio e gestiti in partenariato attraverso l'istituzione e l'attivazione di tavoli tecnici scientifici sui quali operatori e amministrazioni territoriali condividono obiettivi metodologie risultati per una conoscenza e uno sviluppo coordinato del comparto.

Alcuni esempi importanti della riuscita di questa azione di coordinamento sono quelli dell'Osservatorio della Regione Umbria, dove, attraverso un comitato tecnico ed uno di discussione con gli operatori, si è rafforzata la competenza e l'autorità degli enti amministrativi locali che hanno così trovato condivisione da parte degli operatori. Altri esempi di Osservatori turistici territoriali regionali sono quelli della Valle d'Aosta, della Toscana, della Lombardia, della Puglia e del Molise.

A livello provinciale, lo stesso meccanismo è stato attuato dalle Camere di Cremona, Mantova, Pavia, Varese, Ferrara, Macerata, Brindisi, Vibo Valentia: l'avvio del Sistema

Turistico del Lago di Como e del Sistema Turistico Locale Puglia Imperiale sono due esempi illuminanti di questo contributo.

Il ruolo coperto dalle Camere nell'attivare accordi con gli enti amministrativi territoriali, per coordinare, promuovere, avviare sviluppo e integrazione per le imprese e il turismo si riflette su tutte le attività turistiche. In quest'ottica, le attività realizzate sono state strumento di raccordo per creare nuove opportunità di trovare politiche comuni tra gli enti amministrativi locali ed i privati e che rafforza il coordinamento tra il Sistema Camerale e le Regioni.

In questo ambito, merita segnalare il progetto per lo sviluppo e la sensibilizzazione del sistema imprenditoriale turistico della Regione Puglia, affidato all'Unioncamere in collaborazione con Retecamere e con la rete pugliese delle Camere di commercio.

Obiettivo dell'attività è stato quello di stimolare "il fare sistema" e la capacità di ottimizzare l'offerta turistica locale attraverso: la promozione di un più efficace "circuito partecipativo" tra amministrazioni locali, operatori turistici, cittadini e Camere di commercio; la realizzazione del primo Forum regionale sul Turismo della Puglia; la realizzazione di una campagna di comunicazione interna sul tema della cultura dell'Accoglienza; e l'organizzazione di una serie di incontri itineranti sul territorio per la sensibilizzazione degli attori del turismo pugliese.

Relativamente alle politiche per la Qualità, il Marchio Ospitalità Italiana promosso dalla consortile Isnart ha raggiunto nel 2007 una diffusione in 71 province e 18 Regioni per circa 5000 imprese certificate (tra cui circa 1730 hotel, 1360 ristoranti, 450 agriturismi, senza contare le altre categorie di impresa quali: Campeggi, Stabilimenti Balneari, Bed & Breakfast, Happy Hour, Ristoranti etnici).

A livello locale questa collaborazione territoriale ha prodotto nel 2007 risultati concreti quali, ad esempio, la decisione della Regione Piemonte e di Unioncamere Piemonte di collaborare per estendere il Marchio di Qualità Ospitalità Italiana a tutte le strutture turistiche della Regione (per la prima volta una Regione ha riconosciuto formalmente il marchio Ospitalità Italiana).

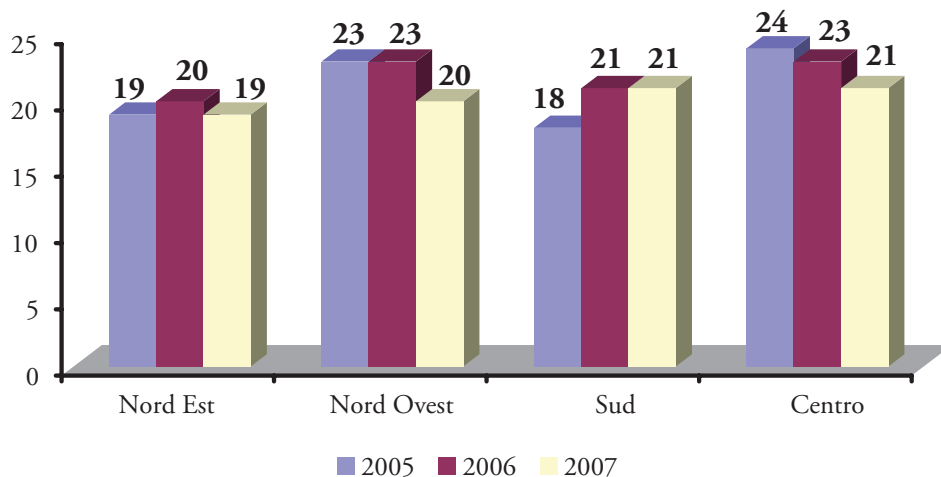
Nella realizzazione di molte di attività, l'Isnart ha coinvolto anche attori privati importanti come l'Istituto Geografico De Agostini, l'UNPLI, Unione delle Proloco d'Italia, le associazioni imprenditoriali, Legambiente, WWF, LegaCoop e CTS (Centro Turistico Studentesco) con i quali è in corso di realizzazione un osservatorio per il turismo sostenibile e responsabile; nonché 15 Regioni e 21 altre organizzazioni europee con le quali in data 17 novembre 2007, in occasione della riunione "Eurometing" di Firenze, è stato sottoscritto un protocollo di intesa "Verso una rete europea per un turismo sostenibile e competitivo".

A questi risultati si aggiunge il protocollo di intesa per lo sviluppo del Marchio di Qualità nel settore nautico, siglato tra Isnart e Federnautica, organismo che rappresenta le imprese del noleggio e locazione di unità da diporto (AINUD), portualità turistica (ASSONAT e ASSOAPPRODI) ed altre attività connesse.

Per ultimo il Premio Ospitalità Italiana, manifestazione mediatica con la quale coinvolgiamo il pubblico nella votazione delle strutture marchiate. Dopo le edizioni di

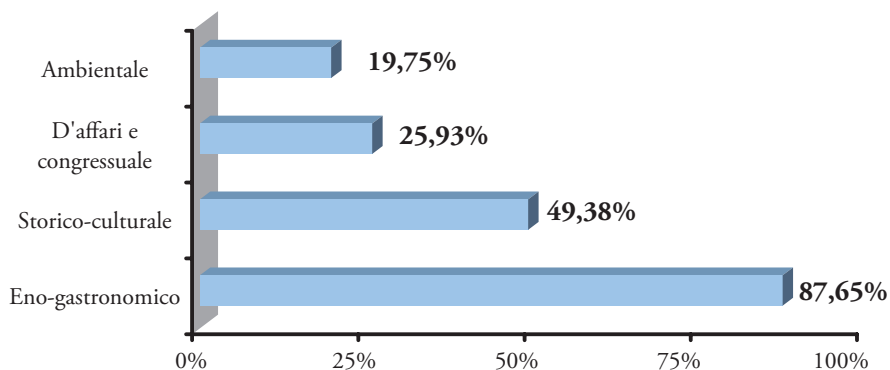
Roma e Bari, la manifestazione è stata quest'anno ospitata presso la Sala della Borsa della Camera di commercio di Napoli, riscontrando un grande successo sia in termini di presenze che di visibilità sui media.

Figura 3.8.1. Le Camere di commercio che hanno svolto attività di promozione del settore turistico negli anni 2005-07
Valori assoluti



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

Figura 3.8.2. Le Camere di commercio che hanno valorizzato il territorio in termini di turismo:



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

3.9 Regolazione del mercato

Tabella 3.9.1. I numeri di “Regolazione del mercato”

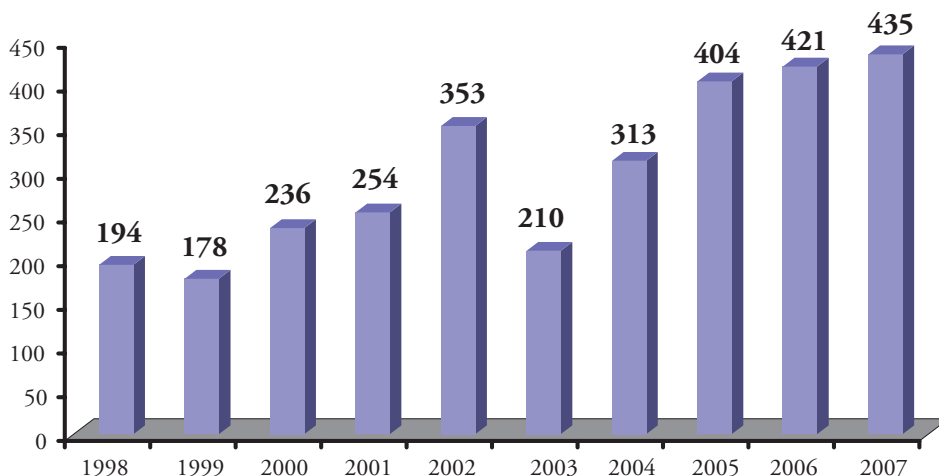
314	Arbitrati gestiti nel 2007
124	Giorni di durata media degli arbitrati conclusi nel 2007
234,6	mila € di valore medio delle controversie arbitrali concluse nel 2007
19	Camere di commercio hanno realizzato corsi di formazione sull'arbitrato nel biennio 2006-2007
692	Arbitri formati nel 2007
12.305	Conciliazioni gestite nel 2007
22,2	mila € di valore medio delle conciliazioni concluse nel 2007
63	Giorni di durata media delle conciliazioni concluse nel 2007
59	Conciliazioni gestite in materia di diritto societario
	di cui
	<i>7 in ambito metalmeccanico</i>
	<i>4 in ambito alimentare</i>
	<i>48 in altri ambiti</i>
95,1	mila € di valore medio delle conciliazioni concluse nel 2007 in materia di diritto societario
9	Giorni di durata media delle conciliazioni concluse nel 2007 in materia di diritto societario
49	Camere di commercio hanno realizzato corsi di formazione sulla conciliazione nel 2007
1.088	Conciliatori formati nel 2007
213	Conciliatori formati in materia di diritto societario
71	Camere di commercio hanno adeguato i propri standard per la formazione a quelli elaborati da Unioncamere nel maggio 2005
43	Camere di commercio hanno preso iniziative per il controllo sulla presenza delle clausole inique inserite nei contratti
36	Camere di commercio hanno adottato un regolamento relativo alla procedura di controllo della presenza di clausole inique nei contratti
37	Camere di commercio hanno promosso iniziative per la predisposizione di contratti-tipo

Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

LA RETE ARBITRALE

Nel 2007 il numero delle procedure di arbitrato, conferma sostanzialmente il dato del 2006.

Figura 3.9.1. Trend del numero degli arbitrati
Valori assoluti



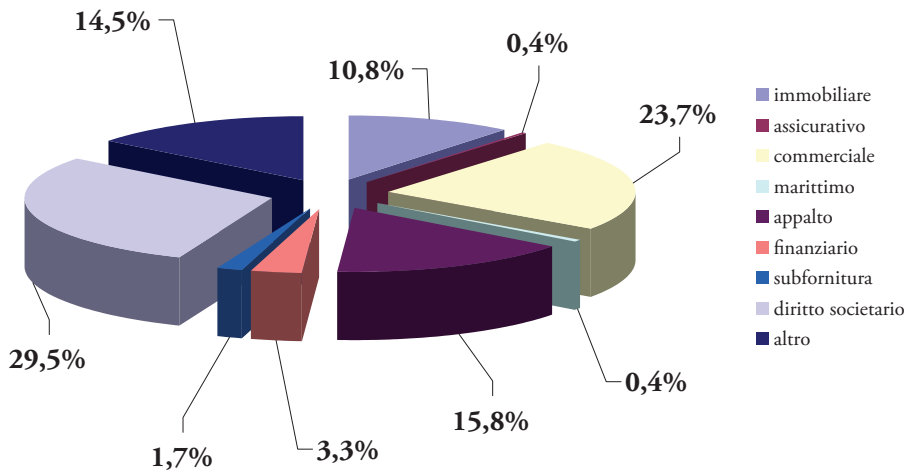
Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

Le 69 Camere Arbitrali nel periodo 1997-2007 hanno gestito complessivamente 3.018 arbitrati, di questi oltre il 75% relativi a rapporti tra imprese e circa un quarto relativi a rapporti tra imprese e consumatori.

Il valore medio delle domande di arbitrato amministrato nel 2007 è risultato di euro 234.600 mentre la durata media è stata di 124 giorni (rispetto ai 136 giorni del 2006).

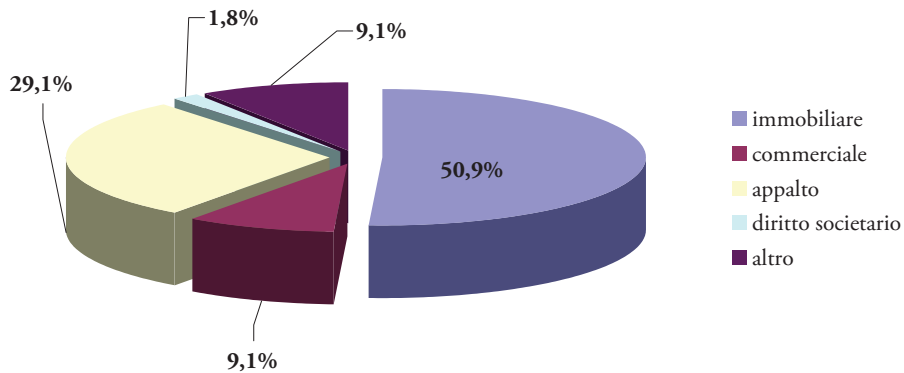
Nei grafici seguenti sono riportati in valore percentuale i settori più ricorrenti oggetto delle domande di arbitrato:

Figura 3.9.2. Distribuzione percentuale degli arbitrati nelle controversie tra imprese per settore



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

Figura 3.9.3. Distribuzione percentuale degli arbitrati nelle controversie tra imprese e consumatori per settore



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

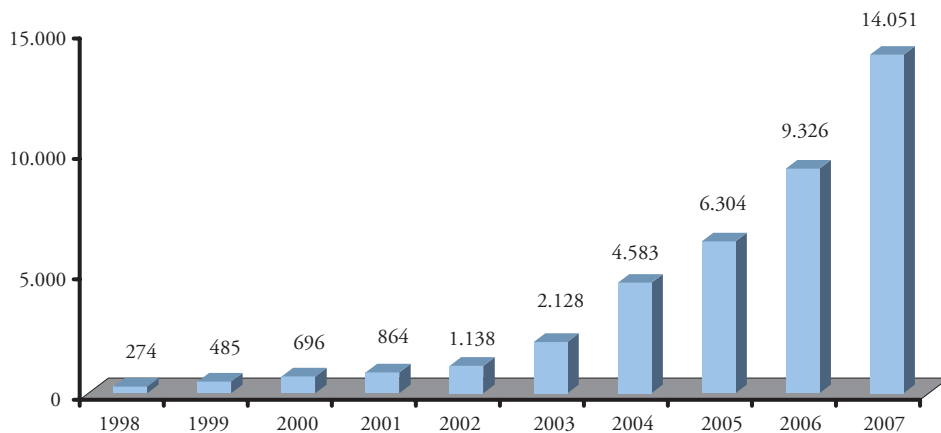
Rispetto all'attività di formazione in materia di arbitrato risulta che 19 Camere di commercio hanno realizzato nel biennio 2006-2007 iniziative formative che hanno contribuito a formare 692 arbitri.

LA RETE CONCILIATIVA

Le Camere di commercio nel periodo 1997-2007 hanno gestito complessivamente 39.961 conciliazioni delle quali 8.823 relative a controversie nascenti da rapporti tra imprese e 31.138 controversie in materia di consumo, soprattutto nel settore delle telecomunicazioni.

Nel 2007 le domande di conciliazione gestite dalle Camere di commercio sono risultate 14.051 delle quali 3.244 (con un incremento del 60% sul dato del 2006) relative a controversie nascenti da rapporti tra imprese e 10.807 da rapporti tra imprese e consumatori.

Figura 3.9.4. Trend del numero delle conciliazioni
Valori assoluti



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

Anche nel 2007 si è pertanto registrato un trend di crescita del numero delle domande di conciliazione che, rispetto al 2006, hanno avuto un incremento netto del 50%.

Il valore medio delle conciliazioni è risultato pari a euro 22.800 mentre la durata media di 63 gg. conferma i tempi contenuti della procedura conciliativa.

Si è registrato rispetto all'anno precedente un aumento del valore medio delle controversie gestite dalle Camere, cui ha corrisposto un lieve aumento della durata media.

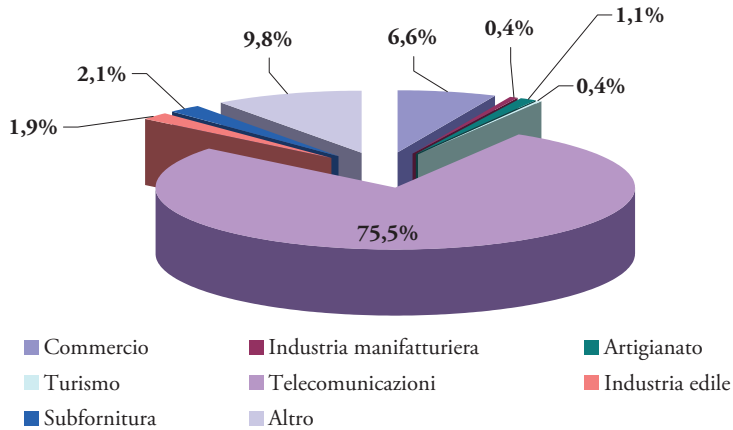
La durata media delle procedure di conciliazione in materia di diritto societario nel 2007 è stata di 9 giorni ed il valore medio di euro 95.100.

Le Camere di commercio che hanno dichiarato di aver adottato il Regolamento di conciliazione predisposto nel maggio 2005 dall'Unioncamere sono state 80.

Nel 2007 rispetto all'attività di formazione in materia di conciliazione risulta che 59 Camere di commercio hanno realizzato iniziative di formazione che hanno contribuito a formare 1088 conciliatori, di questi 213 specializzati in materia societaria.

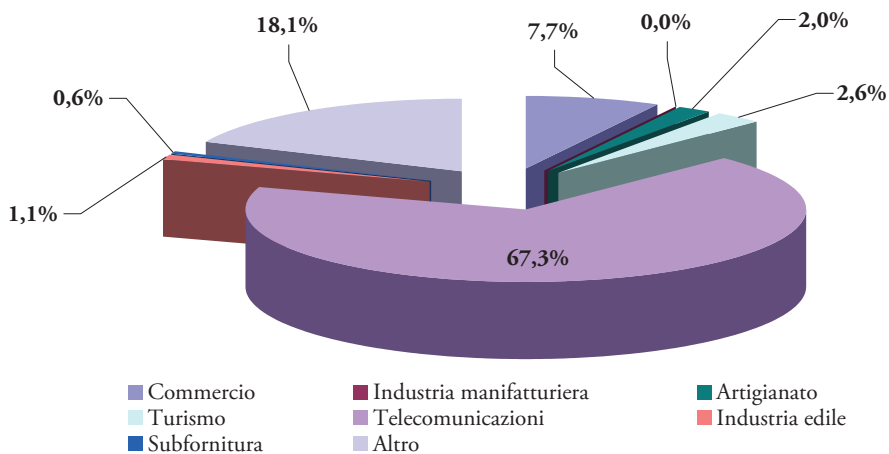
Complessivamente le domande di conciliazione tra imprese e consumatori gestite dalle Camere di commercio riguardavano sostanzialmente i seguenti settori:

Figura 3.9.5. Distribuzione percentuale delle conciliazioni nelle controversie tra imprese per settore



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

Figura 3.9.6. Distribuzione percentuale delle conciliazioni nelle controversie tra imprese e consumatori per settore

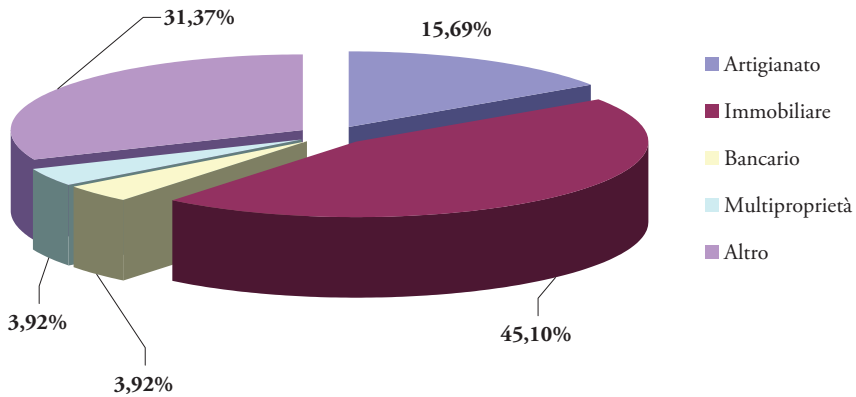


Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

LA PREDISPOSIZIONE DEI CONTRATTI-TIPO E IL CONTROLLO SULLE CLAUSOLE ABUSIVE

Nel 2007, 37 Camere di commercio hanno dichiarato di aver promosso iniziative rivolte a favorire la predisposizione di contratti-tipo, e i settori di riferimento sono stati i seguenti:

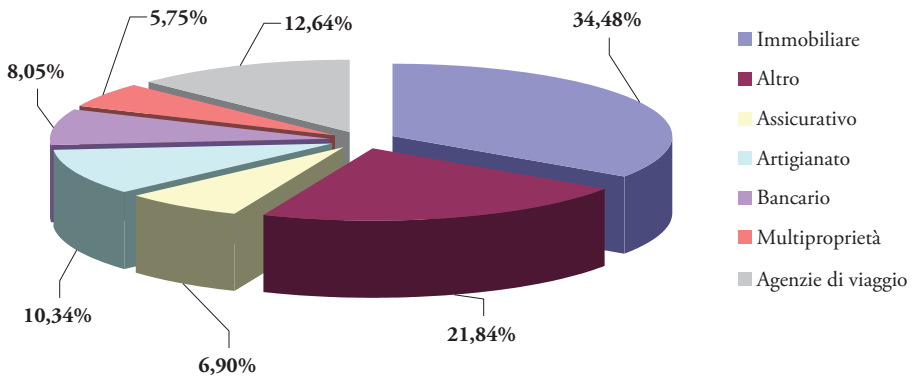
Figura 3.9.7. La distribuzione percentuale dell'attività di controllo dei contratti tipo per settore da parte delle Camere di commercio



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

43 Camere, invece, hanno attivato nel 2007 procedure di controllo sull'utilizzo di clausole inique nei contratti relativi ai seguenti settori:

Figura 3.9.8. La distribuzione percentuale dell'attività di controllo delle clausole inique per settore da parte delle Camere di commercio



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2008

NOTA METODOLOGICA

Il “Rapporto sul sistema camerale 2008 – abstract” è stato realizzato attraverso la raccolta di un complesso di informazioni relative a strutture e servizi delle Camere di commercio, aggiornate al 31/12/2007.

Il questionario, aperto alla compilazione *on-line* dal 1° aprile al 5 maggio 2008 attraverso il sito www.unioncamere.net, è articolato in 17 schede (in tabella si riporta il dettaglio del numero di Camere di commercio che hanno risposto).

La rilevazione ha riguardato 103 Camere di commercio, con l'esclusione della neo-costituita Camera di Monza e Brianza.

Camere di commercio		103
Camere di commercio che hanno compilato il questionario		102¹
Numero scheda	Denominazione	Dettaglio delle Cdc che hanno risposto a ciascuna scheda
1	Organi	99 ²
2	Organizzazione	96
3	Personale	103 ³
4	E-Government	98
5	Internazionalizzazione	102
7	Promozione delle filiere	97
8	Finanza	96
9	Partecipazioni camerali	101
10	Innovazione	93
11	Ambiente	95
12	Promozione nuove imprese	93
13	Progettazione comunitaria	95
14	Turismo e cultura	97
17	Regolazione del mercato	89
1	Rispetto alle 103 Camere di commercio, non risultano pervenuti i dati di Agrigento.	
2	Alla data della rilevazione quattro Camere di commercio risultano commissariate.	
3	In relazione a questa scheda si è provveduto ad integrare i dati delle Camere che non hanno risposto (2) con le informazioni del 2007.	

