

RAPPORTO 2002  
SUL SISTEMA CAMERALE

Strutture e servizi per l'impresa

**L'ISTANTANEA DEL SISTEMA**



## INTRODUZIONE

di CARLO SANGALLI Presidente dell'Unioncamere 3

### 1.

LA STRUTTURA 5

#### 1.1

LE CAMERE DI COMMERCIO DELLA RIFORMA 6

### 2.

L'AZIONE DI SERVIZIO 23

#### 2.1

I SERVIZI CERTIFICATIVI 24

#### 2.2

IL SOSTEGNO ALL'INTERNAZIONALIZZAZIONE 25

#### 2.3

LA FORMAZIONE PER L'ORIENTAMENTO AL LAVORO E PER LE IMPRESE 29

#### 2.4

LA PROMOZIONE DELLA COMMERCIALIZZAZIONE INTERNA 30

#### 2.5

FINANZA E CREDITO 31

#### 2.6

IL SUPPORTO ALL'INNOVAZIONE 32

#### 2.7

L'ATTENZIONE AL TEMA DELL'AMBIENTE 33

#### 2.8

LA PROMOZIONE DELLA NUOVA IMPRENDITORIALITÀ 34

#### 2.9

IL SOSTEGNO ALLO SVILUPPO DELLE ECONOMIE LOCALI 35

#### 2.10

IL CONTRIBUTO ALLA CONOSCENZA DEL TERRITORIO: STATISTICA,  
STUDI E DOCUMENTAZIONE 38

#### 2.11

L'ATTIVITÀ DI ARBITRATO E CONCILIAZIONE 40

UNIONCAMERE

## INTRODUZIONE

*di Carlo Sangalli*  
*Presidente dell'Unioncamere*

Il Rapporto sul sistema camerale rappresenta l'occasione per rendere conto delle attività realizzate ogni anno dalle Camere di Commercio al servizio delle imprese e, più in generale, dello sviluppo economico del territorio. La nuova veste editoriale, più agile, è stata pensata proprio allo scopo di offrire uno sguardo d'insieme sulle strutture camerali e sulle loro azioni, accompagnato da alcuni specifici focus di approfondimento.

Dall'istantanea che ne risulta, emerge con chiarezza come l'attività della rete camerale, a ben vedere poco caratterizzata dalla routine amministrativa, sia fortemente ancorata alle esigenze delle imprese e dell'economia, in un rapporto sempre più stretto con gli "utenti" finali dei servizi che nasce dalla consapevolezza che la riforma delle competenze, dei livelli e delle forme di governo locale chiama le Camere di Commercio a coniugare tra loro decentramento e semplificazione, ma anche efficienza e coordinamento.

Nella realtà odierna, in cui è una concorrenza di protagonisti collettivi della società ad entrare in gioco nella definizione delle priorità di crescita dei sistemi territoriali, il coinvolgimento diretto nei Consigli e nelle Giunte camerali dei rappresentanti delle imprese, dei lavoratori e dei consumatori valorizza la dimensione istituzionale delle Camere dentro la sfida della democrazia economica. Nell'ambito di questo impegno diffuso di modernizzazione, le nostre istituzioni possono contribuire su alcuni obiettivi strategici per lo sviluppo del Paese, divenuti ormai patrimonio comune:

- il decentramento ed un federalismo moderno che dia spazio alla società;
- un investimento massiccio sulle nuove generazioni, in termini di occupazione, formazione, innovazione alla portata di tutti;
- la flessibilità, intesa come capacità di adattamento dei tempi delle istituzioni a quelli della società e delle imprese;
- un modello di sviluppo basato sulla qualità, che valorizzi in modo equilibrato la nostra vera ricchezza: l'intraprendenza delle piccole e medie imprese, il valore

aggiunto del “made in Italy”, la capacità attrattiva del Paese, la qualità della vita;

■ la competizione globale, che si affronta con sistemi territoriali più forti.

Se riconosciamo un nuovo protagonismo alle istituzioni locali, come “imprenditori collettivi” del territorio, siamo d’altro canto sicuri del fatto che le Camere offrano una carta in più: l’organizzazione a rete, che porta dentro al territorio la dimensione europea ed internazionale. Lo specifico delle Camere è rappresentato proprio da questa capacità di “fare rete”, assicurando l’interazione e la comunicazione tra “locale” e “planetario”. Nel tempo della globalizzazione, infatti, si affermano anche le differenze; differenze di tradizioni culturali, di modelli economici, di sistemi istituzionali.

In un tale contesto, le Camere di Commercio saranno utili davvero se sapranno ricoprire il ruolo – se mi si permette il richiamo calcistico – del mediano; un lavoro spesso oscuro ma che rappresenta l’elemento di congiunzione tra i reparti, il ponte tra istituzioni tradizionali e società; e per far questo dobbiamo continuare a far bene il nostro lavoro, anzi a farlo meglio concentrando le risorse sulle cose veramente importanti.

Non a caso, il presente Rapporto sul sistema camerale riflette priorità programmatiche riconducibili a tre aree d’intervento:

1. l’area delle nuove tecnologie;
2. l’area del capitale sociale e dell’innovazione, come elementi chiave della competitività del sistema economico-produttivo, quindi dalla formazione allo sviluppo del capitale umano;
3. l’area dello sviluppo locale.

*Intendiamo qui dare concreta testimonianza del processo intrapreso – tra tradizione ed innovazione – per valorizzare una identità profonda ed aperta dell’economia diffusa e dare un servizio sempre migliore alle imprese e a tutte le istituzioni impegnate nei processi di sviluppo.*

LA STRUTTURA

1

02

## 1.1

### LE CAMERE DI COMMERCIO DELLA RIFORMA

Le Camere di Commercio sono oggi in Italia un sistema di istituzioni capillarmente diffuso sul territorio, al servizio delle imprese e del mercato.

Istituzioni "autonome", come sancisce la legge 29 dicembre 1993, n.580. Autonome in quanto dotate di potestà statutaria (art. 3 L. 580/93); autonome in quanto ogni Camera è legittimata a darsi un proprio indirizzo "programmatico" sulla base delle priorità strategiche e delle iniziative decise dagli organi rappresentativi dei diversi soggetti economici presenti in quel determinato territorio; autonome, infine, sotto il profilo finanziario.

La legge assegna alle Camere di commercio "funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese" e la cura dello sviluppo del medesimo sistema imprenditoriale. E poiché l'impresa non ha i propri interessi nei confini meramente provinciali, anche le Camere svolgono la propria azione come sistema regionale, nazionale e transnazionale.

Queste funzioni di interesse generale si possono articolare lungo sei macro-categorie:

- funzioni di supporto e promozione degli interessi generali delle imprese;
- funzioni nelle materie amministrative ed economiche relative al sistema delle imprese;
- funzioni di regolazione del mercato (promozione di arbitrati e conciliazioni tra imprese e tra imprese e consumatori, promozione di contratti tipo e controllo della presenza di clausole inique nei contratti);
- funzioni delegate dallo Stato e dalle Regioni;
- funzioni derivanti da convenzioni internazionali;
- funzioni consultive, in particolare nella formulazione di pareri e proposte alle ammini-

Figura 1.1. La mappa del Sistema camerale (2001)

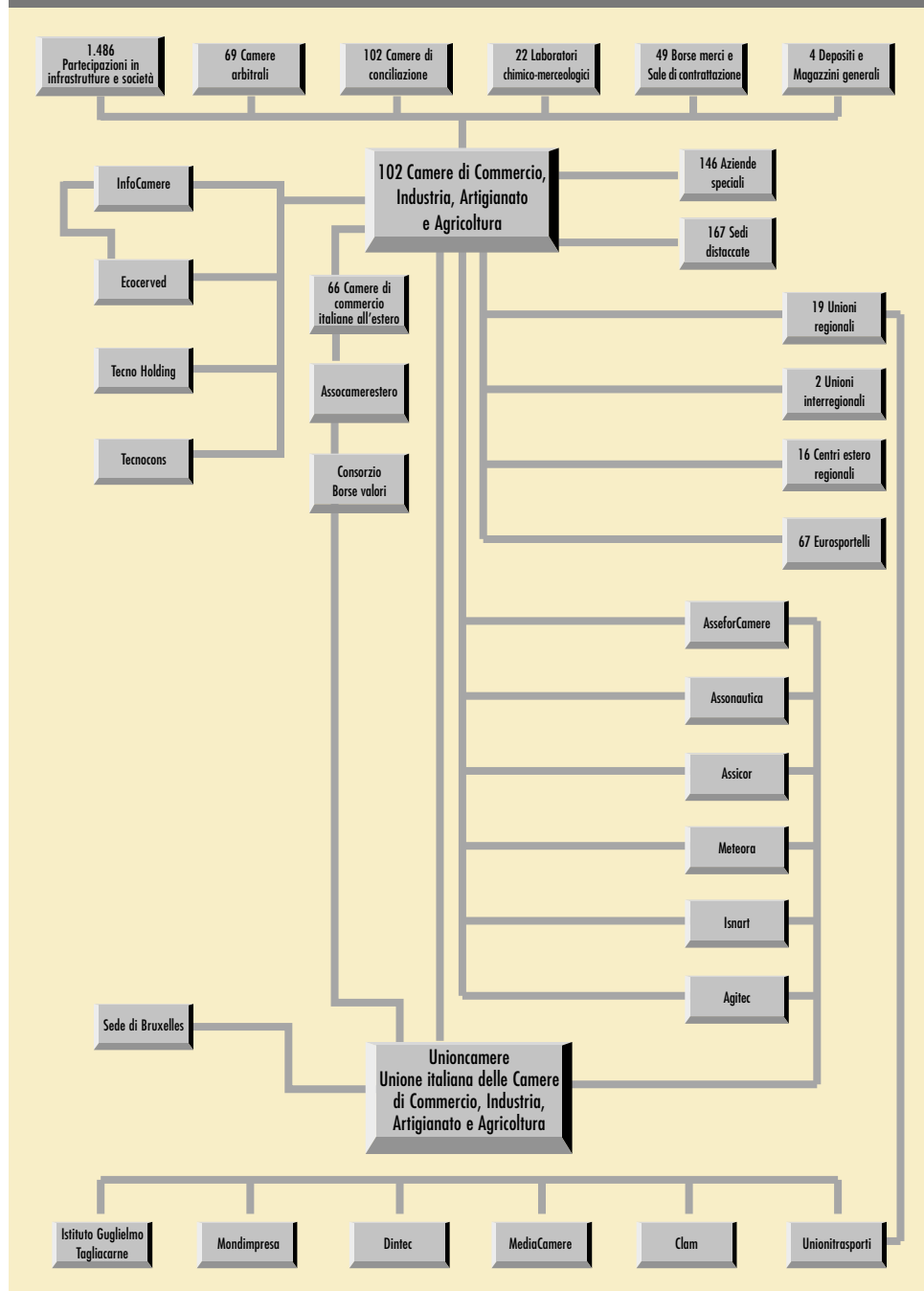
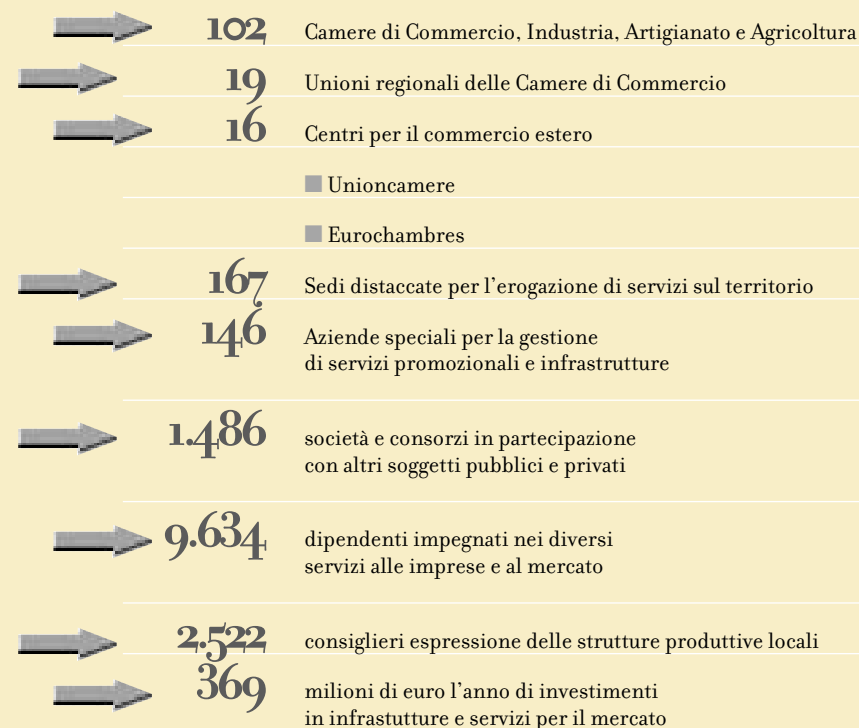


Figura 1.2. Le cifre del Sistema camerale



strazioni dello Stato, alle Regioni ed agli enti locali su problematiche che interessano le imprese.

Trasversalmente, per così dire, a queste macro-categorie si innesta la competenza della gestione del Registro delle imprese, una vera e propria Anagrafe economica con obiettivi di conoscenza e trasparenza del mercato, indispensabile per l'attività economica delle imprese, necessaria alla Pubblica Amministrazione per svolgere in modo efficiente i propri compiti di gestione della cosa pubblica.

Tutto ciò fa delle Camere di Commercio una sorta di "Authority del mercato articolata sul territorio".

Questa prospettiva è ulteriormente avvalorata

dalla natura della legittimazione e, in particolare, dalla forma di governo che le Camere vanno assumendo con l'applicazione della riforma.

Infatti, organo di vertice delle Camere di Commercio è il Consiglio, composto dai rappresentanti di tutti i settori economici rilevanti per la provincia – proporzionalmente al peso economico da essi assunto sul territorio – ma anche da rappresentanti dei sindacati dei lavoratori e delle associazioni dei consumatori. La Camera di Commercio diventa così la casa comune delle imprese e dei diversi attori del mercato.

Al Consiglio camerale spetta approvare e modificare lo Statuto, eleggere il Presidente e la Giunta, approvare il programma pluriennale di

attività, il bilancio preventivo e consuntivo. Dallo Statuto dipenderà la fisionomia di ciascuna Camera in termini di ordinamento e di organizzazione, di forme e modalità di partecipazione.

Il processo di riforma innescato con le leggi 59 e 127 del 1997, la riforma del titolo V della Costituzione ed il nuovo disegno di legge La Loggia hanno dato il via a un processo di profonda trasformazione dei soggetti, delle modalità, degli strumenti dell'azione amministrativa nel nostro ordinamento, che presentava ancora diffusi elementi di rigidità caratteristici di un sistema centralista e burocratico.

Prima con i decreti legislativi approvati in attuazione della c.d. "legge Bassanini", poi con la

riforma del titolo V della Costituzione, sono state trasferite a Regioni, enti locali e autonomie funzionali competenze amministrative rilevanti in molti settori: basti citare, ad esempio, il fondo unico per gli incentivi alle attività produttive, la viabilità e il trasporto pubblico locale, la riforma del commercio, l'istruzione scolastica, le opere pubbliche, l'internazionalizzazione.

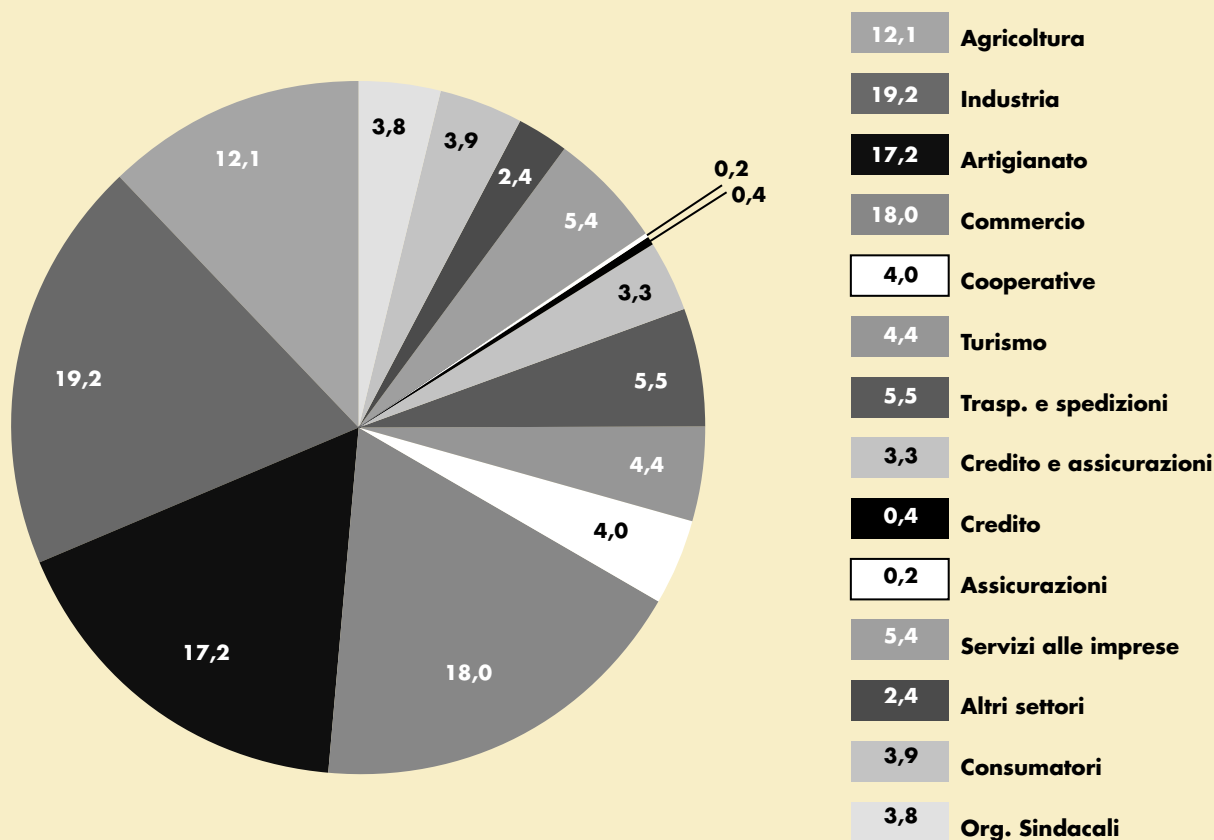
Il sistema camerale sta così vivendo un perio-

do di transizione rapido e profondo, nel quale il tema del rapporto tra imprese e istituzioni (in particolare quelle legate al territorio) deve acquisire maggiore centralità all'interno del dibattito politico e istituzionale generale. La riforma delle competenze dei livelli e delle forme di governo locale deve sempre più ancorarsi alle esigenze delle imprese e dell'economia, coniugando decentramento e semplificazione. Relativamente alle istituzioni de-

centrate di governo del territorio, le Camere costituiscono un interlocutore autorevole in tre passaggi fondamentali:

- l'impostazione e l'approfondimento delle scelte di programmazione;
- la concertazione degli interventi per lo sviluppo tra i soggetti pubblici, le associazioni delle imprese e i sindacati dei lavoratori;
- la ricognizione delle esigenze di semplificazione delle imprese e l'individuazione

*Grafico 1.1. Le Camere di Commercio come espressione delle strutture produttive locali: la presenza dei settori economici nei Consigli delle CCIAA (distribuzione % effettiva dei membri al 30 giugno 2002)*





delle conseguenti risposte.

Si delinea dunque un riposizionamento del ruolo che valorizza alcune caratteristiche peculiari del sistema camerale, fortemente impegnato sia a rimodellare in modo innovativo ruoli e competenze tradizionali, sia a impiantare o a rinsaldare recenti attribuzioni e funzioni delegate: l'operare in rete con un forte radicamento nel territorio; la disponibilità di raccordi con strutture presenti nelle diverse aree del mondo (dal livello comunitario fino alle comunità più lontane dove sono presenti le Camere di Commercio italiane all'estero); la tradizionale accumulazione di conoscenze e informazioni sui territori e sulle economie locali.

La elaborazione delle strategie di un sistema complesso, come quello delle Camere di Commercio, richiede un lavoro ampio di consultazione, unito ad una forte capacità di selezione e sintesi delle linee che meglio possono caratterizzare l'azione dei singoli soggetti che operano nel sistema stesso

Cinque quindi i filoni che appaiono strategici:

- l'assetto del sistema camerale nella evoluzione istituzionale che si articola nel decentramento in atto e nel federalismo futuro, e che comprende aspetti di visione complessiva ed azioni sul territorio;
- la funzione delle Camere nelle logiche produttive della nuova economia, che stanno riconfigurando le imprese ed i settori economici;
- il posizionamento nelle dinamiche della globalizzazione e dell'Unione europea;
- l'azione a favore della crescita del capitale sociale delle imprese e dell'amministrazione;
- il futuro della collaborazione tra Camere ed associazionismo, che caratterizza la nuova stagione del sistema voluto dalla legge di riforma.

## 1.2.

### IL PERCORSO DELLA RIFORMA COSTITUZIONALE

Come è noto, la legge costituzionale n.3/2001 di riforma del titolo V – approvata dopo un lungo e travagliato iter – non contiene alcun riferimento alle autonomie funzionali.

È un testo, però, che si è venuto a collocare in una linea di totale discontinuità sia rispetto all'evoluzione legislativa e giurisprudenziale, sia rispetto al processo di riforma costituzionale sviluppatosi nella passata legislatura. Si tratta di passaggi importanti che meritano di essere ricordati.

Poco prima della riforma del titolo V la posizione delle istituzioni camerali nel quadro costituzionale era stata chiaramente delineata dalla sentenza della Corte costituzionale n.477/2000. Tale sentenza, infatti, aveva da un lato espressamente qualificato la Camera di Commercio come "ente pubblico locale dotato di autonomia funzionale", e dall'altro aveva precisato che tale ente "entra a pieno titolo, formandone parte costitutiva, nel sistema dei poteri locali, secondo lo schema dell'art. 118 della Costituzione". L'intervento della Corte era stato particolarmente importante perché aveva bocciato drasticamente alcune letture riduttive del ruolo delle Camere che, soprattutto nel passato, erano state avanzate.

Sotto l'aspetto legislativo, la valorizzazione delle Camere di Commercio, ed il riconoscimento delle autonomie funzionali, avviato dalla legge di riforma n.580/1993, aveva avuto la sua più importante realizzazione con la legge n.59/1997.

La legge sul decentramento amministrativo è stata a questo proposito fondamentale anzitutto perché ha tenuto a battesimo – per la prima volta a livello di legislazione positiva – la categoria delle autonomie funzionali, individuate nelle Università e nelle Camere di Commercio.

Per le autonomie funzionali era stata perciò introdotta una norma di salvaguardia, che aveva sottratto espressamente le competenze da loro esercitate alla generale riallocazione di funzioni tra centro e periferia.

La legge 59/1997 è stata importante anche per avere segnato il superamento di una visione dell'ordinamento centrata esclusivamente sugli enti territoriali, omogenei in quanto tutti legati al circuito della rappresentanza politica ed alla mediazione partitica. La legge aveva infatti precisato che il criterio della prossimità, in base al quale scegliere l'ente da preferire, andasse inteso non soltanto in senso territoriale, ma anche in senso funzionale: questo significava che, ad esempio, per gli imprenditori di un comune l'istituzione più "vicina" non è il Comune, ma la Camera di Commercio, quale ente esponenziale della comunità parziale degli imprenditori.

Il rilievo attribuito alle autonomie funzionali dalla legge n. 59/1997 fu successivamente confermato anche nei lavori della Commissione Bicamerale chiamata a predisporre il progetto di riforma della parte seconda della Costituzione.

Difatti tanto il progetto iniziale della Commissione che quello definitivo approvato nel novembre del 1997, con scelta fortemente innovativa rispetto alla disciplina costituzionale

Tabella 1.1. La distribuzione effettiva dei membri dei Consigli delle CCIAA al 30 giugno 2002

CCIAA	AGRICOLTURA	INDUSTRIA	ARTIGIANATO	COMMERCIO	COOPERATIVE	TURISMO	TRASPORTI E SPEDIZIONI	CREDITO E ASSICURAZIONI	CREDITO	ASSICURAZIONI	SERVIZI ALLE IMPRESE	ALTRI SETTORI	TOTALE	CONSUMATORI	ORG. SINDACALI	TOTALE COMPLESSIVO
Agrigento (1)	6	3	3	6	1	1	2	1	0	0	1	3	27	1	1	29
Alessandria	3	6	5	5	1	1	2	1	0	0	1	0	25	1	1	27
Ancona (2)	3	5	5	5	1	1	2	1	0	0	1	1	25	1	1	27
Arezzo	2	4	5	3	1	1	1	1	0	0	2	0	20	1	1	22
Ascoli Piceno (3)	3	6	6	4	1	1	1	1	0	0	1	1	25	1	1	27
Asti	4	4	4	3	1	1	1	1	0	0	1	0	20	1	1	22
Avellino	4	4	4	4	1	1	1	0	0	0	1	0	20	1	1	22
Bari	4	6	5	8	1	1	2	1	0	0	2	0	30	1	1	32
Belluno (4)	2	5	5	3	1	2	1	0	0	0	1	0	20	1	1	22
Benevento	6	3	3	4	1	1	1	0	0	0	1	0	20	1	1	22
Bergamo (5)	1	9	8	5	1	1	1	0	1	0	0	3	30	1	1	32
Biella	1	6	4	3	1	1	1	1	0	0	2	0	20	1	1	22
Bologna	2	7	5	6	1	1	3	0	1	1	3	0	30	1	1	32
Brescia	3	8	8	5	1	1	1	1	0	0	2	0	30	1	1	32
Brindisi	6	5	3	5	1	1	2	1	0	0	1	0	25	1	1	27
Cagliari (6)	3	5	3	6	1	1	2	1	0	0	2	1	25	1	1	27
Caltanissetta (7)	3	4	2	4	1	1	1	1	0	0	1	2	20	1	1	22
Campobasso (8)	5	4	3	3	1	1	1	1	0	0	0	1	20	1	1	22
Caserta (9)	4	6	3	6	1	1	1	0	1	0	1	1	25	1	1	27
Catania (10)	4	4	4	8	1	1	2	0	1	0	2	3	30	1	1	32
Catanzaro	3	3	3	5	1	1	2	1	0	0	1	0	20	1	1	22
Chieti (11)	5	6	4	4	1	1	1	1	0	0	1	1	25	1	1	27
Como	1	8	6	4	1	1	1	1	0	0	2	0	25	1	1	27
Cosenza	4	4	4	6	1	1	2	1	0	0	1	1	25	1	1	27
Cremona	3	4	5	3	1	1	1	1	0	0	1	0	20	1	1	22
Crotone (12)	4	3	2	5	1	1	1	1	0	0	1	1	20	1	1	22
Cuneo	6	7	6	5	1	1	1	0	1	0	2	0	30	1	1	32
Enna (13)	4	3	3	4	1	1	1	1	0	0	1	3	22	1		23
Ferrara (14)	5	4	5	4	1	1	1	1	0	0	2	1	25	1	1	27
Firenze (15)	2	6	6	6	1	2	2	0	1	0	3	1	30	1	1	32
Foggia (16)	6	3	3	5	1	1	2	1	0	0	1	2	25	1	1	27
Forlì - Cesena	4	4	6	4	2	2	1	1	0	0	1	0	25	1	1	27
Frosinone	2	7	3	4	1	1	1	0	0	0	1	0	20	1	1	22
Genova (17)	1	5	4	7	1	1	3	0	1	1	3	3	30	1	1	32
Gorizia (18)	2	5	3	4	1	1	2	1	0	0	1	0	20	1	1	22
Grosseto (19)	4	2	4	4	1	1	1	1	0	0	1	1	20	1	1	22
Imperia	4	2	3	5	1	2	1	1	0	0	1	0	20	1	1	22
Isernia	4	4	4	3	1	1	1	1	0	0	1	0	20	1	1	22

Tabella 1.1. La distribuzione effettiva dei membri dei Consigli delle CCIAA al 30 giugno 2002 (segue)

CCIAA	AGRICOLTURA	INDUSTRIA	ARTIGIANATO	COMMERCIO	COOPERATIVE	TURISMO	TRASPORTI E SPEDIZIONI	CREDITO E ASSICURAZIONI	CREDITO	ASSICURAZIONI	SERVIZI ALLE IMPRESSE	ALTRI SETTORI	TOTALE	CONSUMATORI	ORG. SINDACALI	TOTALE COMPLESSIVO
La Spezia (20)	1	4	3	5	1	1	2	1	0	0	1	1	20	1	1	22
L'Aquila	3	5	3	4	1	1	1	1	0	0	1	0	20	1	1	22
Latina (21)	4	6	3	5	1	1	1	0	1	1	1	1	25	1	1	27
Lecce	7	4	5	6	2	1	1	1	0	0	2	1	30	1	1	32
Lecco (22)	1	6	5	3	1	1	1	0	0	0	2	0	20	1	1	22
Livorno	2	4	3	5	1	1	2	1	0	0	1	0	20	1	1	22
Lodi	2	5	4	3	1	1	1	1	0	0	2	0	20	1	1	22
Lucca	2	6	6	6	1	1	1	1	0	0	1	0	25	1	1	27
Macerata (23)	3	4	5	3	1	1	1	0	0	0	1	1	20	1	1	22
Mantova	4	6	6	4	1	1	1	1	0	0	1	0	25	1	1	27
Massa Carrara (24)	1	4	4	5	1	1	1	1	0	0	1	1	20	1	1	22
Matera (25)	5	3	3	3	1	1	1	1	0	0	1	1	20	1	1	22
Messina (26)	3	4	4	6	1	1	2	1	0	0	2	1	25	1	1	27
Milano	1	9	4	6	1	1	2	2	0	0	4	0	30	1	1	32
Modena	3	7	6	4	1	1	1	1	0	0	1	0	25	1	1	27
Napoli	3	7	3	9	1	1	3	1	0	0	2	0	30	1	1	32
Novara	1	6	4	4	1	1	1	1	0	0	1	0	20	1	1	22
Nuoro	4	3	4	4	1	1	1	1	0	0	1	0	20	1	1	22
Oristano (27)	4	2	4	4	1	1	1	1	0	0	1	1	20	1	1	22
Padova	3	6	7	6	1	1	2	1	0	0	3	0	30	1	1	32
Palermo (28)	3	4	4	6	1	1	2	0	1	0	2	3	27	1	0	28
Parma	3	6	5	4	1	1	2	1	0	0	2	0	25	1	1	27
Pavia	3	6	5	5	1	1	1	1	0	0	2	0	25	1	1	27
Perugia	3	5	6	5	1	1	1	1	0	0	2	0	25	1	1	27
Pesaro e Urbino (29)	3	5	6	4	1	1	1	1	0	0	2	1	25	1	1	27
Pescara (30)	2	4	3	5	1	1	1	1	0	0	1	1	20	1	1	22

Tabella 1.1. La distribuzione effettiva dei membri dei Consigli delle CCIAA al 30 giugno 2002 (segue)

CCIAA	AGRICOLTURA	INDUSTRIA	ARTIGIANATO	COMMERCIO	COOPERATIVE	TURISMO	TRASPORTI E SPEDIZIONI	CREDITO E ASSICURAZIONI	CREDITO	ASSICURAZIONI	SERVIZI ALLE IMPRESE	ALTRI SETTORI	TOTALE	CONSUMATORI	ORG. SINDACALI	TOTALE COMPLESSIVO
Piacenza	3	5	4	3	1	1	1	1	0	0	1	0	20	1	1	22
Pisa	1	5	4	4	1	1	1	1	0	0	2	0	20	1	1	22
Pistoia (31)	1	3	5	4	1	1	1	1	0	0	1	2	20	1	1	22
Pordenone (32)	3	6	4	3	1	0	1	1	0	0	1	0	20	1	1	22
Potenza	4	4	4	3	1	1	1	1	0	0	1	0	20	1	1	22
Prato	1	5	6	3	1	1	1	1	0	0	1	0	20	1	1	22
Ragusa (33)	5	2	3	5	1	1	1	0	0	0	2	2	22	1	1	24
Ravenna	4	4	5	4	2	1	2	1	0	0	2	0	25	1	1	27
Reggio Calabria (34)	5	3	3	6	1	1	3	1	0	0	1	1	25	1	1	27
Reggio Emilia	3	6	6	4	1	1	1	1	0	0	2	0	25	1	1	27
Rieti	3	4	4	4	1	1	1	1	0	0	1	0	20	1	1	22
Rimini (35)	1	3	4	4	1	2	1	1	0	0	2	1	20	1	1	22
Roma	1	5	3	7	1	2	4	2	0	0	5 (*)	0	25	1	1	27
Rovigo (36)	4	3	5	3	1	1	1	1	0	0	0	1	20	1	1	22
Salerno (37)	5	5	5	7	1	2	2	1	0	0	1	1	30	1	1	32
Sassari	3	4	5	5	1	2	2	1	0	0	2	0	25	1	1	27
Savona (38)	1	3	4	4	1	2	1	1	0	0	2 (**)	1	18	1	1	20
Siena (39)	2	4	4	4	1	1	1	1	0	0	1	1	20	1	1	22
Siracusa (40)	3	4	3	4	1	1	1	1	0	0	1	3	22	1	1	24
Sondrio	2	4	5	3	1	2	1	1	0	0	1	0	20	1	1	22
Taranto (41)	5	6	3	5	1	1	1	1	0	0	1	1	25	1	1	27
Teramo (42)	3	5	4	3	1	1	1	1	0	0	0	1	20	1	1	22
Terni (43)	2	4	4	4	1	1	1	1	0	0	1	1	20	1	1	22
Torino	1	9	5	6	1	1	2	0	1	1	3	0	30	1	1	32
Trapani (44)	6	3	4	5	1	1	1	1	0	0	1	2	25	1	1	27
Treviso (45)	3	8	7	5	1	1	1	1	0	0	2	1	30	1	1	32
Trieste	1	3	2	5	1	1	3	0	1	1	2	0	20	1	1	22
Udine	3	5	5	4	1	2	2	1	0	0	2	0	25	1	1	27
Varese	2	8	6	4	1	1	1	1	0	0	1	0	25	1	1	27
Venezia	3	6	6	6	1	2	3	1	0	0	2	0	30	1	1	32
Verbano C. Ossola (46)	1	5	5	3	1	2	1	1	0	0	1	0	20	1	1	22
Vercelli	2	5	4	4	1	1	1	1	0	0	1	0	20	1	1	22
Verona (47)	4	7	6	5	1	1	2	1	0	0	2	1	30	1	1	32
Vibo Valentia (48)	6	3	2	4	1	2	1	1	0	0	0	0	20	1	1	22
Vicenza (49)	2	9	7	5	1	1	1	1	0	0	2	1	30	1	1	32
Viterbo	6	4	4	5	1	1	2	1	0	0	1	0	25	1	1	27
<b>Totale: V.A.</b>	<b>306</b>	<b>484</b>	<b>434</b>	<b>453</b>	<b>102</b>	<b>112</b>	<b>139</b>	<b>83</b>	<b>11</b>	<b>5</b>	<b>136</b>	<b>61</b>	<b>2.326</b>	<b>99</b>	<b>97</b>	<b>2.522</b>
<b>Totale: Valori %</b>	<b>12,1</b>	<b>19,2</b>	<b>17,2</b>	<b>18,0</b>	<b>4,0</b>	<b>4,4</b>	<b>5,5</b>	<b>3,3</b>	<b>0,4</b>	<b>0,2</b>	<b>5,4</b>	<b>2,4</b>	<b>92,2</b>	<b>3,9</b>	<b>3,8</b>	<b>100,0</b>

Tabella 1.1. La distribuzione effettiva dei membri dei Consigli delle CCIAA al 30 giugno 2002

## LEGENDA DEGLI ALTRI SETTORI E ACCORPAMENTI

1 Agrigento: 1 Pesca, 2 Provincia Regionale	il settore della Pesca è stato accorpato con quello delle Cooperative
2 Ancona: Attività portuali	27 Oristano: Pesca
3 Ascoli Piceno: Pesca	28 Palermo: 1 Pesca, 2 Provincia Regionale
4 Belluno: nel settore dei Trasporti e Spedizioni sono accorpate anche il settore del Credito e quello delle Assicurazioni	29 Pesaro e Urbino: Pesca
5 Bergamo: Assicurazioni + Servizi Imprese	30 Pescara: Pesca
6 Cagliari: 1 Pesca	31 Pistoia: 1) Termalismo; 2) Vivaismo piante ornamentali
7 Caltanissetta: 1 Pesca e 1 Assistenza sociale	32 Pordenone : il settore del turismo e dei trasporti e spedizioni sono stati accorpate
8 Campobasso: accorpate Credito, Assicurazioni e Servizi; Altri settori: Pesca	33 Ragusa: Provincia Regionale
9 Caserta: Pesca	34 Reggio Calabria: Attività marittime
10 Catania: 1 Pesca e 2 Servizi alla persona e Assicurazioni	35 Rimini: altri servizi pubblici sociali e personali
11 Chieti: Marittimo	36 Rovigo: Pesca
12 Crotone: Pesca	37 Salerno: Attività marittima e portuale
13 Enna: 2 Provincia Regionale e 1 Smaltimento e raccolta rifiuti solidi	38 Savona: Marittimo-portuale
14 Ferrara: Pesca	39 Siena: Settore biotecnologie
15 Firenze: Moda	40 Siracusa: 2 Provincia Regionale; 1 Commercio Estero
16 Foggia: Attività marittime	41 Taranto: Attività marittime
17 Genova: 1) Florovivaismo; 2) Commercio estero; 3) Marittimo, portuale, logistico	42 Teramo: relativamente alla categoria altri settori si riferisce al settore pesca
18 Gorizia: il settore dei Trasporti e spedizioni è stato accorpato con quello di nuova costituzione delle Attività marittime	43 Terni: Servizi alle Persone
19 Grosseto: Attività marittime	44 Trapani: 1 Pesca e 1 Attività marittime e portuali
20 La Spezia: Nautica da diporto	45 Treviso: Attività ricreative, culturali e sportive
21 Latina: Pesca	46 Verbano Cusio Ossola: Membro unico per il settore dei servizi alle imprese e gli altri settori
22 Lecco: Servizi alle imprese	47 Verona: Manifestazioni fieristiche
23 Macerata: Pesca; il settore dei Servizi alle imprese è stato	48 Vibo Valentia: il settore dei servizi è stato accorpato con credito e assicurazioni
24 Massa Carrara: Porto	49 Vicenza: Commercio Estero
25 Matera: Commercio con l'estero	
26 Messina: Servizi alle persone (per gli altri settori);	

*N.B.: Nell'elaborazione non sono state inserite le CdC di Trento e Bolzano i cui Consigli camerali sono ripartiti in maniera differente secondo una normativa regionale*

originaria, avevano previsto un espresso riconoscimento delle autonomie funzionali. "La legge garantisce le autonomie funzionali" fu la formula che avrebbe sancito l'ingresso delle autonomie funzionali nella nuova carta costituzionale.

Come è noto, lo speciale procedimento di revisione costituzionale della Bicamerale si interruppe. Si ripartì invece da un disegno di legge costituzionale, che limitava l'ipotesi di riforma al solo titolo V della Costituzione.

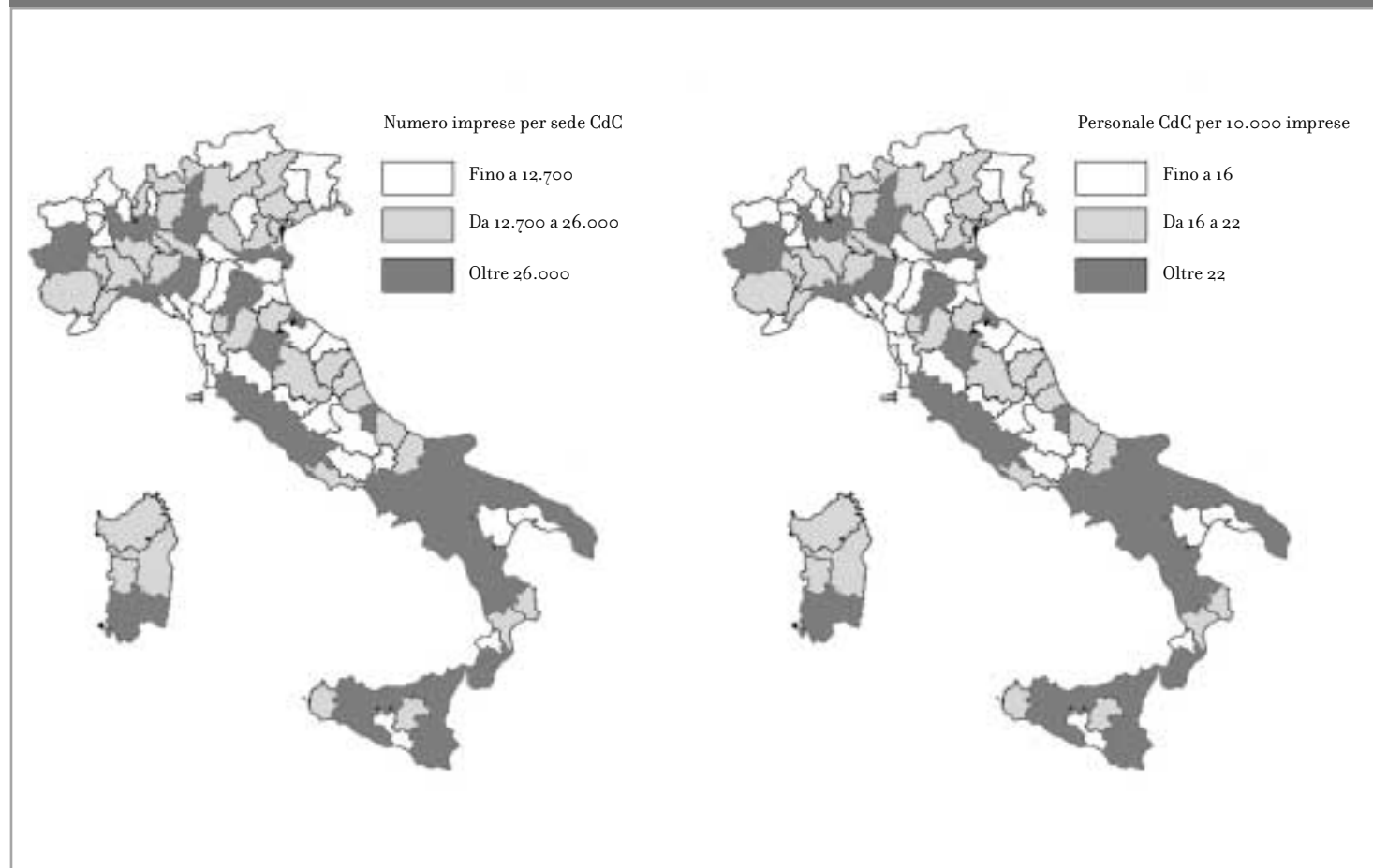
Il progetto di riforma diventava quindi meno ambizioso, ma ciò non impedì che fosse comunque recuperata una disposizione di salvaguardia delle autonomie funzionali. L'articolo 114 del testo unificato licenziato dalla Commissione Affari costituzionali della Camera dei Deputati riprendeva, infatti, il tema della garanzia delle autonomie funzionali, prevedendo al primo comma che "La Repubblica è costituita dai Comuni, dalle Province o Città metropolitane, dalle Regioni e dallo Stato. La legge ga-

rantisce le autonomie funzionali".

Da questo momento in poi, per le autonomie funzionali e le Camere di Commercio, si è però verificata una inversione di tendenza.

La riforma del titolo V definitivamente approvata (legge cost. n.3/2001) difatti, se da un lato ha visto venir meno ogni riferimento alle autonomie funzionali, dall'altro ha anche segnato la scomparsa dall'articolo 118 della categoria degli "altri enti locali" in cui le Camere di Commercio erano decisamente ricomprese.

**Figura 1.3. Rapporto tra presenza di imprese/sedi camerali (principali e distaccate) e presenza di personale/camerale e imprese (31 dicembre 2001)**



La riforma ha quindi segnato un ripensamento in un percorso, ormai positivamente avviato, per un vero arricchimento istituzionale del nostro ordinamento. In questo senso, sono stati evidenziati alcuni elementi di critica alla riforma:

■ le istituzioni territoriali sono viste come l'unica possibile modalità di governo, grazie ad una ricollocazione dei poteri che ha coinvolto soltanto le istituzioni espressione di

comunità generali territoriali, ed ha dimenticato tutte le altre realtà;

■ si è interrotto un processo di rinnovamento istituzionale, iniziato negli ultimi anni, impostato sul riequilibrio tra pubblico e privato e sulla riconfigurazione "dal basso" del sistema e delle istituzioni;

■ si è proposta una concezione poco aperta della statualità, che trascura il ruolo dell'associazionismo e del privato organizzato e ri-

*Tabella 1.2. Partecipazione delle Unioni regionali in enti e società a rilevanza economica in ambito regionale*

UNIONI	SOCIETÀ ED ENTI PARTECIPATI	TOTALE
ABRUZZO		/
BASILICATA		/
	CALABRIA BIC Calabria	1
CAMPANIA	SOVAGRI Scpa	1
EMILIA ROMAGNA	AGENZIA POLO CERAMICO Scpa; IG STUDENTS Spa	2
FRIULI V.G.		/
LAZIO	AGROQUALITÀ	1
LIGURIA	T.I.BRE; LIGUR CAPITAL; FINANZIARIA LIGURE SVILUPPO ECONOMICO; BIC Liguria; AGROQUALITÀ; ISNART	6
LOMBARDIA	AGENZIA PER LA CINA Srl; CESTEC Spa; CENTRO TESSILE COTONIERO ED ABBIGLIAMENTO Spa; FEDERFIDI LOMBARDA Srl; LOMBARDIA INFORMATICA Spa; SVI LOMBARDIA Spa	6
MARCHE	AGENZIA REGIONALE RIUTILIZZO, RICICLO e RECUPERO RIFIUTI; SVILUPPO MARCHE Spa	2
MOLISE	GAL Molise	1
PIEMONTE	EUROFIDI; INFOTUR EUROPE Srl; MKTP Marketing Territoriale Srl; MONTEROSA 2000 Spa; OpeNNet Spa; TEXILIA Spa;	6
PUGLIA		/
SARDEGNA		/
SICILIA		/
TOSCANA	FIDITOSCANA	1
TRENTINO A. A.		/
UMBRIA	CENTRO ITALIANO STUDI SUPERIORI SUL TURISMO	1
VENETO	VENETO INNOVAZIONE Spa	1
<b>TOTALE</b>		<b>29</b>

duce la sussidiarietà ad un'idea fondata solo sulla prossimità territoriale, dimenticando la dimensione funzionale;

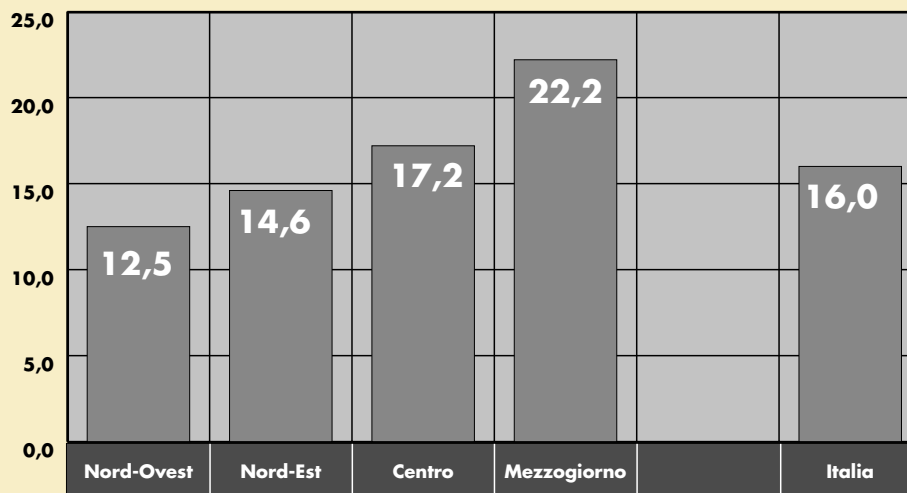
■ ha segnato un'inversione di tendenza rispetto ai principali paesi europei, anche ad ordinamento federale e regionale (come Germania, Spagna, Austria), in cui vi è un chiaro ruolo delle Camere di Commercio in una logica di sussidiarietà con le istituzioni nazionali e locali.

Oggi, dopo che dalla definitiva approvazione della legge costituzionale è ormai passato più di un anno, il quadro è comunque tutt'altro che definito: problemi interpretativi tuttora aperti, passaggi di attuazione da realizzare, ipotesi di ulteriori riforme e di "riforma della riforma" in cantiere. È in questo scenario, ancora in pieno movimento, che vanno pertanto analizzati le azioni e gli interventi promossi in questi mesi dall'Unioncamere per prevedere il riconoscimento del ruolo che può essere svolto dalle autonomie funzionali.

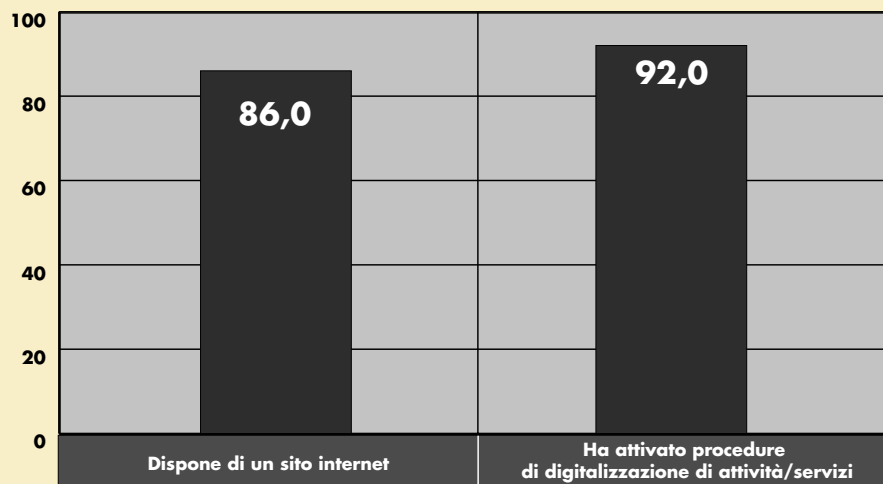
Anzitutto si è constatato che l'esigenza di un recupero delle autonomie funzionali appare assai condivisa a livello politico: nel corso dei molteplici incontri, avuti tanto con importanti esponenti del Governo che con i membri del Parlamento, si è quindi potuta riscontrare notevole attenzione alle istanze sollecitate dal sistema camerale.

A partire dal Presidente del Consiglio Berlusconi (che, nel messaggio inviato per il centenario dell'Unioncamere, ha espresso l'auspicio che, nella riforma dello Stato da realizzarsi attraverso la devolution, "il testo costituzionale possa tenere conto anche delle autonomie funzionali a cui le Camere di Commercio appartengono") sino ad arrivare al Ministro per le riforme istituzionali Bossi (che, in sede di audizione dinanzi alla I Commissione del Senato, ha valutato positivamente l'innovazione rappresentata dalle autonomie funzionali, dichiarando di volersi impegnare "al fine di dare at-

*Grafico 1.2. L'avvicinamento delle Camere di Commercio al territorio: la crescita delle sedi distaccate (variazione % 1998-2001)*



*Grafico 1.3. Iniziative di semplificazione amministrativa e accesso digitale ai servizi attivate dalle CCIAA al 2001 (valori %)*





tuazione a tali innovazioni e di migliorarle per quanto possibile”). Un altro passaggio significativo si è avuto con una importante iniziativa assunta nel dicembre 2001 dalle principali confederazioni imprenditoriali. Le associazioni si sono infatti trovate d'accordo nel richiedere, in un documento congiunto, che in questa fase di transizione verso il nuovo assetto istituzionale venga salvaguardato e valorizzato il ruolo delle Camere di Commercio, domandando, di conseguenza, di assicurare la partecipazione degli enti camerali ai principali orga-

nismi di raccordo e coordinamento tra lo Stato, le Regioni e le altre Autonomie. L'Unioncamere ha poi potuto esprimere la propria posizione a favore di efficaci garanzie per le autonomie funzionali il 16 gennaio 2002 nel corso dell'audizione dinanzi alla Commissione Affari costituzionali del Senato, nel quadro dell'indagine sugli effetti della legge costituzionale n. 3/2001. In quell'occasione, sono stati toccati diversi aspetti importanti per il tipo di ordinamento che si va costruendo, quali il pluralismo istituzionale e la sussidiarietà orizzontale, le

ambiguità della nuova disciplina e la necessità di un intervento chiarificatore. Tra l'altro anche le confederazioni imprenditoriali – anch'esse audite – hanno ribadito le stesse esigenze alla Commissione, sottolineando ancora di più come il riconoscimento costituzionale delle Camere di Commercio sia un'esigenza fortemente avvertita dall'intero sistema delle imprese.

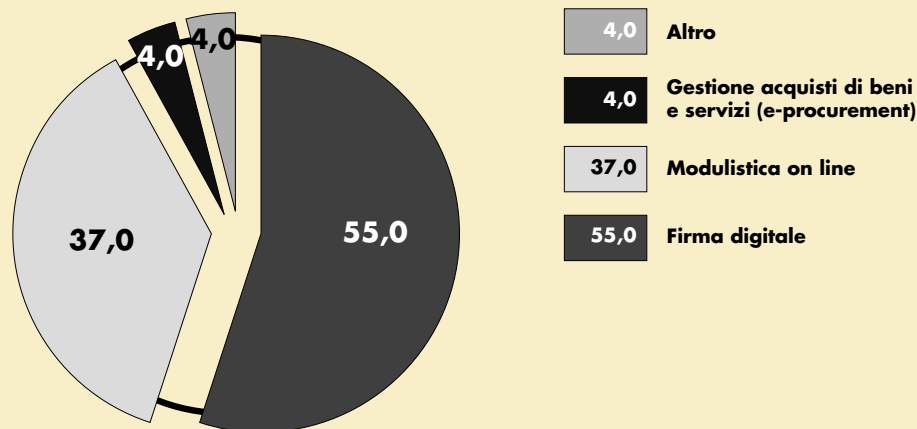
Un ulteriore passaggio, più recente, che va segnalato riguarda il disegno di legge del ministro La Loggia, per adeguare l'ordinamento alle riforme della legge cost. n.3/2001, approvato dal Consiglio dei Ministri ed attualmente all'esame del Parlamento. In particolare nell'articolo 4 – che dà attuazione al nuovo art.118 della Costituzione sull'esercizio delle funzioni amministrative – viene stabilito che Stato e Regioni devono ridistribuire le funzioni amministrative (in base ai principi di sussidiarietà, differenziazione ed adeguatezza) tra Province, Città metropolitane, Regioni e Stato quando sia necessario assicurare unitarietà di esercizio, attribuendo ai Comuni tutte le altre funzioni, e tutto ciò “tenendo conto delle attribuzioni degli enti di autonomia funzionale”. Si tratta di una disposizione importante almeno sotto tre punti di vista:

■ anzitutto perché riconosce che all'interno del nuovo quadro costituzionale, accanto a Stato, Regioni, Province, Città metropolita-

Figura 1.4. Le risorse umane del Sistema camerale nel 2001

→	9.634	dipendenti in servizio nel sistema così ripartiti
→	8.230	nella Camera di Commercio
→	988	nelle Aziende Speciali
→	246	nelle Unioni Regionali
→	93	in Agenzie partecipate
→	77	in Unioncamere

Grafico 1.4. Camere di Commercio ed e-government: gli ambiti di sperimentazione delle attività di digitalizzazione delle attività/servizi (valori %)



**Tabella 1.3. Le strutture istituzionali delle Camere di commercio nel 2001**

Strutture	Nord-Ovest	Nord-Est	Centro	Mezzogiorno	Totale
	<i>valori assoluti</i>				
Borsa merci	5	7	5	1	18
Sala di contrattazione	16	9	5	1	31
Camera arbitrale	11	19	18	21	69
Laboratorio chimico-merceologico	4	6	3	9	22
Depositi/magazzini	0	3	0	1	4
	<i>% di riga</i>				
Borsa merci	27,8	38,9	27,8	5,6	100,0
Sala di contrattazione	51,6	29,0	16,1	3,2	100,0
Camera arbitrale	15,9	27,5	26,1	30,4	100,0
Laboratorio chimico-merceologico	18,2	27,3	13,6	40,9	100,0
Depositi/magazzini	0,0	75,0	0,0	25,0	100,0

ne e Comuni, esistono altre soggettività – le autonomie funzionali appunto – dotate di uno specifico ruolo istituzionale;

- in secondo luogo per il suo ruolo di salvaguardia delle funzioni già esercitate dalle Camere di Commercio, che dovrebbe evitare che competenze istituzionali camerale possano in futuro essere attribuite ad altri enti in attuazione della riforma del titolo V;
- infine perché l'ampia formula prevista nel Ddl potrebbe consentire alle Camere di Commercio di acquistare, nel riordino delle funzioni amministrative, un ruolo di soggetti di delega nel nuovo quadro costituzionale.

**Tabella 1.4. Le Aziende speciali delle Camere di Commercio per regione e settore di attività prevalente nel 2001**

	INTERNAZIONALE	FORMAZIONE E SERVIZI PER LA GESTIONE D'IMPRESA	PROMOZIONE DELLA COMMERCIAZIONE IN ITALIA	GESTIONE DI INFRASTRUTTURE	SUPPORTO ALL'INNOVAZIONE E AL TI	AMBIENTE	LABORATORI CHIMICO-MERCEOLOGICI	PROMOZIONE DI NUOVE IMPRESE	CAMERE ARBITRALI	ALTRE ATTIVITÀ	EUROSPORTELLI	TOTALE
Piemonte	1	3	1	1	0	0	2	0	0	0	0	8
Lombardia	4	4	4	2	1	0	1	0	3	0	2	21
Liguria	0	3	1	2	0	0	0	0	0	0	0	6
Trentino A.A.	0	2	0	0	0	0	0	0	1	0	0	3
Veneto	0	1	1	3	5	0	0	0	0	0	0	10
Friuli V.G.	1	2	0	4	1	0	1	0	0	0	0	9
Emilia Romagna	2	1	1	2	1	0	0	0	0	0	1	8
Toscana	1	7	0	1	1	0	2	0	0	0	0	12
Umbria	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	3
Marche	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	5
Lazio	3	2	1	2	1	1	0	0	1	0	0	11
Abruzzo	0	3	1	1	1	0	2	0	0	0	0	8
Molise	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	3
Campania	1	1	3	0	1	0	2	0	0	0	1	9
Puglia	0	3	2	0	1	0	4	0	0	1	0	11
Basilicata	1	2	1	0	0	0	0	0	0	1	0	5
Calabria	0	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	3
Sicilia	0	2	0	2	0	0	0	0	0	1	0	5
Sardegna	2	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	5
TOTALE	19	41	20	21	13	1	16	0	5	4	5	145

Grafico 1.5. L'integrazione delle Camere di Commercio sul territorio: graduatoria dei settori di intervento nella partecipazione in enti, società, consorzi e altri organismi al 2001 in termini di numero (valori %)

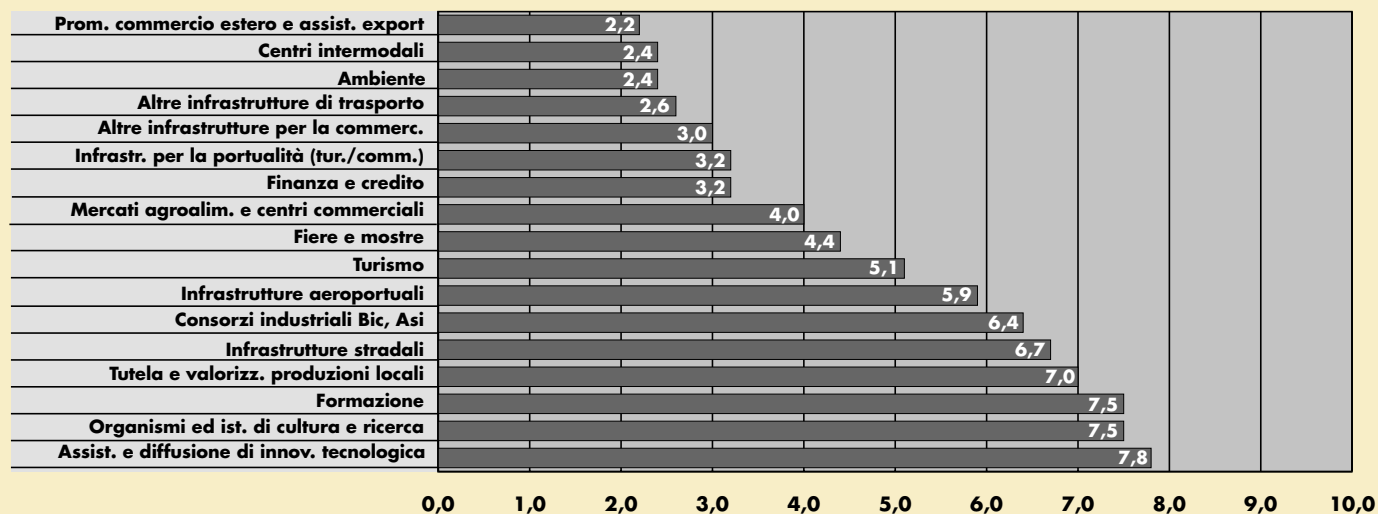


Grafico 1.6. L'integrazione delle Camere di Commercio sul territorio: graduatoria dei settori di intervento nella partecipazione in enti, società, consorzi e altri organismi al 2001 in termini di capitale sottoscritto (valori %)

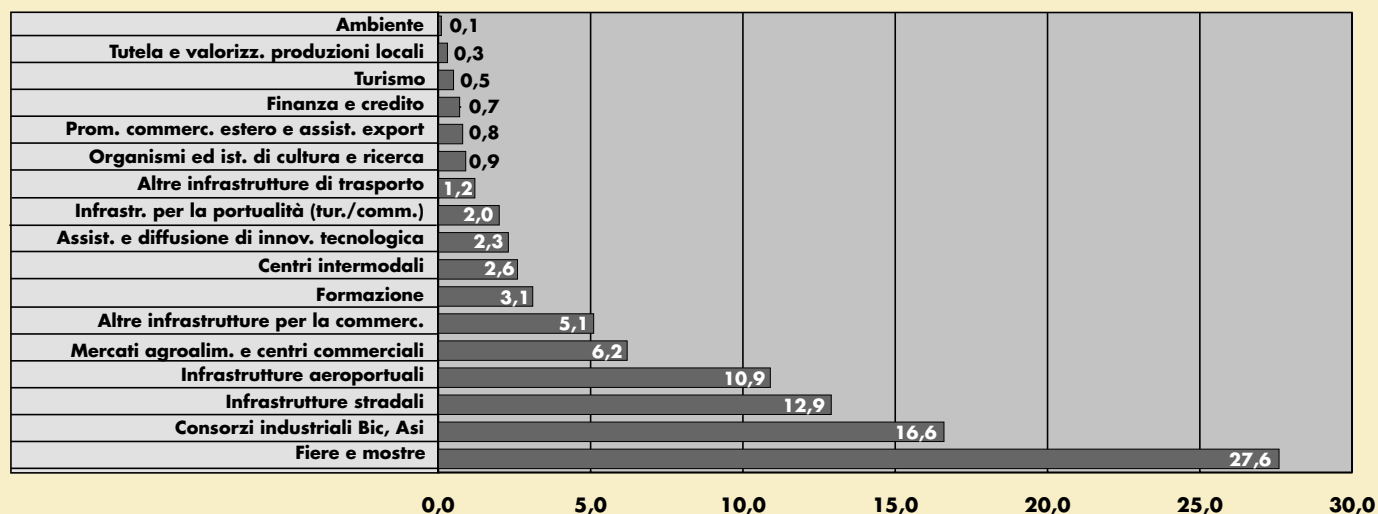
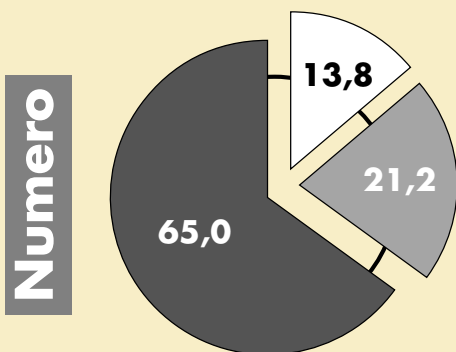


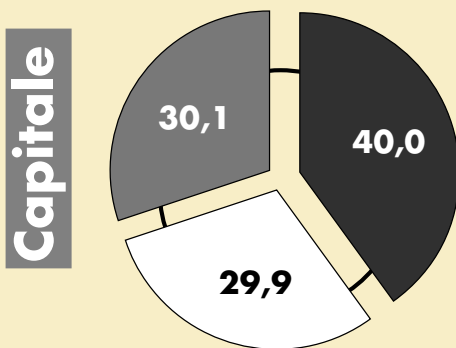
Grafico 1.7. Partecipazioni al 2001 delle CCIAA in termini di numero e di capitale sottoscritto in enti, società, consorzi e altri organismi per grandi raggruppamenti di intervento (valori %)



**65,0** Sostegno allo sviluppo locale

**21,2** Infrastrutture di trasporto

**13,8** Infrastrutture per la commercializzazione

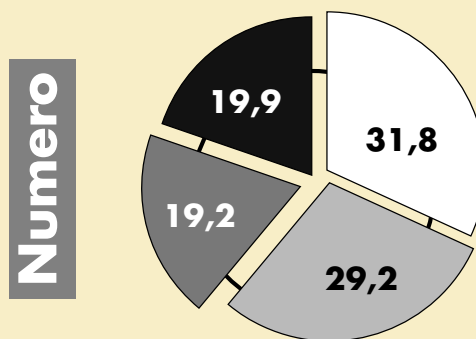


**30,1** Sostegno allo sviluppo locale

**29,9** Infrastrutture di trasporto

**40,0** Infrastrutture per la commercializzazione

Grafico 1.8. Partecipazioni al 2001 delle CCIAA in termini di numero e di capitale sottoscritto in enti, società, consorzi e altri organismi per area geografica (valori %)

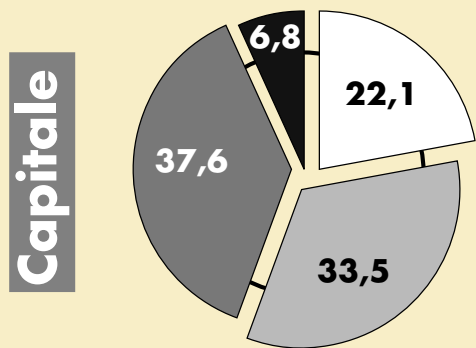


**19,9** Mezzogiorno

**19,2** Centro

**29,2** Nord-Est

**31,8** Nord-Ovest



**6,8** Mezzogiorno

**37,6** Centro

**33,5** Nord-Est

**22,1** Nord-Ovest

Grafico 1.9. Composizione % delle entrate delle Camere di commercio negli anni 1997-2001

Nel corso del 2001 le Camere di Commercio hanno incassato 1.380 miliardi di lire dal Diritto annuale e 436 miliardi di lire dai Diritti di segreteria, che complessivamente sono pari al 92,2% del totale delle entrate camerali.

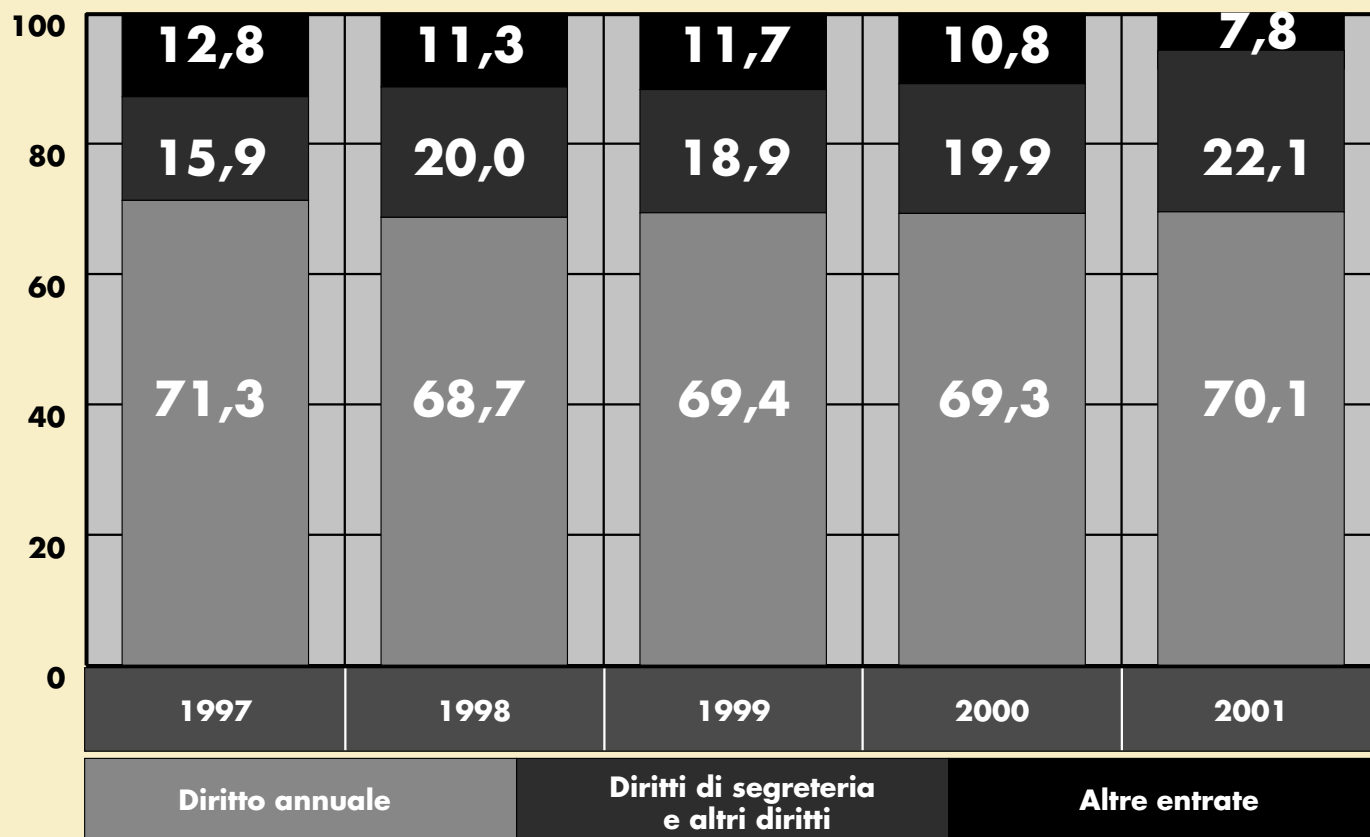


Figura 1.5. La rete degli Euro Info Centre del Sistema italiano delle Camere di Commercio



L'AZIONE DI SERVIZIO

2

02

## LA SEMPLIFICAZIONE

Le imprese italiane negli ultimi anni hanno utilizzato in modo sempre più intenso i nuovi strumenti offerti dall'evoluzione tecnologica, i quali consentono di ridurre i costi che vengono sostenuti nei rapporti con la PA e di abbattere le barriere che ostacolano lo scambio dei prodotti e dei servizi.

Il Registro delle imprese, istituito presso le CdC nel mese di febbraio 1996 con modalità informatiche, ha rappresentato – da questo punto di vista – un elemento di forte innovazione, consentendo alle imprese ed ai professionisti di passare da una gestione cartacea dei documenti ad una gestione informatica e telematizzata.

La semplificazione, che è stata resa possibile dalla scelta tecnologica effettuata a suo tempo, ha portato all'eliminazione di inutili duplicazioni di adempimenti (ad es. abolizione del BUSARL e del BUSC, rilascio on-line del codice fiscale ecc.), alla riduzione dei costi (mediante l'abolizione delle tasse che in precedenza gravavano sulla pubblicità d'impresa) ed alla contrazione dei tempi precedentemente necessari per l'avvio dell'attività d'impresa. I più recenti progressi garantiti dall'utilizzo della firma digitale permettono di assicurare la sicurezza e l'autenticità degli atti presentati dagli utenti all'ufficio del Registro delle imprese per via telematica, senza doversi più recare agli sportelli camerali.

I provvedimenti semplificativi relativi alla certificazione antimafia rendono, inoltre, le Camere sportello unico per l'emissione dei certificati che integrano i dati del Registro delle imprese con quelli del Ministero degli Interni, ottenuti attraverso un collegamento de-

dicato. Nel corso del 2001 sono stati rilasciati circa 439.000 certificati antimafia (nel 2000 circa 409.000). Il servizio "controllo antimafia" per uso interno delle Camere ha registrato un incremento degli accessi vicino al 30% (da 105.000 a 136.000).

Altro tema in evoluzione è quello delle modalità con cui vengono depositati gli atti. La recente legislazione sulla semplificazione amministrativa apre finalmente la concreta possibilità di una completa informatizzazione di tutti i rapporti tra la Pubblica Amministrazione e le imprese.

Per facilitare ulteriormente l'accesso ai servizi erogati via Internet si è avviato un programma di installazione presso le Camere di Commercio di "router" aperti all'utenza esterna, in particolare associazioni e enti pubblici, che consentono di accedere alla rete camerale senza passare da un "provider" esterno.

Oltre a Telemaco sono accessibili in questa modalità i servizi web su intranet camerale, Internet e posta elettronica. Da ultimo si è attivato anche il rilascio di documenti ottici. Ricordiamo che il servizio Telemaco è tra i cinque progetti italiani selezionati dalla Commissione Europea, che nel novembre 2001 ha premiato i quaranta migliori progetti europei per l'E-government (su oltre quattrocento progetti presentati).

Grafico 2.1. L'incremento dell'attività dei sistemi informativi camerali tra il 1998 e il 2001



Figura 2.1. L'attività dei sistemi informativi camerali nel 2001

**9.068** stazioni di lavoro camerali collegate in rete

**12,5** milioni di visure

**67,5** milioni di interrogazioni sui dati camerali da utenti privati

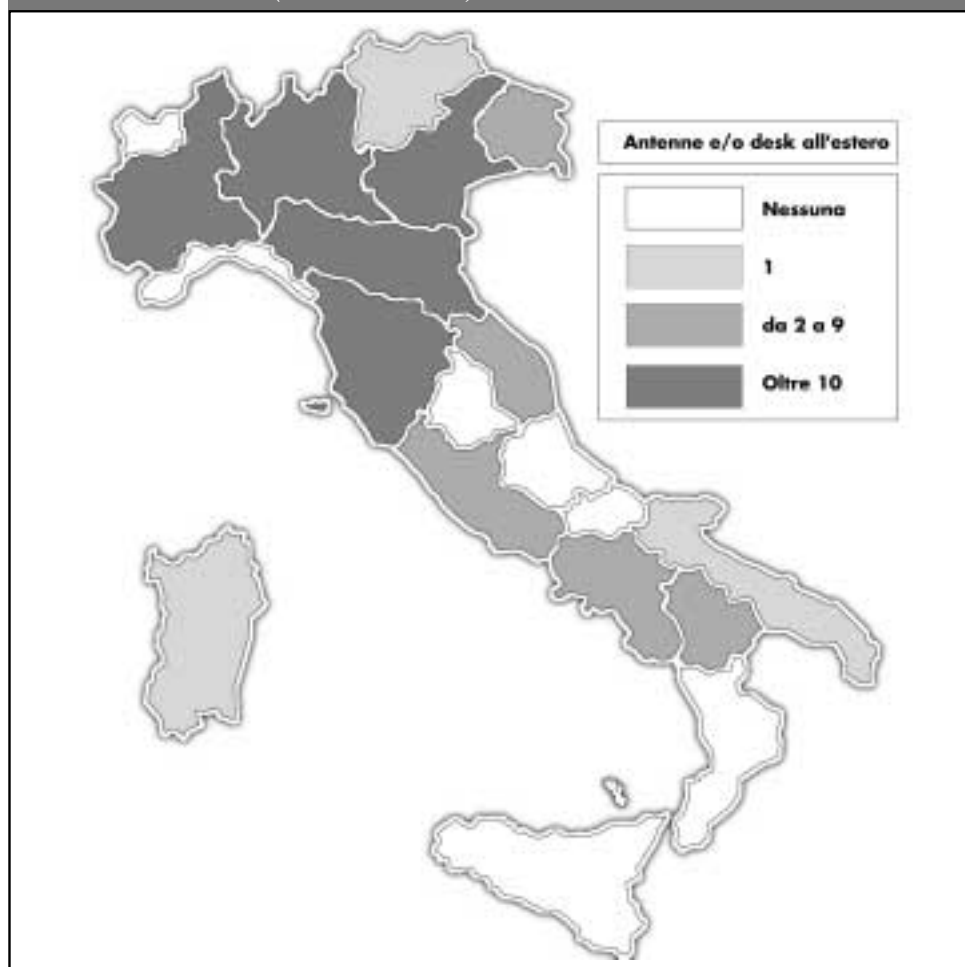
**7,5** milioni di interrogazioni in linea sui dati camerali dalla PA



## 2.1

## IL SOSTEGNO ALL'INTERNAZIONALIZZAZIONE

*Figura 2.2. Camere di Commercio, Aziende speciali e Centri estero con struttura dedicata (antenna e/o desk) all'estero*



## LA COMPETITIVITÀ

Il tema della competitività del nostro sistema economico è un argomento centrale su cui le Camere di Commercio da tempo stanno focalizzando la loro attenzione. Se da un lato si aprono favorevoli prospettive nell'ambito del processo di allargamento del modello economico occidentale a nuovi partner dell'Est, che costituisce una delle precondizioni per un miglioramento delle relazioni economiche internazionali, dall'altro permane un rischio obiettivo di impoverimento del sistema industriale del nostro Paese, basato su di un modello di sviluppo che prevede un complesso equilibrio tra imprese di piccole, medie e grandi dimensioni.

In più occasioni, nel corso dell'anno, l'Unione ha avuto modo di dare il proprio contributo all'analisi della situazione economica del Paese, anche confrontandosi con altri autorevoli osservatori, come l'Istat.

Da tali analisi emerge come un dato sicuramente preoccupante sia rappresentato dalle difficoltà che sta attraversando la nostra grande industria, soprattutto nel settore automobilistico; viceversa, paiono già emergere, sulla base dei dati che vengono periodicamente elaborati dalle nostre strutture, i primi segnali di ripresa per l'insieme delle medie imprese,

mentre pare ancora in una fase di attesa quello delle PMI.

In particolare, sia attraverso l'indagine condotta in collaborazione con Mediobanca sui bilanci delle medie aziende, che con il Rapporto sul "Sistema Italia", l'Unione è stata in grado di offrire elementi di grande rilievo per la comprensione dei processi di sviluppo in atto, elementi vivamente apprezzati dal Governo, nella persona del Ministro Tremonti, ed utilizzati nell'impostazione del Documento di Programmazione Economica e Finanziaria.

Sul piano delle politiche di sviluppo, ed anche sulla base delle indicazioni emerse dal confronto con importanti economisti e studiosi, l'Unione ha potuto focalizzare quei temi su cui pare strategico concentrare il proprio sforzo: il riferimento è in primis alla centralità delle politiche di filiera, da sviluppare al di là dei singoli territori.

Sotto questo aspetto il Ministro Alemanno, avendo apprezzato il lavoro svolto dalle Camere di Commercio, ha identificato nella rete camerale un partner privilegiato per la definizione di nuove iniziative e linee di lavoro a sostegno del settore agroalimentare.

Altro tema di rilievo è quello dello sviluppo delle "geo-community", ovvero i programmi di superamento dei confini dei distretti, al fine di consentire alle nostre imprese di accrescere la loro competitività.

Una competitività che si gioca su alcuni fattori-chiave: la centralità delle risorse umane nei processi di sviluppo; una moderna normativa che disciplini il diritto d'impresa; una pubblica amministrazione più efficace ed efficiente;

un sistema di infrastrutture, sia fisiche che virtuali, adeguate ed in linea con gli standard europei; iniziative innovative per l'attrazione di investimenti esogeni da una parte e l'internazionalizzazione del nostro sistema produttivo dall'altra; lo stabilirsi di un circolo virtuoso tra il mondo della ricerca e quello delle imprese. La convinzione che sempre di più la competitività del sistema-Paese dipenda da una coerente politica di formazione e riqualificazione delle risorse umane ha spinto l'Unione, nell'ambito di un'audizione di fronte alla Commissione Cultura del Senato (14 maggio u.s.), a proporre la rete delle Camere di Commercio quali interfaccia tra mondo della scuola e mondo dell'impresa nell'ambito del percorso di riforma della scuola attualmente allo studio; tale proposta ha registrato un significativo interesse ed apprezzamento.

Un secondo fattore di competitività è costituito da una moderna normativa che disciplini il diritto d'impresa; in tale ambito, l'Unione ha recentemente elaborato e presentato alla valutazione della deputata commissione del Ministero della Giustizia un importante progetto sulla conciliazione on-line; sempre in tema di diritto d'impresa, Unioncamere si è fatto tramite verso il Ministero di un contributo delle Camere di Commercio in tema di diritto fallimentare, in vista dell'elaborazione della nuova legge. Relativamente all'importante fattore costituito dall'adeguamento delle infrastrutture del Paese, l'Unione ha identificato gli ambiti della propria azione con riferimento a :

- la politica dei porti;
- la portualità turistica;

- il sistema degli interporti;
- la privatizzazione degli aeroporti;
- il sistema fieristico.

In questo contesto, le Camere di Commercio, per tramite dell'Unioncamere, sono state recentemente chiamate a concorrere all'attuazione della legge sui Balcani, strumento importantissimo per facilitare la cooperazione e favorire lo sviluppo delle nostre imprese in quell'area, in particolare coordinando il lavoro dedicato alla logistica, ai trasporti e alle infrastrutture.

Per quanto concerne poi le reti virtuali, i Ministri Stanca e Gasparri hanno invitato l'Unione a partecipare al Tavolo di Monitoraggio sulle Infrastrutture Telematiche: le Camere di commercio dovranno impegnarsi affinché la parte più debole del Paese non soffra del cosiddetto "digital divide", ovvero rimanga attardata nello sviluppo delle infrastrutture di comunicazione a "banda larga". Altro fattore di competitività su cui abbiamo quest'anno lavorato con maggiore continuità è quello dell'innovazione e della ricerca: rispondendo ad un bando del Ministero dell'Università e della Ricerca Scientifica, è stata conclusa una complessa fase di progettazione per la realizzazione di un grande programma di intervento sperimentale volto a favorire l'insediamento di imprese innovative e ad alta tecnologia nel Mezzogiorno. Quello dello sviluppo del Mezzogiorno è un tema centrale su cui nel corso del 2001 si è molto investito nell'ottica di focalizzare e potenziare la capacità del sistema camerale di operare a vantaggio delle aree più deboli: a tale scopo, l'Unione ha svolto un im-

portante ruolo di contatto tra il Vice Ministro del Tesoro On.le Micciché e le Regioni interessate, ai fini della valorizzazione del ruolo delle Camere di Commercio nel Sud. Gli ambiti di intervento del sistema camerale sono stati in particolare individuati nei processi di attrazione degli investimenti, nelle azioni volute a sostenere i processi di internazionalizzazione del tessuto produttivo meridionale e per facilitare l'accesso al credito delle imprese. Certo non ci sfugge la considerazione che nessuna politica di attrazione di capitali e rilancio della competitività delle economie locali potrà avere successo, se non viene sostenuta dalla

piena implementazione del complesso percorso di riforma e recupero di efficienza della Pubblica Amministrazione.

Dal punto di vista strumentale ed organizzativo, semplificazione amministrativa e digitalizzazione (il cosiddetto "E-government") sono strumenti indispensabili di un non più rinviabile processo di modernizzazione della PA; in questo senso, l'Unione ha registrato la forte attenzione del Ministro Stanca rispetto ai progetti sviluppati dalle Camere di Commercio, volti a limitare costi ed impatti organizzativi degli adempimenti a carico delle imprese nei loro rapporti con

*Grafico 2.2. Distribuzione geografica delle collaborazioni con Camere di Commercio italiane all'estero (valori %)*

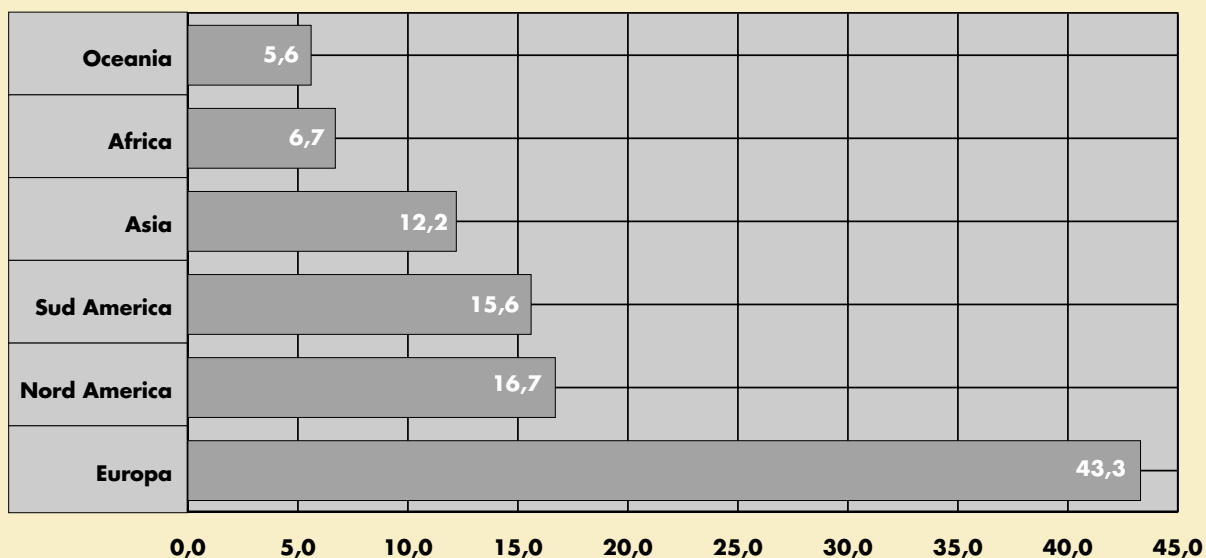
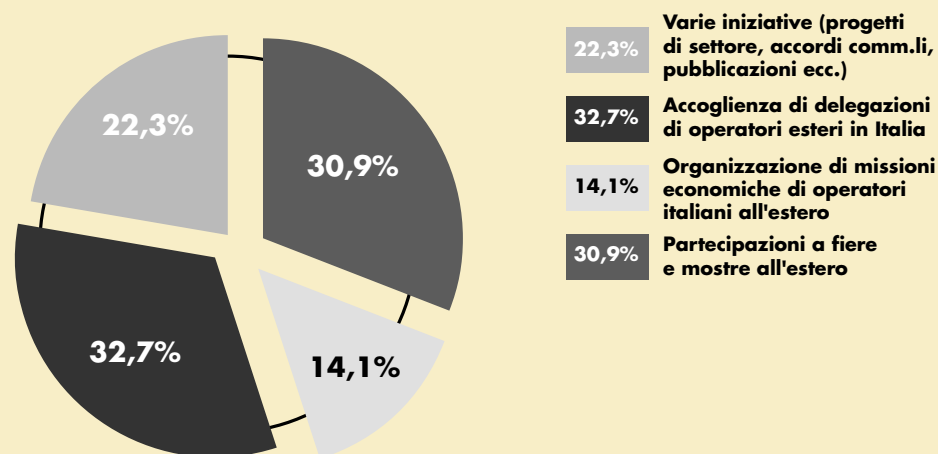
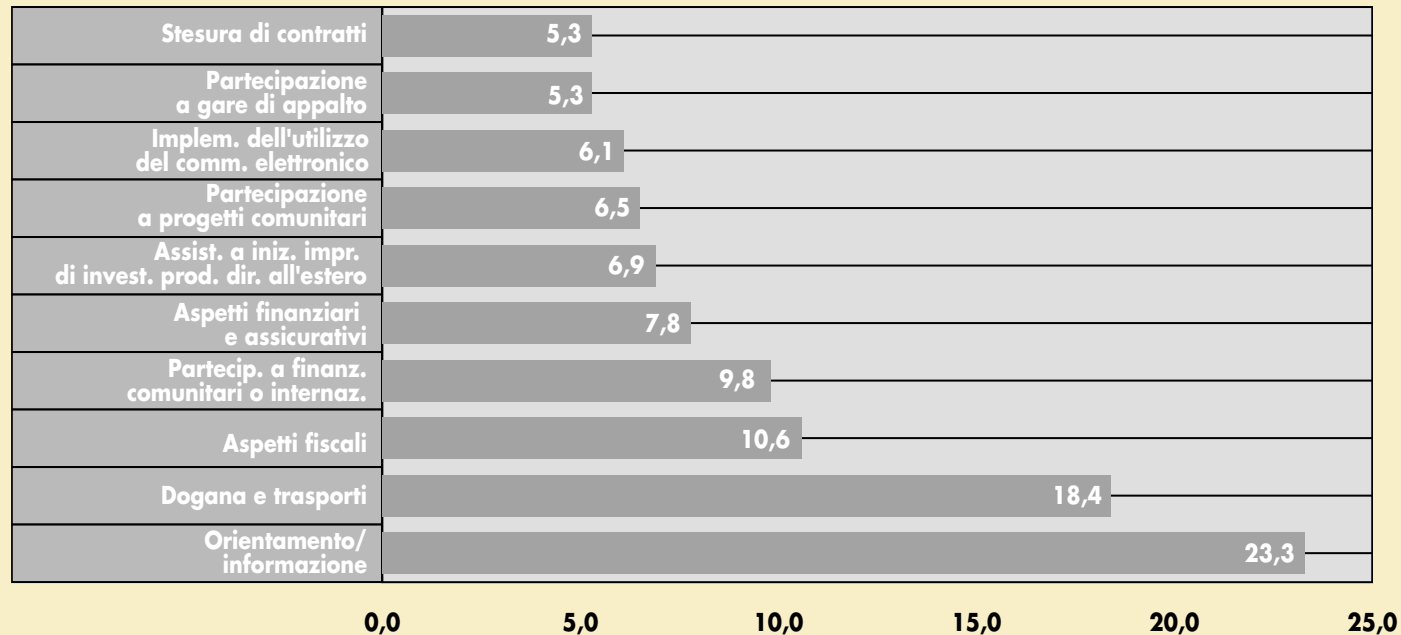


Grafico 2.3. Attività per l'internazionalizzazione svolte dal Sistema camerale nel 2001 (valori %)

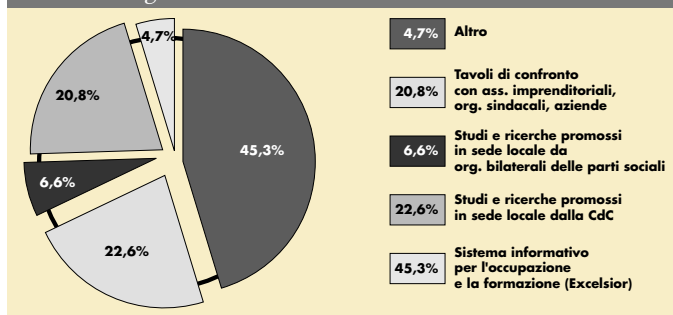


le pubbliche amministrazioni. Se su molti dei temi d'attenzione e delle priorità strategiche, cui si è sommariamente accennato, le istituzioni del territorio risultano sempre più protagoniste, così sui temi delle regole per le imprese cresce il ruolo dell'Unione Europea, che concorre sempre più a determinare le norme entro cui gli operatori economici debbono muoversi. Di ciò siamo pienamente consapevoli: ne è un esempio la recente decisione con cui la Commissione Europea ha approvato il regime di aiuto proposto dall'Unioncamere a favore delle imprese agricole, che per tempo abbiamo voluto sottoporre al vaglio di Bruxelles.

Grafico 2.4. Graduatoria delle attività di supporto alle imprese per l'internazionalizzazione (valori %)



**Grafico 2.5. Strumenti utilizzati per la rilevazione dei fabbisogni formativi (valori %)**



Il sistema camerale persegue istituzionalmente l'obiettivo, attribuito con la legge 580/93, di assolvere "funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese curandone lo sviluppo nell'ambito delle economie locali". In virtù di ciò – come accade anche in altri importanti Paesi europei (esemplari tra tutti sono i casi di Germania e Francia) – è da lungo tempo impegnato nel campo dell'orientamento, della formazione professionale e manageriale, della formazione all'imprenditorialità e per il raccordo tra sistema delle imprese-scuola-università, assicurando spesso anche servizi di placement ed attività di accompagnamento all'inserimento lavorativo. È attiva, a questo riguardo, una rete di oltre 70 strutture specializzate delle Camere di Commercio distribuite su tutto il territorio. Le principali esperienze condotte dalle Camere di Commercio, in particolare negli ultimi anni, nell'ambito dell'organizzazione di un collegamento tra la domanda delle imprese e del territorio e le diverse strutture formative statali, regionali e private sono state:

- rilevare ogni anno, presso un campione di 100 mila aziende, i fabbisogni di professionalità delle imprese di tutti i settori economici e di ciascuna provincia (Excelsior);
- svolgere attività di orientamento ed organizzare il raccordo tra gli ultimi anni

di scuola secondaria di secondo grado e mondo del lavoro (anche attraverso l'apposita convenzione stipulata con il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca);

- supportare il collegamento tra IFTS (post scuola secondaria superiore di secondo grado) ed esigenze delle imprese e dei differenti territori;
- sostenere i diplomi universitari (ora corsi di laurea triennali) e la formazione tecnica e professionale con l'organizzazione di tirocini formativi presso le imprese e con lezioni sulla "cultura d'impresa", nonché un raccordo flessibile tra università-scuola e domanda di professionalità.

L'insieme di iniziative proposte e da sviluppare nell'immediato futuro si colloca in un contesto caratterizzato dai seguenti elementi concernenti i processi di riforma dei sistemi formativi e del mercato del lavoro:

- la diffusa consapevolezza dell'esigenza di ridurre le distanze tra formazione e mondo del lavoro;
- la crescente promozione e sperimentazione di strumenti e percorsi professionalizzanti e di iniziative di raccordo tra scuola e lavoro, tra università e lavoro;
- i forti cambiamenti in atto nel mondo della

formazione accademica, a seguito della riforma universitaria, che vedono una forte spinta verso l'autonomia didattica ed il rafforzamento delle attività di collegamento tra gli Atenei e le realtà produttive locali;

- la crescente diffusione ed articolazione territoriale dei tirocini formativi, come momenti centrali dell'alternanza formazione-lavoro, in applicazione delle norme contenute nella legge 196/97 (c.d. Pacchetto Treu);
- il decentramento e la riforma dei servizi per l'impiego, degli strumenti di politica attiva del lavoro e, più in generale, delle iniziative volte a facilitare l'incontro domanda-offerta di lavoro;
- il potenziamento ed il moltiplicarsi delle azioni di orientamento scolastico, universitario e professionale;
- il ruolo innovativo prefigurato nel testo, attualmente in discussione al Senato, del disegno di legge n. 1306 (c.d. Riforma Moratti) in merito all'alternanza scuola-lavoro come componente centrale di tutti i percorsi di istruzione e formazione della scuola secondaria superiore.

Le Camere di Commercio hanno fornito alla filiera agroalimentare un contributo importante già a partire dal 1963, quando, insieme alle Regioni ed ai consorzi di tutela, hanno lavorato per l'organizzazione nel settore vinicolo dei primi percorsi di certificazione della qualità. Una tradizione che si è espressa attraverso le commissioni di degustazione (164 sparse in tutta Italia), la gestione degli albi dei vini con 314 denominazioni, i laboratori, ecc. e che ha permesso successivamente alle Camere di Commercio, quando la Commissione Ue ha intrapreso la strada della qualità anche per altre produzioni, di essere nominate in alcuni casi (in Liguria, in Abruzzo, nel Lazio) autorità pubbliche di controllo per prodotti a denominazione d'origine protetta (DOP), contribuendo a creare la cultura della qualità presso gli operatori ed i consumatori ed aiutando in molti casi i primi a percorrere la strada del riconoscimento comunitario.

In questo ambito, il sistema delle Camere di Commercio ha voluto operare, in stretta collaborazione con le associazioni agricole e dei consumatori, ai fini della certificazione di qualità nell'agroalimentare.

Tra gli strumenti di intervento a sostegno della filiera, è da citare la valorizzazione del bacino delle produzioni tradizionali (3.200 censiti ad oggi), facendo ricorso alla legislazione sui marchi collettivi, la quale permette di depositare un regolamento d'uso ed un disciplinare che fissi regole certe per la produzione e la commercializzazione di tale prodotto.

Sul tema della tracciabilità, all'indomani della emergenza BSE, molte realtà camerali (7 Unioni regionali e 17 Camere di Commercio) hanno aderito ad un progetto, già in corso di attuazione in alcuni ambiti territoriali, che ha come obiettivo quello di dare una risposta alle problematiche inerenti alla sicurezza alimentare delle carni bovine.

Ulteriore punto di forza del sistema camerale per la filiera agroalimentare è la rete dei 28 laboratori chimico-merceologici delle Camere di Commercio nati all'inizio del secolo scorso con lo scopo di supportare le attività delle Borse merci camerali, identificando con certezza le caratteristiche dei prodotti scambiati.

Per supportare le imprese anche nella fase di commercializzazione dei prodotti, su iniziativa di 50 Camere di Commercio, nel 2000 è stata resa operativa Meteora spa, società nata per la gestione, con moderne tecniche telematiche, delle transazioni fino ad oggi realizzate all'interno delle Borse merci, che hanno oramai un impianto normativo risalente al 1913. Peraltro, il progetto Meteora, in base al decreto del 17 aprile 2002, sta transitando verso la nascita della Borsa merci telematica italiana.

Un valido contributo viene fornito dal sistema delle Camere di Commercio anche per la commercializzazione dei prodotti nei mercati esteri, valorizzando la rete dalle Camere di Commercio italiane all'estero (CCIE), i 16 EIC (Euro Info Center), gli Sportelli unici per l'internazionalizzazione.

Tabella 2.1. Attività promozionali svolte direttamente dalle Camere di Commercio, con specifica delle iniziative riguardanti il settore agroalimentare

Attività promozionali	Totali		Numero iniziative di cui agroalimentare	
	valore assoluto	% di colonna	valore assoluto	% su tot. iniziative
Organizzazione diretta di fiere e mostre in Italia	61	11,7	23	37,7
Partecipazione a fiere e mostre nella provincia	100	19,2	77	77,0
Partecipazione a fiere e mostre fuori provincia	173	33,3	121	69,9
Missioni e visite guidate	186	35,8	160	86,0
<b>Totale</b>	<b>520</b>	<b>100,0</b>	<b>381</b>	<b>73,3</b>

Tabella 2.2. Coinvolgimento delle Camere di commercio in iniziative promozionali con specifica delle iniziative riguardanti il settore agroalimentare

Attività promozionali	Totali		Numero iniziative di cui agroalimentare	
	valore assoluto	% di colonna	valore assoluto	% su tot. iniziative
Promoz. di produzioni locali con campagne pubblicitarie	35	27,6	28	80,0
Promoz. di produzioni locali attraverso consorzi	22	17,3	14	63,6
Valorizz. di prodotti locali tramite azioni di sostegno per riconoscimento di denom. di origine	21	16,5	19	90,5
Promoz. di produzioni locali mediante concorsi	6	4,7	6	100,0
Promoz. di produzioni locali tramite e-commerce	43	33,9	28	65,1
<b>Totale</b>	<b>127</b>	<b>100,0</b>	<b>95</b>	<b>74,8</b>

Grafico 2.6. Attività svolte nell'area finanza e credito (valori %)

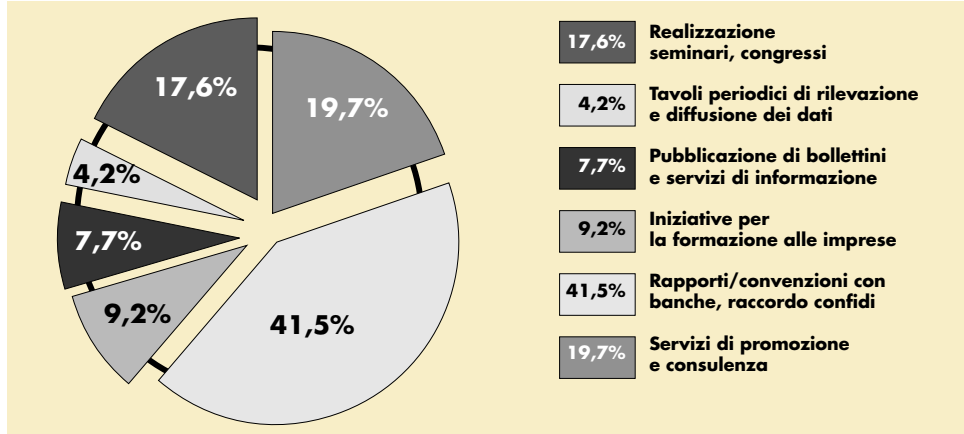


Figura 2.3. Principali tipologie di allocazione di fondi stanziati per iniziative sui temi della finanza e del credito

- ➔ Arginare il fenomeno dell'usura
- ➔ Favorire la certificazione dei bilanci delle imprese
- ➔ Favorire la quotazione in Borsa delle PMI
- ➔ Promuovere attività di venture capital, fondi chiusi, ecc.

Tabella 2.3. Iniziative realizzate sul territorio per l'introduzione dell'euro

Tipologia	Numero iniziative	% di colonna
Programmi di promozione e assistenza	83	24,6
Realizzazione di un punto informativo aperto al pubblico	51	15,1
Iniziative di formazione per le imprese o consumatori	53	15,7
Pubblicazione di newsletter o altri servizi di informazione	37	10,9
Monitoraggio periodico dei prezzi	27	8,0
Realizzazione di seminari e convegni	70	20,7
Progettazione e realizzazione di un sito WEB dedicato	17	5,0
<b>Totale</b>	<b>338</b>	<b>100,0</b>

Figura 2.4. Azioni di sensibilizzazione e informazione realizzate sull'impatto dell'euro a livello nazionale

- 9** sessioni di videoconferenza organizzate sul territorio nazionale
- 82** Camere di Commercio hanno aderito all'iniziativa
- 93** sedi camerali collegate
- 102** "punti di ascolto" effettivi
- 8.000** partecipanti alle sessioni (imprese, enti locali, banche, ordini professionali)

Il progetto è stato realizzato da Unioncamere con il supporto della Commissione Europea e il patrocinio del Comitato Nazionale Euro

La compatibilità ecologica dei beni e dei servizi e la certificazione di qualità (di prodotto e di sistema) sono diventate per le imprese importanti leve di marketing, visto che la competizione internazionale è giocata anche sul terreno della riduzione dell'impatto ambientale dei beni e dei processi.

La legislazione ambientale complessa, stratificata, piena di adempimenti però rende difficoltosa la corretta individuazione della normativa applicabile e le procedure di certificazione volontaria richiedono spesso un primo intervento perché le PMI valutino la loro importanza ed utilità.

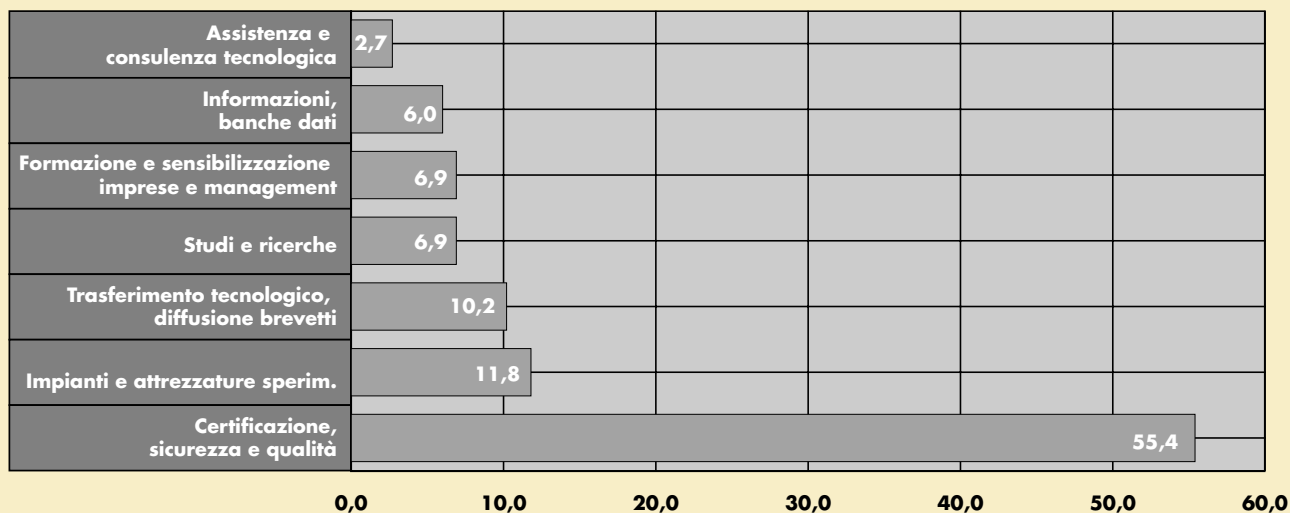
Il sistema delle Camere di Commercio interviene quindi anzitutto con attività di informazione sulla normativa cogente e volontaria, sulle tecnologie, sui progetti e sui finanziamenti in materie ambientale e di innovazione. Molte Camere offrono un servizio integrato nel campo della qualità, dell'ambiente e dell'innovazione, visto che nelle decisioni di investimento queste sono variabili tra loro collegate.

Figura 2.5. Innovazione: strumenti utilizzati dalle Camere di Commercio



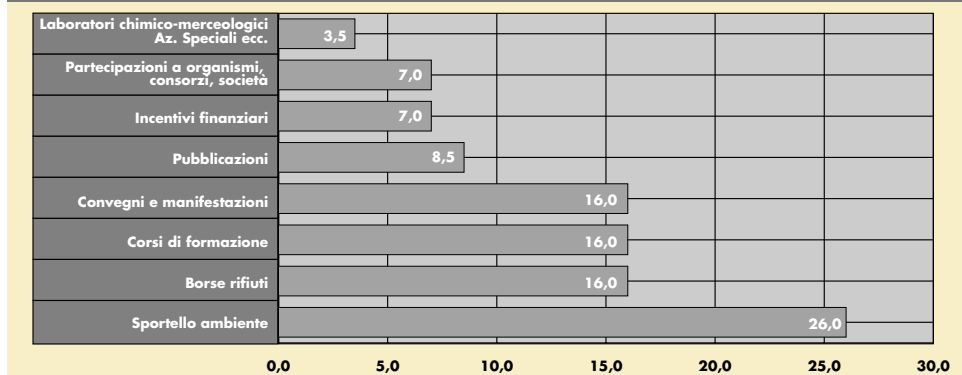
Altro intervento riguarda la formazione di figure professionali avanzate per rendere disponibili sul territorio operatori quali energy managers, valutatori interni di sistemi qualità e di gestione ambientale. Le Camere poi offrono servizi reali sia tramite i laboratori chimico-merceologici che attraverso specifici sportelli per favorire la diffusione delle tecnologie e la conoscenza della normativa tecnica. Un nuovo ed importante campo di impegno è poi costituito dalla sensibilizzazione, informazione ed orientamento per la certificazione ambientale (EMAS 2).

Grafico 2.7. Graduatoria degli incentivi finanziari per tipologia di attività svolta nel 2001 (% sull'ammontare degli incentivi)





**Grafico 2.8. Graduatoria degli strumenti utilizzati per l'espletamento dell'attività in materia di ambiente (valori %)**



Tra i principali servizi camerali offerti alle imprese vi sono l'informazione e la consulenza su tutti gli adempimenti amministrativi e le prescrizioni della normativa vigente in campo ambientale (a partire dal Modello unico di dichiarazione ambientale, l'Albo gestori rifiuti, l'adozione della nuova codifica e classificazione dei codici dei rifiuti). Tutto questo viene gestito nella logica della semplificazione amministrativa (vedi ad esempio la prosecuzione della sperimentazione in alcune Camere del Telemud e cioè

l'invio del modello tramite Internet). Elemento fondamentale dell'esperienza del Mud è stata l'unificazione dei punti di acquisizione delle dichiarazioni presso le Camere di Commercio e l'uniformità della gestione dei dati sul territorio nazionale che ha consentito di costruire un sistema informativo che comprende dati relativi a 500.000 imprese.

Tramite un'accordo di programma tra il Ministero delle Attività produttive, il Ministero dell'Ambiente e della tutela del

territorio ed Unioncamere, più di 50 Camere di Commercio, insieme a numerose associazioni di categoria, hanno avviato nel corso del 2001 la sperimentazione della Borsa telematica del recupero, che consente un rapido ed efficace incontro della domanda e dell'offerta attraverso Internet ([www.borsadelrecupero.net](http://www.borsadelrecupero.net)) per il recupero, smaltimento, trattamento e trasporto dei rifiuti non pericolosi e pericolosi e dei materiali obsoleti.

**Figura 2.6. Le attività svolte dalle Camere di Commercio in tema di ambiente**

➔ **MUD**

➔ **Normativa ambientale**

➔ **Strumenti volontari di certificazione ambientale**

➔ **Sperimentazione della Borsa telematica di Rifiuti**

➔ **Sicurezza ambiente di lavoro**

LA CREAZIONE DI IMPRESA:  
L'IMPRENDITORIA FEMMINILE

Consapevoli della notevole importanza che lo sviluppo dell'imprenditoria femminile riveste nel contesto socio-economico del Paese e nella crescita delle economie locali, le Camere di Commercio lavorano da anni per la promozione – ed il consolidamento – delle imprese al femminile.

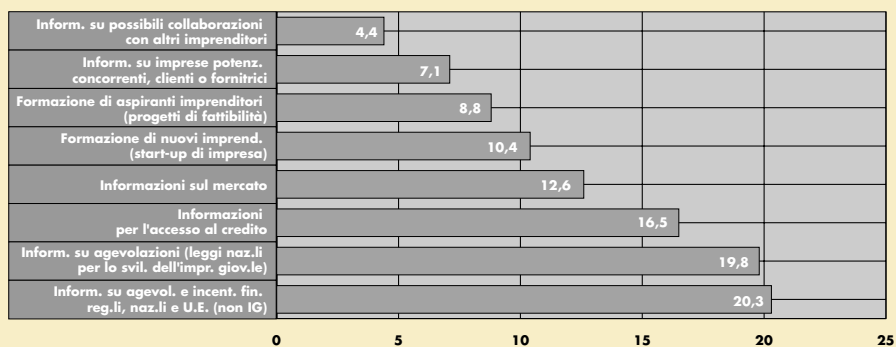
Inoltre, sin dall'entrata in vigore della legge 215/92 concernente "Azioni positive per l'imprenditoria femminile", Unioncamere ha intrattenuto rapporti di collaborazione con l'allora Ministero dell'Industria per la promozione di tale provvedimento. A seguito di ciò, nel 1999 si è giunti alla sigla di un protocollo d'intesa con lo stesso MAP per la nascita dei "Comitati per la promozione dell'imprenditoria femminile" presso le Camere di Commercio e più in generale per contribuire – su tutto il territorio – al processo di diffusione e radicamento della cultura imprenditoriale tra le donne. Ad oggi sono stati ottenuti significativi successi, considerata anche l'avvenuta costituzione presso la quasi totalità delle Camere di Commercio (97) dei Comitati per l'imprenditoria femminile, che, con il supporto anche delle associazioni di categoria e sindacali, giocano un ruolo attivo per la costruzione di un disegno di sviluppo nel nome degli interessi generali delle imprese e delle economie locali. Peraltro, sul finire del 2000, è stato siglato – tra Unioncamere, l'ex MICA, il Mini-

stero per le Politiche Agricole e una gran parte di associazioni di categoria – il progetto per l'accesso delle imprenditrici alle fonti di finanziamento, vero punto nodale per lo sviluppo dell'imprenditoria in rosa. In questa fase, a consolidare rapporti già esistenti e forti anche a livello locale, si sta giungendo alla adozione di un protocollo di intesa con le associazioni datoriali del Coordinamento Donne d'Impresa, che nasce dunque dalla volontà di rafforzare ulteriormente la collaborazione tra l'Unioncamere (e il sistema camerale) e le Associazioni di

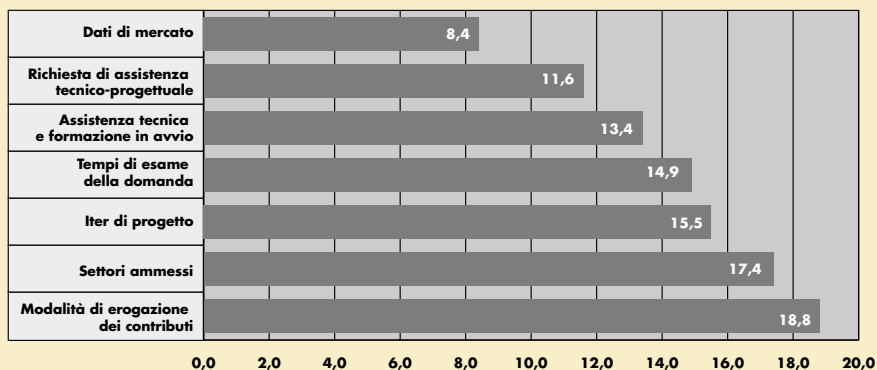
categoria, per stabilire una strategia comune ed una sinergia di interventi allo scopo di sostenere la crescita dell'imprenditoria femminile.

In questo contesto, le Camere di Commercio, con il loro tradizionale impegno per lo sviluppo dell'imprenditorialità, rappresentano sempre più, in linea con la riforma del '93, un luogo di confronto per l'individuazione di priorità e sintesi generali, che possano tener conto di punti di vista ed interessi particolari.

**Grafico 2.9. Graduatoria dei servizi di informazione e formazione per la promozione di imprenditorialità (valori %)**



**Grafico 2.10. Principali informazioni richieste durante i contatti intercorsi nel 2001 presso lo sportello "nuove imprese" (valori %)**



## 2.9

## IL SOSTEGNO ALLO SVILUPPO DELLE ECONOMIE LOCALI

LE POLITICHE DI SVILUPPO  
DELLE ECONOMIE LOCALI

Per effetto del processo di globalizzazione dei mercati, l'offerta di territorio utile per nuovi insediamenti o per le rilocalizzazioni produttive è andata continuamente aumentando. Il marketing territoriale sta vivendo una fase di entusiasmo e attenzione, anche se al proliferare di iniziative fanno ancora riscontro modesti risultati in termini di investimenti effettivamente attirati nel territorio del nostro Paese. Su questo versante, il sistema camerale si è posto come obiettivo generale quello di valorizzare il proprio ruolo nello e per lo sviluppo del territorio: anche attraverso l'apporto alle politiche di marketing, infatti, la Camera si presenta come istituzione al servizio dello sviluppo del territorio. Tale obiettivo deve essere inquadrato alla luce sia del processo in atto di decentramento delle competenze – fortemente accelerato dal varo della legge costituzionale n. 3/2001 – sia delle esperienze di promozione di coalizioni sul territorio, realizzate soprattutto attraverso gli strumenti della programmazione negoziata. Sono state inoltre considerate le conseguenze della nuova impostazione della programmazione dei fondi strutturali per il periodo 2000-2006 e il ruolo delle Camere come

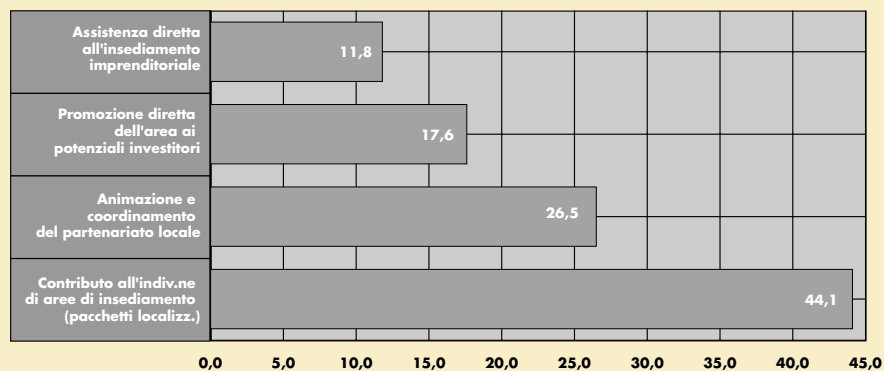
agenti di semplificazione, con particolare riferimento all'apporto specifico fornito in materia di sportello unico alle attività produttive. La semplificazione delle procedure costituisce, del resto, un fattore importante di attrattività di un territorio.

Il dato di fondo del processo in corso di decentramento è che le Regioni stanno conquistando il centro della scena. Sta esaurendosi perciò la possibilità di affrontare un problema una volta per tutte a livello nazionale, con una soluzione valida per tutti i contesti territoriali, con la conseguente possibilità del proliferare di una serie di soluzioni. È in questo contesto che, nonostante la diversità delle esperienze (anzi

proprio in considerazione di ciò), cresce la necessità di mantenere un collegamento tra i diversi enti camerali, per conoscere i problemi, comunicare le esperienze, ragionare insieme sulle strategie, valorizzando proprio la possibilità delle Camere di non presentarsi isolate, ma come sistema, raggiungendo in questo modo traguardi significativi.

Questo è il quadro di riferimento all'interno del quale collocare la problematica del marketing territoriale, ovvero di quel processo complesso, che non scaturisce dalle attività di un solo attore, ma da un insieme di azioni concertate, condotte da una rete articolata di soggetti (imprese, banche, istituzioni locali, autonomie

**Grafico 2.11. Graduatoria delle principali attività svolte per l'attrazione di investimenti esogeni (valori %)**



funzionali, associazioni di categoria, ecc.). Sono numerosi gli enti e le istituzioni (a carattere nazionale, regionale e locale) che, perseguendo finalità di attrazione di investimenti e più in generale di sviluppo del territorio, necessitano di raccordo. L'impegno delle Camere di Commercio sui programmi di marketing territoriale mira sostanzialmente ad un obiettivo di tipo politico-strategico: rafforzare la capacità delle Camere stesse di interloquire efficacemente con le altre istituzioni locali (Regione, Provincia e Comune), in riferimento alle scelte di programmazione e alla capacità di attrarre investimenti per lo sviluppo di determinate aree. Sul versante degli interventi di marketing ter-

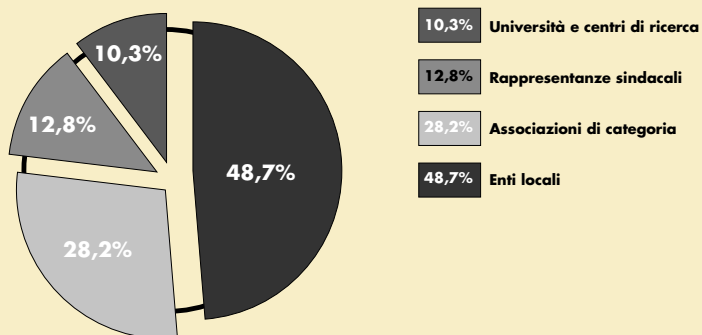
ritoriale, le Camere di Commercio possono offrire un contributo significativo per contrastare l'andamento negativo degli andamenti degli investimenti diretti esteri nel nostro paese. Un efficace programma di attuazione di investimenti esteri presuppone infatti una conoscenza approfondita del territorio sul quale attrarre investimenti e capitali, nazionali ed esteri. Bisogna pertanto dotarsi di metodologie e strumenti per la ricognizione e il monitoraggio dei fattori che determinano o influenzano le scelte di localizzazione. Tale conoscenza deriva da un'analisi territoriale minuziosa, mirata all'identificazione delle aree/sistemi locali a elevata specializzazione settoriale; alla valutazione

dei punti di forza e di debolezza, degli eventuali vincoli esistenti per lo sviluppo dei settori identificati; all'esame del fabbisogno e delle potenzialità delle imprese in termini di innovazione tecnologica. Dal 1996, oltre 70 Camere lavorano già per approfondire le conoscenze del territorio, rafforzando la capacità di leggere gli itinerari dello sviluppo locale, anche in virtù dell'impulso del Fondo perequativo, attraverso il quale sono stati finanziati negli ultimi anni significativi progetti. Lo sforzo in corso è rivolto a potenziare la dimensione delle iniziative, strutturandole a livello regionale, in quanto il livello provinciale non sempre consente di mobilitare, anche dal punto di vista

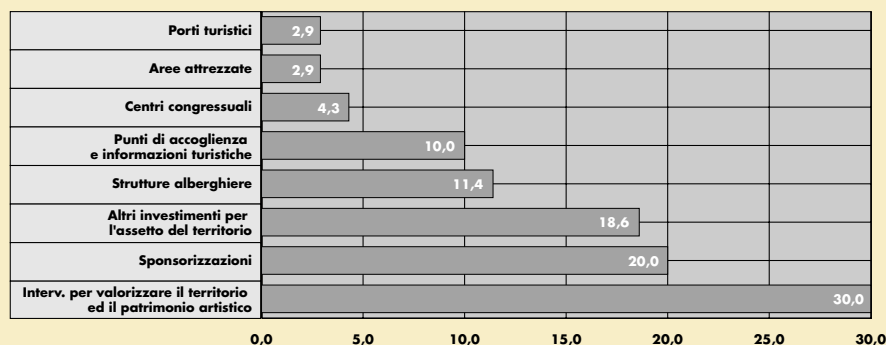
**Tabella 2.4. Distribuzione delle partecipazioni del sistema camerale in infrastrutture fisiche nel 2001 (per capitale sottoscritto)**

Tipologia infrastrutturale	Ammontare della partecipazione camerale	Incidenza % sul totale nazionale	N. partecip.
Mercati all'ingrosso	86.985.130.000	29,994	43
Aeroporti	81.492.930.000	28,100	95
Infrastrutture stradali	80.230.030.000	27,664	101
Centri intermodali	27.858.100.000	9,606	44
Porti commerciali	10.166.600.000	3,506	43
Porti turistici	101.560.000	0,035	9
Gestione traffici	10.840.000	0,004	2
Altro	3.166.770.000	1,092	101

**Grafico 2.12. I soggetti con i quali le Camere di Commercio hanno collaborato nell'attività di marketing territoriale (valori %)**



**Grafico 2.13. Investimenti per lo sviluppo infrastrutturale e per l'assetto del territorio effettuati dalle Camere di Commercio nel 2001 per la promozione del settore turistico (valori %)**



delle risorse finanziarie, un'adeguata massa d'urto. Altro aspetto generale da rafforzare è l'analisi dei nodi critici e dei punti di forza dei sistemi locali, per consentire di individuare le politiche da privilegiare per migliorare le dotazioni – in servizi e infrastrutture – delle aree.

Parallelamente, va rafforzato lo strumento della formazione del personale camerale nell'ottica di elevare la capacità progettuale del sistema camerale per sviluppare le politiche di marketing territoriale. In sintesi, la capacità dei diversi territori di essere attrattivi di risorse e nuovi investimenti è decisiva in un mercato unificato dall'euro, nel quale tutti i fattori si muovono più rapidamente. Le Camere di Commercio possono avere un ruolo assai significativo: costituiscono anzitutto il luogo in cui le associazioni possono confrontarsi tra loro, maturare le loro posizioni, far emergere i temi comuni, avanzare proposte condivise; possono, inoltre, facilitare la concertazione tra i soggetti del territorio, perché si definiscano alleanze e coalizioni su obiettivi di sviluppo locale. Infine, possono contribuire al progetto di sviluppo di un territorio con le loro capacità di analisi economica, rafforzate anche dal supporto specialistico delle strutture del sistema camerale. Quest'ultimo può inoltre contribuire a superare una visione troppo localistica dello sviluppo, facilitando l'incontro tra domanda delle imprese e offerta degli attori pubblici.

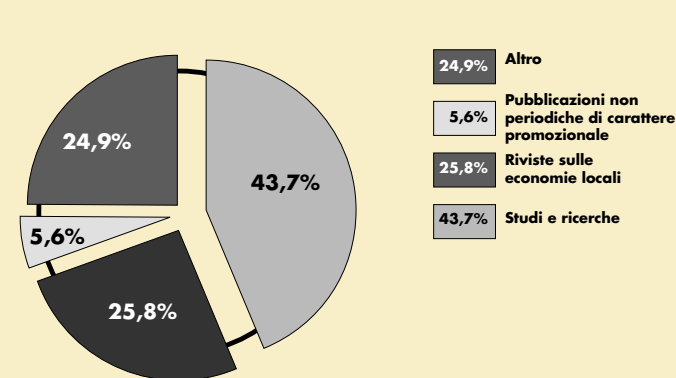
L'informazione economico-statistica è una delle funzioni più radicate tra le attività delle Camere di Commercio e delle loro Unioni Regionali. La rapida evoluzione delle condizioni economiche (innovazione, globalizzazione, ecc.) ed istituzionali (federalismo) rende questo servizio ancora più strategico per il sistema camerale: si tratta infatti di una delle principali chiavi di volta per favorire un più intenso rapporto con le istituzioni e con le imprese, in quanto impatta direttamente con i rispettivi processi decisionali. Anche la partecipazione alle politiche di sviluppo ed ai tavoli di concertazione e di programmazione a livello territoriale può essere favorita e/o qualificata dalla capacità di fornire precise ed articolate informazioni sull'economia e sul territorio (basti pensare al tema dell'attrazione degli investimenti, marketing territoriale, ai patti territoriali e ai contratti d'area, alle politiche per l'occupazione e la formazione, ecc.). Ciò assume particolare rilevanza alla luce dei processi di decentramento in atto e della necessità di policies mirate per le diverse realtà locali.

**La scelta degli specifici filoni di ricerca da mettere sotto osservazione su base sistematica e permanente risponde all'obiettivo strategico di rafforzare la capacità del sistema camerale di offrire servizi di informazione statistico-economica e sviluppare sistemi di analisi relativi a temi di particolare interesse, a sup-**

**porto delle politiche economiche e dei processi decisionali, fornendo strumenti in grado di assistere ed orientare:**

- le imprese, che quotidianamente devono assumere decisioni (dalla localizzazione produttiva all'import-export, ecc.) per le quali necessitano di conoscenze precise ed aggiornate sul territorio, sui mercati, sulla situazione occupazionale ed altre informazioni sui contesti di riferimento;
- i decisori delle politiche economiche nazionali, regionali e provinciali (Governo nazionale, Regioni, Province, Comuni ecc.), che, in momenti importanti nella definizione di policies, quali ad esempio la programmazione economica, le politiche per le imprese o le politiche occupazionali, si basano su elaborazioni economico-statistiche in grado di fornire un'esauriente e qualificata lettura dell'andamento del contesto territoriale di riferimento;
- gli Amministratori delle Camere di Commercio, per la definizione degli obiettivi pluriennali e dei conseguenti investimenti;
- i cittadini e la collettività in genere, per i quali l'informazione economico-statistica può talvolta costituire un importante punto di riferimento (si pensi all'attività promozionale svolta per indirizzare i giovani verso un idoneo sbocco professionale, sia dipendente che indipendente)

**Grafico 2.14. Tipologia di ricerche e pubblicazioni realizzate nel 2001 (valori %)**



**Grafico 2.15. Graduatoria delle tipologie di osservatori economici realizzati dalle Camere di Commercio (valori %)**

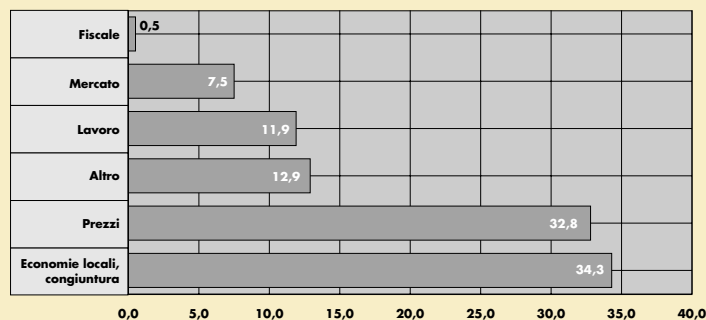


Grafico 2.16. Distribuzione % delle modalità di rapporti con l'utenza nella attività di informazione e divulgazione al pubblico

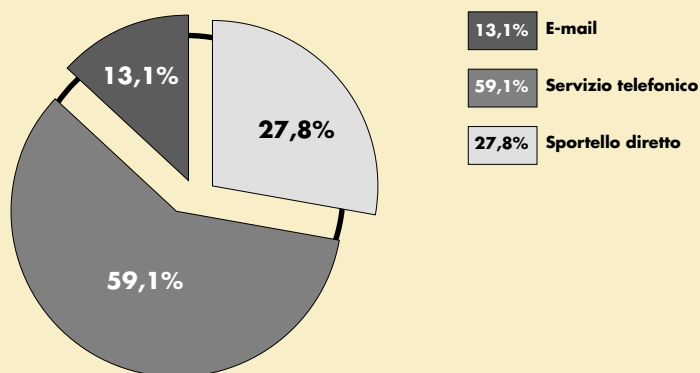


Figura 2.7. I servizi di biblioteca delle Camere di Commercio

**67** servizi di biblioteca attivi

Oltre **100** addetti al servizio

Oltre **780.000** volumi inventariati

**45** collegamenti in linea o su Cd-Rom

**15** partecipazioni a iniziative di cooperazione interbibliotecaria

Nel 2001 il numero delle Camere arbitrali attive presso le Camere di Commercio è pari a 69, dato rimasto invariato rispetto a quello del 2000. La natura giuridica dei servizi è rimasta prevalentemente quella di uffici camerale; le Camere arbitrali organizzate in Aziende Speciali sono risultate 5 (Bolzano, Como, Mantova, Milano e Roma), 20 Camere di Commercio invece risulta che hanno costituito delle associazioni con altre Camere arbitrali oppure con le categorie e gli ordini professionali.

Dai dati risulta che il personale addetto alle Camere arbitrali è stato complessivamente di 133 persone, impegnate per il 33% a tempo pieno e per il 67% a tempo parziale.

Le 69 Camere arbitrali nel periodo 1996-2001 hanno gestito complessivamente 971 arbitrati: per quanto riguarda gli arbitrati amministrati nel 2001 risulta confermato il trend di crescita (+5%).

Il valore medio delle controversie arbitrali gestite nel 2001 è risultato di euro 469.018,00, men-

tre la durata media è risultata di 154 giorni.

Per quanto concerne i settori più ricorrenti oggetto delle domande di arbitrato tra imprese, si segnala il commercio, col 47% del totale, seguito dal settore degli appalti, col 19%; minori le percentuali del settore finanziario (10%) e tessile (8%).

Relativamente invece all'arbitrato tra imprese e consumatori, il settore prevalente è di gran lunga quello immobiliare (50% del totale), seguito a grande distanza dal settore degli appalti e del commercio, entrambi attestati al 18% del totale. Si ritiene opportuno evidenziare i motivi che hanno indotto una o entrambe le parti a rivolgersi al servizio di arbitrato delle Camere di Commercio:

- 60% in forza di una clausola compromissoria contenuta nel contratto;
- 20% imparzialità dell'ente e professionalità degli arbitri;
- 20% economicità e rapidità del servizio.

Figura 2.8. Camere arbitrali e Commissioni di conciliazione

**69 Camere arbitrali (il 73% sono uffici camerale), che hanno amministrato dal 1996 ad oggi 1.000 arbitrati (quasi 250 nel 2001) • 102 Camere di conciliazione, che hanno gestito dal 1996 ad oggi quasi 2.620 conciliazioni (864 nel 2001) • Sportelli, sezioni, uffici camerale**



Grafico 2.17. La natura delle controversie gestite dalle Camere arbitrali nel 2001 (valori %)

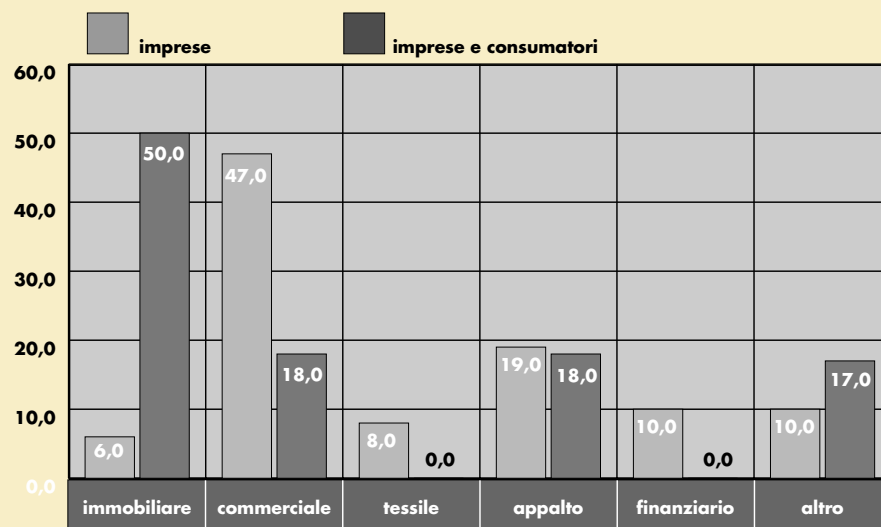


Grafico 2.18. Le controversie gestite dalle Commissioni di conciliazione per settori nel 2001 (valori %)

