3

L'AZIONE DI SERVIZIO

3.1

E-GOVERNMENT

L'azione in tema di *e-Government* portata avanti dal sistema camerale nel corso del 2004 ha confermato le Camere di Commercio come uno dei soggetti "*apripista*" e trainanti al cambiamento nel processo di digitalizzazione dei servizi della P.A. italiana.

Alla progressiva integrazione fra la rete camerale, i soggetti istituzionali e le agenzie tecniche che presidiano il tema (sancita da intese e accordi programmatici con il Ministero per le Attività produttive, il Ministro per l'Innovazione e le Tecnologie, il Centro Nazionale per l'Informatica nella P.A., la stessa InfoCamere), hanno fatto riscontro importanti risultati sia dal punto di vista progettuale che tecnico.

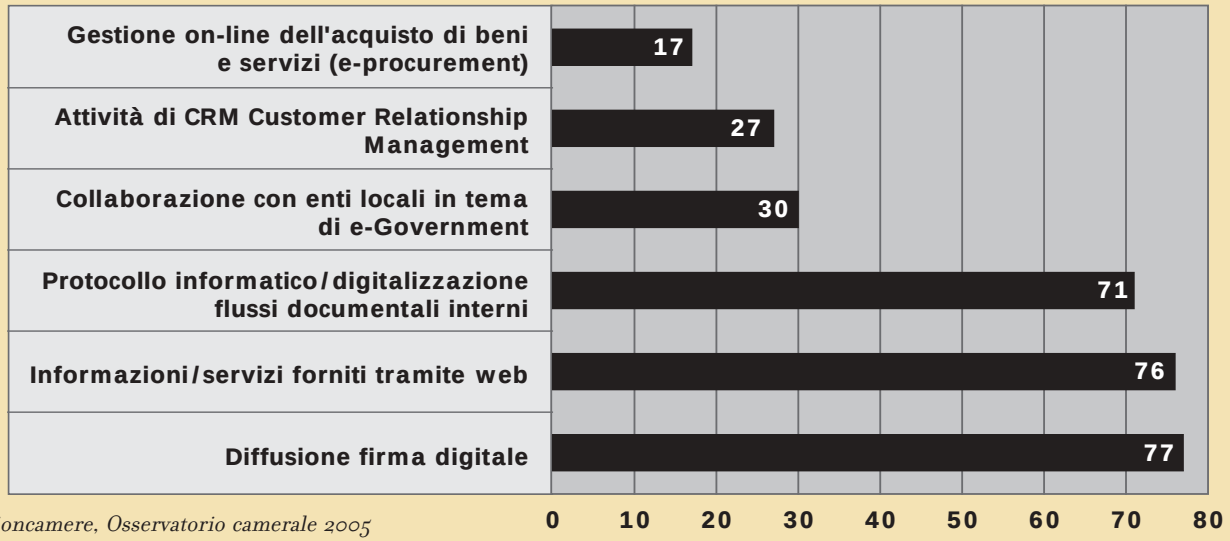
Nel corso dell'anno si è infatti concretizzata un'attività di progettazione e sviluppo avviata nel 2002 con la messa on-line del portale www.impresa.gov.it, il portale italiano al ser-

Tabella 3.1.1. I numeri dell'e-Government

106,4	Milioni di interrogazioni su dati camerali da utenti privati
11,1	Milioni di interrogazioni su dati camerali della P.A.
908.898	Smart card distribuite
474.987	Certificati presentati per via telematica
168.564	Iscrizioni al Registro delle imprese per via telematica
2.401.368	Pratiche telematiche e flopy firmati ricevuti
101	Camere di Commercio hanno attivato un proprio sito internet
298	Attività di *e-Government* sono state sperimentate da Camere di Commercio *di cui:* **77** in firme digitali **76** in informazioni/servizi forniti tramite web **71** in protocolli informatici/digitalizzazione flussi documentali interni **30** mediante collaborazioni con enti locali in tema di *e-Government* **27** in attività di CRM (Customer Relationship Management) **17** mediante gestione on-line dell'acquisto di beni e servizi (e-procurement)

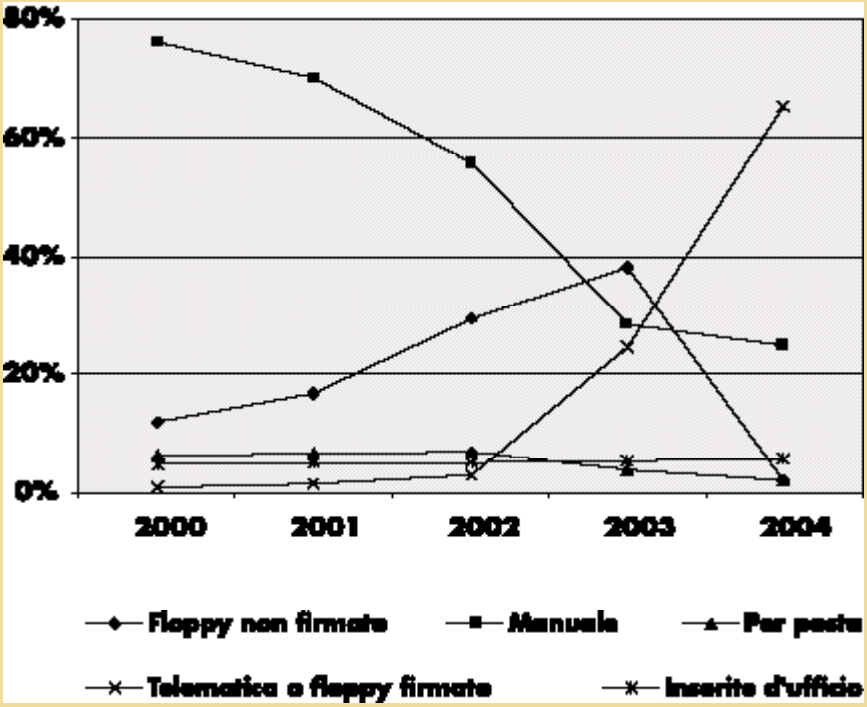
Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

Figura 3.1.1. I progetti di e-Government delle Camere di Commercio distinti per obiettivi (anno 2004)



Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

Figura 3.1.2. L'andamento (in percentuale sul totale) delle diverse tipologie di pratiche ricevute e gestite dalle Camere di Commercio nel periodo 2000-2004



Fonte: *elaborazione Unioncamere su dati Infocamere, 2004*

vizio delle imprese, la cui realizzazione è stata affidata all'Unioncamere sulla base di un Protocollo di Intesa tra il Ministro delle Attività produttive, il Ministro per l'Innovazione e le Tecnologie ed il Presidente di Unioncamere (cofinanziato dal sistema camerale a valere sulle annualità 2002 e 2003 del Fondo di Perequazione).

Parallelamente, e come strumento che permettendo l'identificazione in rete dell'utente consente l'accesso diretto ai servizi dispositivi on-line presenti sul portale impresa.gov, è stata lanciata la Carta Nazionale dei Servizi, evoluzione della *smart card*, a propria volta strumento fondamentale nella semplificazione e automazione dei processi amministrativi della P.A., e di cui le Camere di Commercio sono in assoluto i maggiori distributori nazionali.

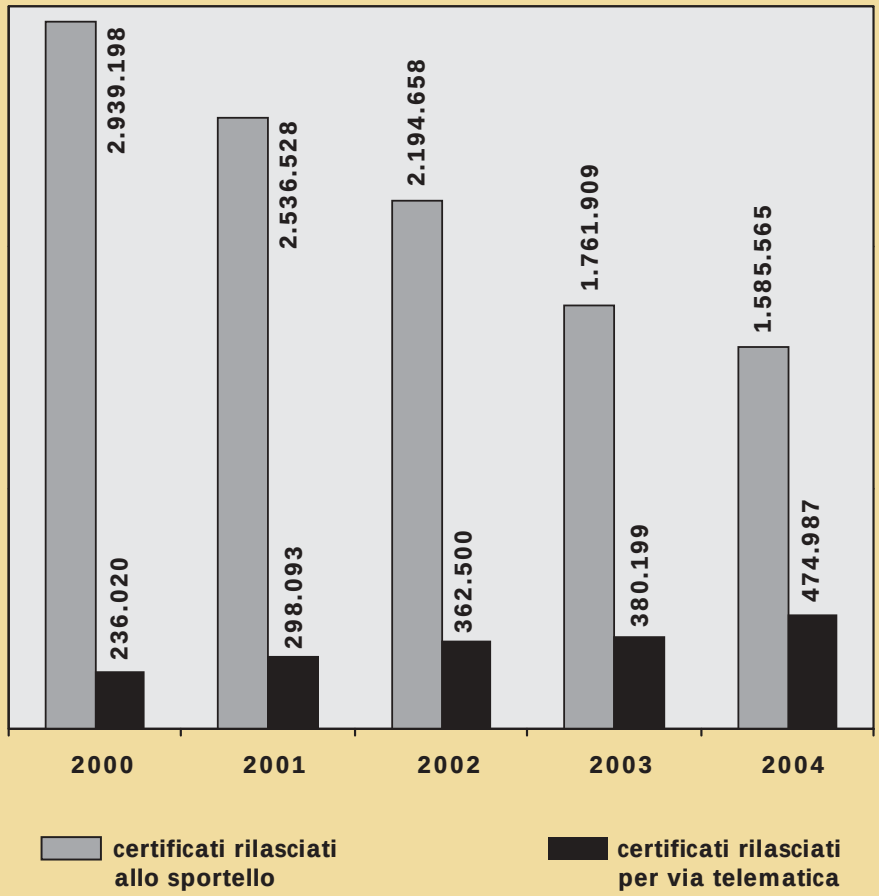
In tal modo le Camere di Commercio, tra i primi enti emettitori della Carta Nazionale dei Servizi, offrono alle imprese un complesso di strumenti e servizi (CNS, firma digitale, servizio di posta certificata, la gestione telematica delle comunicazioni ed interrogazioni del Registro delle imprese e delle altre banche dati camerali) che costuiscono da un lato un canale diretto di comunicazione tra le Camere stesse e le imprese; dall'altro, nell'ottica dell'interoperabilità con il resto della Pubblica Amministrazione, un "ultimo miglio" virtuale per la gestione dei rapporti amministrativi tra le imprese e gli altri enti della P.A.

Il Portale per le Imprese

Il portale www.impresa.gov.it è un punto di accesso unitario alle informazioni ed ai servizi dispositivi on-line rivolti alle imprese ed erogati dalla Pubblica Amministrazione centrale e locale[1].

[1] Il progetto per la realizzazione del "Sistema informatizzato per l'erogazione di servizi integrati alle imprese", approvato dal Comitato dei Ministri per la Società dell'Informazione (CMSI), è frutto della collaborazione tra il Ministero delle Attività produttive, il Ministro per l'Innovazione e le Tecnologie e l'Unioncamere; vede inoltre il coinvolgimento dell'INPS e dell'INAIL.
Al Centro Nazionale per l'Informatica nella Pubblica Amministrazione (CNIPA) è affidato il coordinamento tecnico del progetto. InfoCamere, la società che ha realizzato e gestisce il sistema telematico nazionale delle 103 Camere di Commercio, ha creato l'infrastruttura tecnologica del portale e ne cura la gestione. Mediacamere, oltre alla progettazione grafica ed editoriale, cura la redazione e-content.

Figura 3.1.3. I certificati: telematico e sportello a confronto (valori assoluti)



Fonte: *elaborazione Unioncamere su dati Infocamere, 2004*

In particolare, impresa.gov.it permette di accedere alle informazioni, alla modulistica ed ai servizi interattivi offerti nei siti istituzionali delle Pubbliche Amministrazioni Centrali, delle Regioni, Province, Comunità Montane, dei Comuni con più di 25.000 abitanti, delle Aziende Sanitarie Locali e delle Camere di Commercio.

Per effettuare le procedure amministrative integrate tramite il Portale, è necessario essere in possesso della Carta Nazionale dei Servizi o delle più diffuse *smart card*. In tal modo l'imprenditore interagisce col portale in una logica di "sportello virtuale" che, da un lato, agevola il rapporto tra gli operatori del sistema economico nazionale e la Pubblica Amministrazione grazie ad un efficace utilizzo delle tecnologie informatiche e di internet; dall'altro, opera una reale semplificazione degli adempimenti amministrativi a carico delle imprese stesse.

Tramite la progettazione e lo sviluppo di un'infrastruttura per la cooperazione applicativa tra le Camere di Commercio, l'INPS e l'INAIL, infatti, il portale consente di svolgere in forma integrata con un'unica operazione e senza duplicazione di informazioni, 19 adempimenti di competenza dei tre enti (ad esempio, l'iscrizione di un'impresa).

Potenziali utenti del portale sono gli oltre 5 milioni di imprese italiane, e comunque tutti gli imprenditori ed aspiranti tali, i loro delegati (intermediari professionali, le associazioni di categoria, patronati) nonché tutti coloro che partecipano alla gestione della realtà d'impresa.

Per il popolamento del portale, che è stato realizzato in piena conformità con i requisiti di usabilità ed accessibilità, sono stati analizzati circa 1600 siti, individuando oltre 12.000 link di interesse, che sono stati organizzati in 3 canali informativi: "Impresa e pubblica amministrazione", "Sviluppo d'impresa", "Innovazione e formazione"; ad essi si aggiungono due canali dedicati specificamente alla modulistica ed ai servizi on-line.

I 19 SERVIZI INTEGRATI RESI DISPONIBILI ON LINE (*ACCESSIBILI TRAMITE CNS O SMART CARD*):

Aprire un'attività

- Iscrizione di un'impresa individuale o di una società

Modificare un'attività

- Variazione attività esercitata
- Variazione denominazione
- Variazione sede legale
- Variazione sede operativa
- Variazione ragione sociale

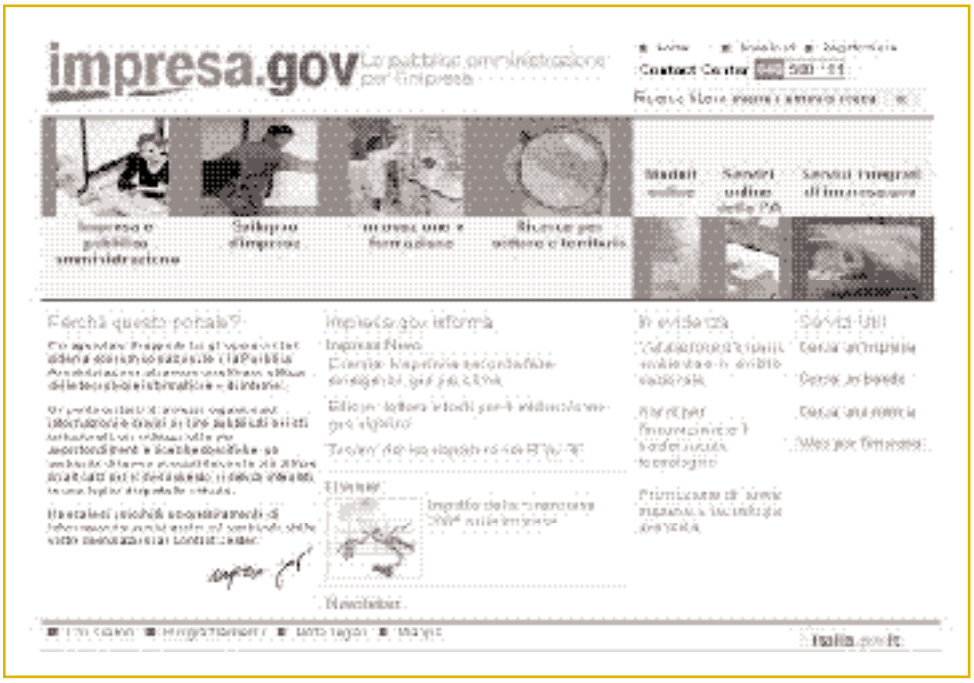


Tabella 3.1.2. Il popolamento di impresa.gov: info, moduli, servizi on line e categorie della P.A.

	IMPRESA.GOV			
	Info	**Moduli**	**Servizi On Line**	**Totale**
P.A. Centrale	229	37	8	**274**
Regioni	419	64	1	**484**
Province	818	486	7	**1.311**
Comuni	1.259	1.012	4	**2.274**
Camere di Commercio	3.137	864	13	**3.857**
Altri	570	184	0	**754**
	6.822	**2.647**	**33**	**9.502**

Fonte: *elaborazioni Mediacamere, 2005*

Pagare le tasse

- Richiesta regolarità contributiva (INPS)
- Calcolo codice F24 per artigiani e commercianti (INPS)
- Invio DM 10 (INPS)
- Invio GLA (INPS)
- Estratto conto aziendale (INPS)
- Denuncia nominativa assicurati DNA (INAIL)
- Gestione contabile (INAIL)

Gestire il personale

- Sospensione dell'attività con dipendenti
- Riattivazione dell'attività con dipendenti
- Cessazione dell'attività con dipendenti

Consultazione

- Trasmissione dati anagrafici alla Camera di Commercio
- Trasmissione dati anagrafici ad INAIL
- Trasmissione dati anagrafici ad INPS

GLI STRUMENTI DI SUPPORTO ALL'UTENZA

Contact Center. Servizio di assistenza ed interazione a disposizione dell'utenza (tramite e-mail e telefono)

Cerca un'impresa: Consente di ricercare on-line tutte le imprese iscritte al Registro delle imprese

Cerca un bando: Consente di ricercare on-line tutti i bandi di gara pubblicati nella Gazzetta Europea ed in quella della Repubblica Italiana

Cerca una norma: Consente di ricercare on-line qualsiasi norma emanata a livello centrale, regionale e/o locale

Web per l'impresa: Le "pagine gialle" di tutti i siti web della P.A. italiana

Notiziario: Panoramica quotidiana dei principali fatti in materia di politica economica, innovazione, mercati internazionali

Dossier di approfondimento: Dossier men-

ALCUNI ESEMPI CONCRETI

Iscrizione di impresa individuale o società (Prima del Portale)

- Predisposizione pratica di iscrizione al Registro delle imprese (prodotto FEDRA) ed invio telematico della stessa (prodotto Telemaco)
- Compilazione modulo cartaceo INPS e consegna fisica allo sportello territorialmente competente (non possibile via fax), di norma presso la sede nel capoluogo di provincia;
- Compilazione modulo cartaceo INAIL e consegna allo sportello territorialmente competente, di norma presso la sede nel capoluogo di Provincia;
- Richiesta dello stato di avanzamento della pratica singolarmente ai tre enti.

(Con il Portale Imprese)

- Possibilità di gestire i tre adempimenti **on line** ed in **un solo momento** (in forma integrata) con controllo immediato sulla correttezza della compilazione;
- Inserimento dei dati comuni **una sola volta** con conseguente eliminazione delle difformità sui dati costitutivi d'impresa presso gli archivi dei tre enti;
- Gestione integrata degli esiti: con una sola interrogazione si riceve il numero di protocollo da ciascun ente assegnato e si è informati sull'esito della pratica presso i tre enti.

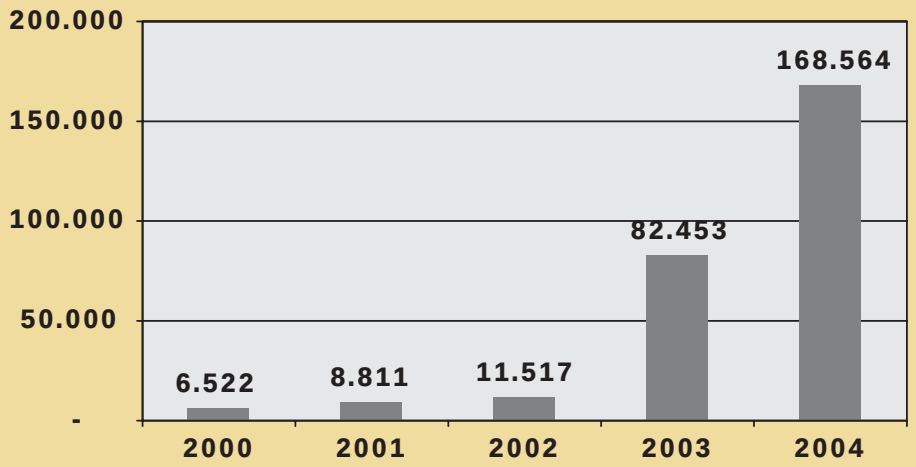
Cessazione attività con dipendenti (Prima del Portale)

- Compilazione modulo cartaceo INPS e consegna fisica allo sportello territorialmente competente (non possibile via fax), di norma presso la sede nel capoluogo di provincia;
- Compilazione modulo cartaceo INAIL e consegna allo sportello territorialmente competente, di norma presso la sede nel capoluogo di provincia;
- Richiesta dello stato di avanzamento della pratica singolarmente ai due enti.

(Con il Portale Imprese)

- Possibilità di gestire i due adempimenti **on line** ed in **un solo momento** (in forma integrata) con controllo immediato sulla correttezza della compilazione;
- Recupero automatico dei dati comuni dal Registro delle imprese con conseguente eliminazione delle difformità sui dati costitutivi d'impresa presso gli archivi dei tre Enti;
- Gestione integrata degli esiti: con una sola interrogazione si riceve il numero di protocollo da ciascun ente assegnato e si è informati sull'esito della pratica presso i due enti.

Figura 3.1.4. Le iscrizioni al Registro delle imprese per via telematica nel 2004



Fonte: *elaborazione Unioncamere su dati Infocamere, 2004*

sili di approfondimento settoriale di particolare interesse per il mondo delle imprese

Newsletter: La registrazione al portale consente di ricevere (da aprile 2005), direttamente sulla propria casella di posta elettronica, una newsletter mensile che raccoglie le principali notizie pubblicate sul portale.

Impresa.gov.it, grazie all'offerta crescente di servizi integrati e alla progressiva interazione con i sistemi informatici degli enti locali, punta a ridurre sensibilmente gli obblighi burocratici a carico delle imprese.

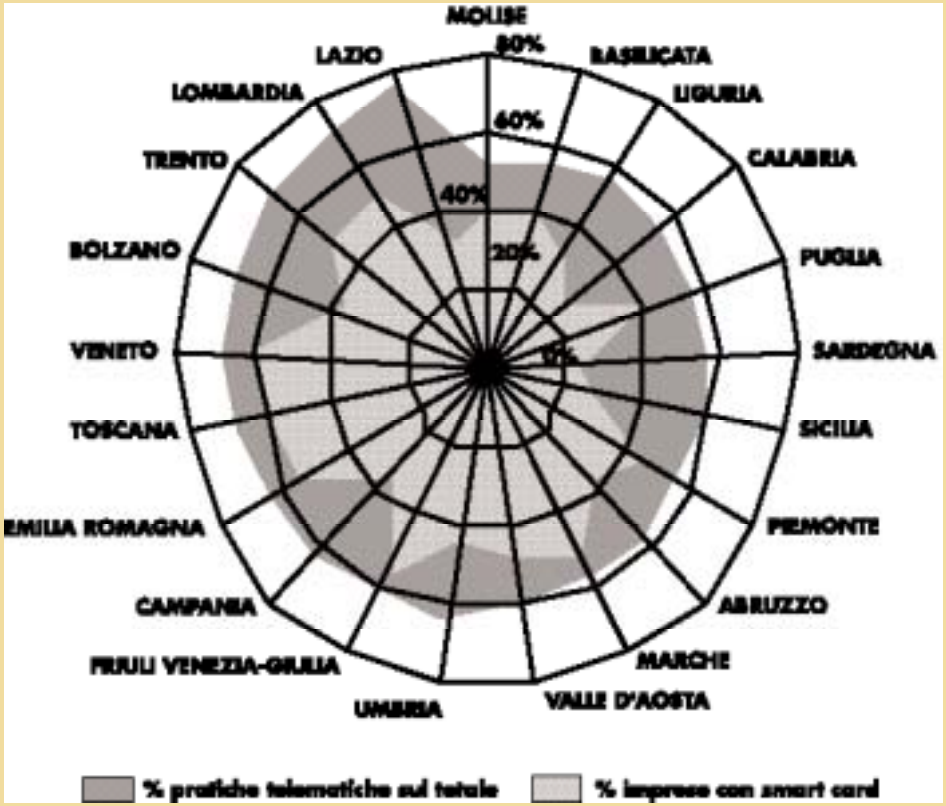
I benefici del sistema sono immediatamente percepibili: la P.A. e le imprese spendono per la comunicazione dei soli eventi costitutivi o modificativi non meno di 180 milioni di euro all'anno di cui 100 a carico della P.A. e 80 a carico delle imprese. Solo con i servizi inte-

grati oggi disponibili sul portale si mira ad ottenere un risparmio di oltre il 10%, pari a più di 18 milioni di euro.
Peraltro il sistema, consentendo il riallineamento dei database dei tre enti partner, migliorerà sensibilmente l'affidabilità e la qualità delle informazioni, che potranno più efficacemente essere utilizzate, ad esempio, per realizzare studi ed analisi statistiche ed economiche.
Le Camere di Commercio sono state coinvolte sia nella fase di progettazione dei servizi del portale (attraverso l'organizzazione di due eventi di presentazione ed approfondimento sui contenuti del progetto tenutisi presso l'Unioncamere in luglio e novembre); sia apportando un primo contributo in termini di segnalazione alla Redazione centrale dei siti, propri o più generalmente della PAL, meritevoli di essere esposti nell'albero di navigazione di impresa.gov.
Il progetto prevede pure la realizzazione del Registro Informatico degli Adempimenti amministrativi a carico delle imprese, il cui avvio è tuttavia stato procastinato in attesa della definizione puntuale del DPCM che ne deve dettare le regole tecniche, tuttora alla valutazione del Consiglio di Stato.

La Carta Nazionale dei Servizi

Il Piano di *e-Government* varato dal Ministro per l'Innovazione e le Tecnologie prevede la distribuzione a cittadini ed imprese di uno strumento nazionale di autenticazione in rete. La Carta Nazionale dei Servizi (CNS) rappresenta il supporto ideale per la fruizione dei servizi in rete erogati dalla P.A., contenendo un certificato di autenticazione che identifica il titolare ed assicura l'autenticità delle informazioni da questo trasmesse.
Il sistema camerale, al momento l'unica Pubblica Amministrazione ad aver attivato su tutto il territorio nazionale l'utilizzo della firma digitale per oltre 1,5 milioni di imprese, ha iniziato già da alcuni mesi il rilascio della CNS (ad aprile 2005 ne risultano distribuite già oltre 31.000), potendo con essa fornire anche un servizio di firma digitale degli atti e dei documenti.
La CNS delle Camere di Commercio, oltre a permettere l'accesso telematico a tutti i servizi resi disponibili on-line dalle P.A., consente alle imprese di ottenere, rispetto alla propria posizione:

Figura 3.1.5. Il posizionamento delle Regioni rispetto alle pratiche telematiche



Fonte: *elaborazione Unioncamere su dati Infocamere, 2004*

LA COMUNICAZIONE PARTITA IVA TRAMITE GLI SPORTELLI CAMERALI E TELEMACO (DECRETO MAP 12/5/2004)

Il servizio per la assegnazione/cessazione della Partita IVA e del Codice Fiscale (rivisto in seguito al cambiamento della modulistica dell'Agenzia delle Entrate) è dal settembre 2004 accessibile anche tramite Telemaco e dagli sportelli camerali.

I passi per la richiesta telematica sono:

- Scegliere dalla home-page di Web Telemaco il servizio JGRETA "Assegnazione Partita IVA"
- Compilare la modulistica on-line (modelli Ag. Entrate AA7/7 e AA9/7)
- Inviare la richiesta alla Camera, che riceve la pratica e approva la richiesta
- Telemaco attiva il collegamento con il Ministero delle Finanze che evade la richiesta (l'esito e la nuova Partita IVA arrivano tramite e-mail direttamente al richiedente)

I passi per una richiesta presso lo sportello camerale:

- Da Scriba o Web Telemaco selezionare il link verso la home-page del servizio JGRETA "Assegnazione Partita IVA"
- Compilare la modulistica on-line (modelli Ag. Entrate AA7/7 e AA9/7)
- La Camera attiva il collegamento con il Ministero delle Finanze che evade la richiesta
- La Camera riceve l'esito dell'elaborazione dal Ministero delle Finanze con l'attribuzione/cessazione del numero di Partita Iva

Ad oggi, sono già 955 le Partite IVA assegnate dal sistema camerale.

- visura ordinaria, visura storica, visura artigiana e scheda società;
- modello di dichiarazione sostitutiva del certificato Registro delle imprese;
- statuti, atti e bilanci depositati;
- situazione dei pagamenti del diritto annuale;
- stato delle pratiche del Registro Imprese.

La CNS consente infine l'accesso diretto ai servizi dispositivi esposti dalle Camere di Commercio, dall'INPS, dall'INAIL e presto pure dall'Agenzia delle Entrate nel sito del portale per le imprese (www.impresa.gov.it).

CAMERA DI COMMERCIO DI TRIESTE - PROGETTO "SMS INFORMATI": SERVIZIO SPERIMENTALE DI INFORMAZIONE VIA SMS

Il progetto "SMS informati", ideato dallo Sportello Punto Impresa (SPIm) dell'Azienda Speciale Aries, nasce dall'esigenza delle imprese di essere informate puntualmente sulle opportunità riservate loro in materia di agevolazioni e contributi.

Il progetto ha permesso di mettere a disposizione delle imprese, degli aspiranti imprenditori, dei professionisti, delle associazioni di categoria ed altri soggetti interessati, un servizio di informazione gratuita e tempestiva sulle novità d'interesse (apertura e chiusura bandi, nuovi contributi, convegni, workshop, ecc.).

Il sistema adottato "SMASH" viene gestito in ottica di multicanalità, aggiungendosi al servizio di emailing, gestito direttamente da un DB interno dello SPIm.

La gestione della messaggistica avviene attraverso il portale TIM business dove vengono importati i dati estrapolati direttamente dal DB interno. Il sistema permette di operare la segmentazione dell'utenza in modo da avere delle liste di distribuzione diverse per l'invio diversificato degli SMS. Inoltre, il DB creato consente di elaborare delle statistiche interne che permettono di tracciare il profilo di utenza in modo da poter indirizzare al meglio le risorse e l'attività dello SPIm dedicato al mondo imprenditoriale e professionale.

L'attivazione del servizio (oltre che direttamente allo sportello) avviene attraverso l'iscrizione tramite il sito internet dello SPIm www.aries.ts.camcom.it/spim

I risultati:

- numero utenti registrati nel DB interno: 963
- numero iscritti al servizio "SMS informati": 500
- numero iscritti on-line: 89
- numero campagne inviate: 32
- numero messaggi SMS inviati: 6228
- numero contatti di feedback: 10 (in media per ogni campagna)
- numero iscritti al servizio emailing: 645

I progetti sul territorio

Camera	Titolo progetto	Partenariato
Ascoli Piceno	Portale impresa.gov	Cnipa, Mit, Map, Unioncamere, Inps, Inail
Avellino	Portale informativo per la tutela dei consumatori e degli utenti	Associazioni dei consumatori presenti sul territorio
Belluno	Protocollo informatico	
Benevento	Sviluppo dell'e-Government nel Sannio	
Bergamo	Riprogettazione del sito internet camerale	
Bologna	Progetto "Panta rei"	Provincia di Bologna
Bolzano	Protocollo informatico	
Brescia	Progetto "Jobs6"	Provincia di Brescia, l'Isitituto Nomesis, Regione Lombardia
Campobasso	Diffusione della firma digitale	Commercialisti, Notai, Ordini professionali
Catanzaro	Portale impresa.gov	Cnipa, Mit, Map, Unioncamere,Inps, Inail
Como	Progetto "Como on net"	Regione Lombardia, Provincia e Comune di Como, Politecnico di Milano
Cosenza	Customer relationship management	Network tra 40 CdC (Protocollo di Intesa)
Crotone	Progetto "SUAP web"	Provincia di Crotone, Prefettura, altri Comuni della Provincia
Cuneo	Diffusione firma digitale	Commercialisti, Notai, Ordini professionali
Ferrara	Integrazione dei servizi innovativi della CdC (firma digitale, posta certificata ecc.) con il sistema provinciale dei SUAP	Provincia di Ferrara
La Spezia	Customer relationship management	Network tra 40 CdC (Protocollo di Intesa)
Lecco	Portale impresa.gov	Cnipa, Mit, Map, Unioncamere, Inps, Inail
Lodi	Progetto "Elaus 2002"	Provincia di Lodi, ASL Lodi e 37 Comuni lodigiani
Lucca	Diffusione firma digitale	
Messina	Ateco 2002	
Milano	Creazione del Contact Center	
Napoli	Nuovo portale della Camera di Napoli	
Novara	Customer relationship management	Network tra 40 CdC (Protocollo di Intesa)
Parma	Area informativa della borsa merci tradizionale e telematica	
Pavia	Riprogettazione sito istituzionale - restyling grafico e riorganizzazione dell'architettura logica delle informazioni	
Pesaro e Urbino	Portale impresa.gov	Cnipa, Mit, Map, Unioncamere, Inps, Inail
Pisa	Customer relationship management	Network tra 40 CdC (Protocollo di Intesa)
Pistoia	Portale impresa.gov	Cnipa, Mit, Map, Unioncamere, Inps, Inail
Potenza	Customer relationship management	Network tra 40 CdC (Protocollo di Intesa)
Prato	Protocollo informatizzato e interoperabilità	

segue I progetti sul territorio

Camera	Titolo progetto	Partenariato
Reggio Calabria	Customer relationship management	Network tra 40 CdC (Protocollo di Intesa)
Reggio Emilia	Diffusione firma digitale	Commercialisti, Notai, Ordini professionali
Rieti	Portale impresa.gov	Cnipa, Mit, Map, Unioncamere, Inps, Inail
Rimini	Diffusione firma digitale	Commercialisti, Notai, Ordini professionali
Savona	Realizzazione nuovo sito della Camera di Savona	
Siena	Promozione online tramite il sito della CdC (www.si.camcom.it) ed il sito www.terraviva-siena.it del marchio Terraviva	Mediacamere
Terni	Portale impresa.gov	Cnipa, Mit, Map, Unioncamere, Inps, Inail
Treviso	Riprogettazione del sito internet per renderlo accessibile ai soggetti disabili	
Trieste	SMS informati: servizio sperimentale di informazione via sms	
Udine	Protocollo informatico	
Vercelli	Customer relationship management	Network tra 40 CdC (Protocollo di Intesa)
Vibo Valentia	Customer relationship management	Network tra 40 CdC (Protocollo di Intesa)
Vicenza	Portale impresa.gov	Cnipa, Mit, Map, Unioncamere, Inps, Inail
Viterbo	Customer relationship management	Network tra 40 CdC (Protocollo di Intesa)

N.B. I progetti sono stati segnalati direttamente dalle Camere di Commercio

Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

3.2

INTERNAZIONALIZZAZIONE

Complessivamente, nel 2004 oltre 17mila imprese si sono avvalse delle iniziative per l'internazionalizzazione approntate dalle Camere di Commercio. Ad esse si affianca una rete di strutture, risorse, esperienze e relazioni composta da oltre **71** Camere italiane all'estero in **46** Paesi del mondo; **66** Eurosportelli; **26** Camere di Commercio Italo Estere o Estere in Italia; **12** Centri esteri regionali; **503** tra fiere e missioni commerciali a sostegno di più di **3400** imprese; oltre **250** seminari e corsi di formazione cui hanno preso parte più di **14mila** operatori con l'estero.

Importanti sono in particolare le risorse mobilitate nelle iniziative di promozione e accompagnamento delle PMI sui mercati. Negli ultimi anni esse sono ammontate a circa 40 milioni di euro l'anno, spesso impegnati in sinergia con altri soggetti in modo da determinare un effetto moltiplicatore; come nel caso delle intese annuali sottoscritte con l'ICE che hanno portato all'approvazione di 63 progetti, per un importo di 15 milioni di euro, e che hanno visto la partecipazione di quasi 60 strutture camerali.

In particolare, l'intesa operativa ICE-Unioncamere 2004 ha realizzato un programma congiunto di attività articolato per progetti lungo le seguenti filiere: agroalimentare, oro, legno, tessile, meccanica, turismo, edilizia, componentistica e nautica.

Segnaliamo tra gli altri il progetto di formazione di ingegneri stranieri in Italia realizzato dalle Camere di Commercio di Lecco e di Como in collaborazione con il mondo universitario.

Il commercio internazionale sta però attraversando un momento delicato. Le tensioni tra i Paesi più industrializzati e quelli in via di sviluppo frenano l'equa liberalizzazione degli scambi e degli investimenti.

Emergono nuove economie fortemente votate all'export come quella cinese. Mercati ricchi come quelli europei assorbono di meno. Alcuni Paesi hanno attuato una decisa specializzazione produttiva nei settori a maggiore valore aggiunto.

Queste quattro circostanze hanno non solo colpito duramente alcune produzioni di punta del *made in Italy*. Hanno anche reso evidente la necessità di ristrutturare in profondità, sul piano operativo ma innanzi tutto su quello culturale, lo stesso sistema di supporto all'internazionalizzazione d'impresa.

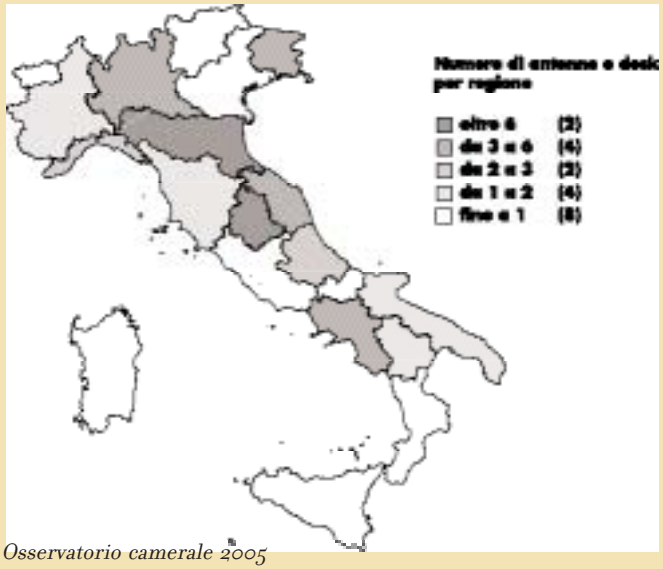
Alla modernizzazione di questa infrastruttu-

Tabella 3.2.1. I numeri sull'internazionalizzazione

40	Antenne e desk all'estero gestite direttamente da Camere di Commercio *di cui:* **22** in Europa **10** in Asia **3** in Sud America **3** in Nord America **2** in Africa
188	Partecipazioni dirette a fiere e mostre all'estero
86	Missioni commerciali all'estero
229	Delegazioni estere ricevute in Italia
3.466	Aziende che hanno partecipato ad attività promozionali per l'internazionalizzazione *di cui:* **1.188** Aziende hanno partecipato a fiere e mostre all'estero **805** Aziende hanno partecipato a missioni commerciali all'estero **1.473** Aziende coinvolte nel ricevimento di delegazioni
25	Joint-venture promosse
58	Accordi di distribuzione e collaborazione commerciale
26	Iniziative di promozione agli investimenti diretti
11	Accordi per acquisto di licenze, marchi e brevetti
73	Iniziative di collaborazione con Camere di Commercio di altri Paesi *di cui:* **37** in Europa **14** in Nord America **9** in Asia **8** in Sud America **4** in Africa **1** in Oceania
269	Attività formative
14.058	Partecipanti ad attività formative inerenti all'internazionalizzazione
71	Camere di Commercio italiane all'estero
12	Centri Estero Regionali
66	Eurosportelli
26	Camere di Commercio italo-estere
31,2	Milioni di € liquidati per l'internazionalizzazione dalle Camere di Commercio

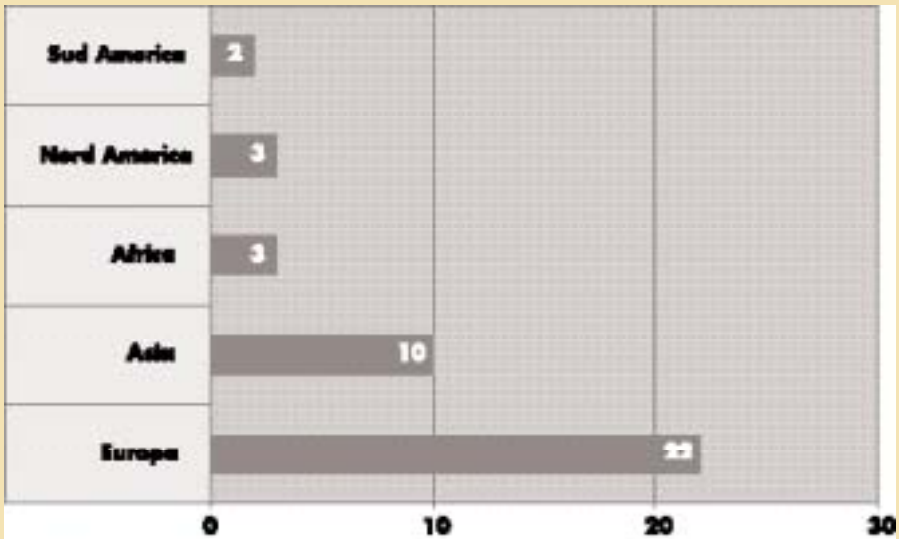
Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

Figura 3.2.1. Le Camere di Commercio con struttura all'estero (antenne e/o desk)



Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

Figura 3.2.2. La distribuzione del numero di antenne e desk rispetto ai continenti interessati nel 2004 (valori assoluti)



Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

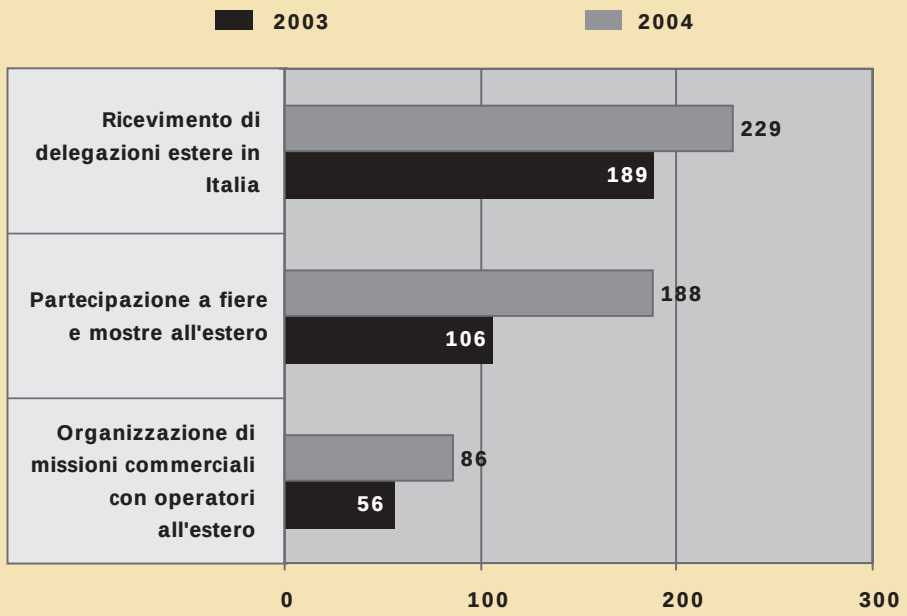
ra immateriale, strategica per alzare il livello di competitività del nostro Paese, stanno lavorando diversi soggetti: Stato, Regioni, associazioni di categoria.

Con la L. 31 marzo 2005, n. 56 recante "Misure per l'internazionalizzazione delle imprese, nonché delega al Governo per il riordino degli enti operanti nel medesimo settore" il nostro Paese si è dotato di uno strumento utile a favorire la penetrazione della nostre imprese sui mercati internazionali, con particolare riguardo alla costituzione degli sportelli Italia all'estero.

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

Così come viene gradualmente estesa all'intera rete camerale italiana ed estera, accrescendone i contenuti informativi, l'esperienza di ***Extender***, un sistema telematico di informazione su gare e appalti realizzato in collaborazione con il Ministero degli Affari esteri e reso fruibile tramite la rete telematica ***Globus*** degli sportelli camerali per l'internazionalizzazione. Avviato in 15 Paesi e alimentato in maniera coordinata dalle loca-

Figura 3.2.3. Il numero di attività svolte per l'internazionalizzazione per tipologia: 2003 e 2004 a confronto



Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

li Camere italiane, dalle rappresentanze diplomatico-consolari e dagli Uffici ICE, *Extender* in un anno di sperimentazione ha prodotto informazioni su oltre 3.000 gare d'appalto, diffuse attraverso la rete informatica camerale in Italia. Allo stesso modo nel prossimo triennio verranno accentuate le azioni, che già nel 2003 prevedevano investimenti diretti per quasi 30 milioni di euro, a favore della promozione della qualità nella prassi aziendale, e della qualità italiana nel mondo.

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

LE CAMERE DI COMMERCIO ITALIANE ALL'ESTERO

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

Il network mondiale delle CCIE si compone oggi di 71 soggetti camerali che, insieme alle delegazioni offrono una copertura di servizio sui territori di operatività in 46 Paesi e costituiscono una rete di 105 punti a disposizione delle piccole e medie imprese italiane e delle istituzioni. Le CCIE, inoltre, associano circa 23mila imprese, il 70% delle quali sono imprese locali o italo-locali, sviluppando nel corso dell'anno circa 300mila contatti d'affari. Il volume complessivo dell'attività promozionale generato nell'ultimo anno è stato superiore 31 milioni di euro, ed è stato cofinanziato per circa un terzo con risorse dello Stato.

Si tratta di una rete di professionalità di cui può disporre l'Italia, che si articola in oltre 600 addetti a tempo pieno che lavorano nelle CCIE, cui si devono aggiungere gli oltre 1.200 amministratori-imprenditori che operano con continuità all'interno del sistema e rappresentano un potente fattore di radicamento delle Camere nelle realtà locali-estere.

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

LA LEGGE PER I BALCANI

La legge 21 marzo 2001, n. 84 (Legge per i Balcani) ha previsto l'istituzione di una sezione speciale del Fondo di Perequazione per progetti camerali nella regione balcanica, nel quadro delle risorse finanziarie messe a disposizione dal MAP.
Unioncamere, infatti, è uno dei soggetti attuatori degli interventi di promozione e assistenza alle imprese insieme ad ICE, Informest, FDL Servizi.
Le Camere di Commercio, i Centri Estero Regionali, le Unioni Regionali hanno pertanto presentato proposte progettuali ad Unioncamere per iniziative nella regione balcanica.
Nell'aprile 2005, il Ministero delle Attività produttive ha approvato nove progetti camerali che hanno coperto la totalità delle risorse finanziarie messe a disposizione dal MAP ad Unioncamere pari a € 2.690.890.
In particolare, il Governo italiano ha riconosciuto al sistema italiano delle Camere di Commercio un ruolo nella stabilizzazione dell'area e, più in particolare, una funzione di consulenza giuridica e trasferimento di competenze e tecnologia per l'istituzione e la gestione di un moderno sistema anagrafico per le imprese della regione balcanica.
Di seguito si riporta l'elenco delle iniziative camerali approvate dal MAP il 13 aprile 2005, che già nei prossimi mesi entreranno nella fase esecutiva:

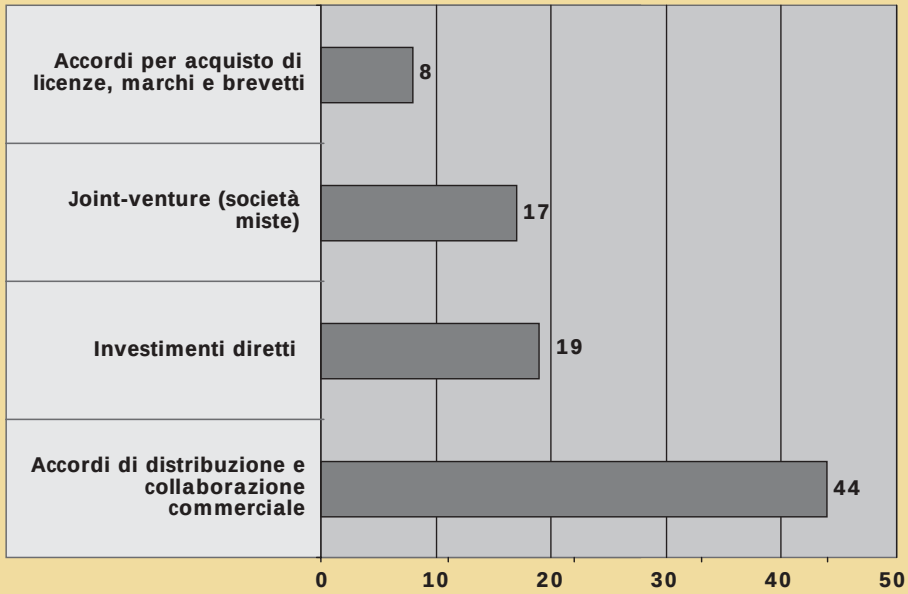
1. "*Nuovi Modelli di Sviluppo Distrettuale nell'Area Balcanica*" promosso dalla Camera di Commercio di Ascoli Piceno.
2. "*Servizio di assistenza giuridica, commerciale, conciliativa ed arbitrale nell'area adriatica*", promosso dalla Camera di Commercio di Ancona
3. "*I distretti industrializzati del Mezzogiorno ad integrazione della rete dei centri Servizi dell'Area dei Balcani*", promosso dal Centro Estero della Campania
4. "*LEATHEX C V X La Filiera del Tessile e della pelletteria incontra la realtà produttiva della Croazia, Bosnia ed Erzegovina. FYROM - Former Yugoslav Republic of Macedonia, Serbia e Montenegro lungo le direttrici dei Corridoi Paneuropei multi-modali V e X*", promosso dalla Camera di Commercio di Firenze e da Promofirenze
5. "*Percorsi formativi pilota per le PMI operanti nel settore delle Public Utilities*", promosso dalla Camera di Commercio di La Spezia
6. "*SITOUR C V X (Support-in-tourism in paneuropean multi modal corridor V, X)*", promosso dalla Camera di Commercio di Pescara
7. "*Coast to Coast" Una nuova porta del medio Adriatico per i Balcani*, promosso dalla Camera di Commercio di Rimini
8. "T.E.C.N.O. DOMUS - Tecnologie Edili Costruttive per Nuove Opportunità" promosso dalla Camera di Commercio di Salerno
9. "CESBU - Centro Servizi in Bulgaria" promosso dal Centro Estero del Veneto.

Anche questa iniziativa potrà contare sul sostegno della rete camerale per l'internazionalizzazione, della quale sono tramatura essenziale le Camere italiane all'estero e le Camere estere in Italia. Si tratta di due realtà importanti nei numeri e uniche per penetrazione nella *business community* internazionale. Le 71 Camere aderenti ad Assocamerestero sono presenti in 42 Paesi, associano 23mila imprese interessate all'interscambio con l'Italia, e sviluppano ogni anno oltre 270mila contatti di business. Altrettanto importante e funzionale è il ruolo giocato dalle 26 Camere miste in Italia: espressione diretta di larghe comunità d'affari estere, esse sono saldamente raccordate con il sistema camerale italiano in una collaborazione che offre al nostro sistema economico l'opportunità di ampliare la quota di investimenti esteri in Italia ed accrescere le occasioni di affari per le nostre imprese.
L'attività istituzionale delle Camere di Commercio a beneficio del Sistema Italia in materia di internazionalizzazione viene inoltre rafforzata con la circolare firmata dal Ministro Marzano, il 6 maggio 2004, sulla assegnazione del numero meccanografico.
Il nuovo sistema, denominato ***Italiancom***, comporterà l'esatta identificazione, da parte

delle Camere di Commercio ai fini della rilevazione statistica nazionale, di tutte le imprese italiane impegnate nei diversi percorsi di internazionalizzazione (esportazione, delocalizzazione, investimenti diretti produttivi all'estero, in particolare).

L'attuazione di questa circolare significherà, inoltre, il rafforzamento di una politica di alleanza istituzionale con Associazione Bancaria Italiana, ISTAT, Ufficio Italiano Cambi e Agenzia delle Dogane.

Figura 3.2.4. Gli obiettivi perseguiti dalle iniziative di collaborazione con Camere di Commercio di altri Paesi nel 2004



Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

PROGETTO SPRINT VENETO - SPORTELLO PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL VENETO

Dando seguito a quanto previsto dal DPR n. 161/2001 – che affidava alle Regioni la costituzione di appositi "Sportelli unici regionali per l'internazionalizzazione delle attività produttive" - il 16 luglio 2003 è stata siglata un'Intesa tra il MAP e la Regione Veneto che ha costituito lo *Sportello unico regionale per l'internazionalizzazione del Veneto*, cui sono stati chiamati a partecipare anche ICE, Finest SPA, Sace, Simest SPA, Informest, Unioncamere Veneto, le Camere di Commercio del Veneto, Veneto Sviluppo SPA e Veneto Innovazione SPA.

Sulla base dell'esperienza maturata con il progetto *Globus - la rete degli Sportelli per l'Internazionalizzazione*, la Camera di Commercio di Venezia e le altre Camere di Commercio del Veneto, coordinate dall'Unioncamere Veneto, si sono da subito candidate ad una partecipazione attiva nella costituzione dello Sportello unico della Regione Veneto, fornendo un servizio completo di prima assistenza e consulenza specialistica in materia di internazionalizzazione rivolto alle PMI della Regione.

Tale collaborazione si è concretizzata con la firma, avvenuta il 12 febbraio 2004, del Protocollo che ha reso operativo lo Sportello per l'internazionalizzazione del Veneto, regolandone l'organizzazione ed il finanziamento, nonché i rapporti tra i soci di SPRINT Veneto.

La struttura dello Sportello è così composta:

- un Tavolo di coordinamento, presieduto dalla Regione Veneto, di cui fanno parte: Ministero delle Attività produttive, Unioncamere Veneto e Finest Spa;
- un Tavolo di partenariato con funzione consultiva, presieduto dalla Regione Veneto e composto da tutti i sottoscrittori del protocollo operativo;
- due strutture operative su base regionale: a) Unioncamere Veneto (con sede a Mestre) – con funzioni anche di coordinamento e b) Finest SPA (con sede a Padova);
- una Rete di Sportelli provinciali attivi presso le singole Camere di Commercio del Veneto.

Gli Obiettivi del progetto

L'obiettivo di SPRINT Veneto è quello di coordinare l'attività svolta da ogni singolo organismo partecipante, al fine di promuovere lo sviluppo degli scambi commerciali e l'internazionalizzazione del sistema regionale delle imprese.

La collaborazione operata a livello regionale, nell'ambito dell'assistenza informativa alle imprese, è quindi un primo passo per la creazione di un sistema coordinato tra gli organismi istituzionali che operano a favore dell'internazionalizzazione delle aziende, che agisca in sinergia per il perseguimento di uno scopo comune, valorizzando nel contempo la specificità di ogni realtà rappresentata, compresa quella dell'ente camerale veneziano.

Le Attività svolte nel 2004

A partire da febbraio del 2004, quindi, i servizi di informazione e assistenza in materia di internazionalizzazione offerti dalla Camera di Commercio di Venezia sono erogati alle imprese della provincia tramite SPRINT Veneto - Globus.

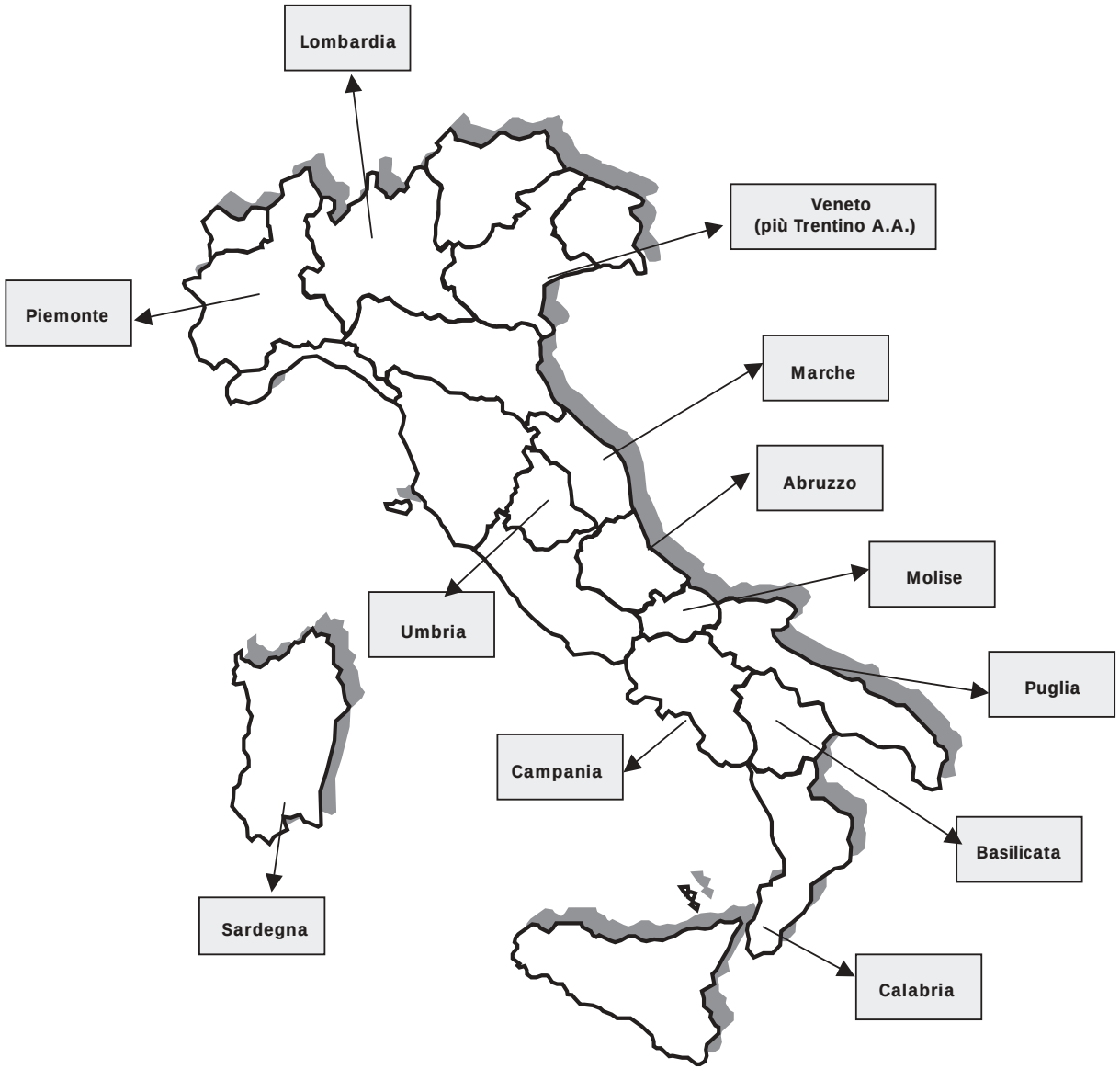
Le imprese, soprattutto piccole e medie, che si rivolgono allo Sportello per l'internazionalizzazione possono ricevere assistenza e orientamento nelle seguenti materie:

- informazioni sui mercati internazionali: iniziative a favore dell'internazionalizzazione, fiere e manifestazioni all'estero, Paesi/settori/mercati, ricerca partner e opportunità di business, strumenti finanziari a favore dell'internazionalizzazione, gare d'appalto internazionali;
- informazioni specialistiche su contrattualistica internazionale, procedure doganali, fiscalità internazionale, pagamenti internazionali, trasporti internazionali – Incoterms.

I "numeri" del progetto

- 150 quesiti scritti presentati da imprese a cui gli addetti hanno risposto nel 2004 (di cui 108 riguardavano informazioni sui mercati internazionali; 42 i quesiti specialistici);
- 35 richieste di consulenza da imprese estere;
- oltre 80 offerte di collaborazione presentate da imprese estere;
- 65 tabelle "merceologiche" elaborate e pubblicate (in internet, tramite CD-rom e in versione cartacea);
- 103 tabelle "Paese" elaborate e pubblicate (in internet, tramite CD-rom e in versione cartacea).

Figura 3.2.5. La Rete dei Centri Estero regionali delle Camere di Commercio



I progetti sul territorio

Camera	Titolo progetto	Partenariato
Alessandria	Il rilancio dell'economia sui mercati internazionali	
Ancona	Affiancamento all'export	
Arezzo	Gestione di un desk a Kosice (Slovacchia) ed implementazione di un desk in Brasile	Rete camerale toscana
Asti	Giornata dell'importatore	
Avellino	Sportello internazionalizzazione – qualificazione delle strumentazioni e delle risorse umane del sistema camerale del mezzogiorno	Intertrade (Azienda speciale CdC Salerno)
Belluno	Partecipazione collettiva fiera subfornitura Swisstech (Basilea 16-19 novembre 2004)	
Bergamo	Istituzione della rete regionale Lombardiapoint (point bg)	MAP, Regione Lombardia, Unioncamere Lombardia, sistema camerale lombardo, ICE, SIMEST, SACE
Biella	New Border – estensione e formazione managers	Regione Piemonte, Comune di Biella ed altri
Bologna	progetto "Packaging Egitto"	Regione Emilia-Romagna, UNISO Egitto e associazione UCIMA
Brescia	Costituzione sportello rete regionale Lombardiapoint	MAP, Regione Lombardia, Unioncamere Lombardia, sistema camerale lombardo, ICE, SIMEST, SACE
Catania	Giovani per l'internazionalizzazione	Comune di Adrano (CT)
Chieti	Parsec c8	CdC TS, SA, PG, AQ, TE, PE, FI, ME, Unione R Molise, CER Puglia, Abruzzo, Basilicata
Cosenza	Programma di partenariato territoriale con gli italiani all'estero (PPTIE)	Progetto Mivida: Calpark, Ministero della Scienza ed Innovazione Stato di Bahia (Brasile); Calabrian desk Australia: CCIE Melbourne, CdC Vibo e Co.Gal Serre vibonesi, Confcommercio
Crotone	Strategie per l'internazionalizzazione della Calabria	Camere di Commerico della Calabria, Mondimpresa
Ferrara	Missione esplorativa settore agricoltura e meccanica agricola in Uruguay marzo 2004	CCIE Montevideo e MAE urugauayano
Firenze	Splendor of Florence	
Foggia	Convenzione tra CdC/Provincia/Camera di Commercio di Bucarest	
Genova	TCDP: collaborazione con la Camera dell'industria di Kokaeli - programma Eurochambres	
La Spezia	BravoItalia - fiere Italia a Kiev	
Lecco	Lombardiapoint - un supporto integrato per lo sviluppo internazionale delle imprese lombarde	MAP, Regione Lombardia, Unioncamere Lombardia, sistema camerale lombardo, ICE, SIMEST, SACE
Lodi	Lodi export	Consorzio Lodi export
Lucca	Meeting dei Segretari generali delle CCIE	Progetto agroalimentare paesi centro europei

segue I progetti sul territorio

Camera	Titolo progetto	Partenariato
Mantova	Mantova incontra Londra	Comune di Mantova, Provincia, Mantova expo srl, CCI Londra, ENIT Londra, ICE Londra
Massa Carrara	Lapideo in Russia	CdC Lucca, ICE
Matera	Reti internazionali per lo sviluppo locale	Basentech - Matera, Regione Basilicata, Assocamerestero
Messina	Parsec c8	
Milano	Bravo Italia	MAP, ICE, Unioncamere, ENIT, CdC Ucraine, Ambasciata d'Italia a Kiev, Istituto Italiano di Cultura, CdC Forlì – Cesena, CdC Teramo, CdC La Spezia, CER Lombardia
Nuoro	Progetto Tholos	
Oristano	Sportello per l' internazionalizzazione	
Parma	Discover italy: good living & good busines	Cooperazione transnazionale tra imprese (commerciale - produttiva - tecnica)
Pavia	Tavolo provinciale internazionalizzazione	
Perugia	Rete con le Camere di Commercio italiane all'estero	
Pesaro e Urbino	progetto ucraina	
Pescara	Pescato del mediterraneo in collaborazione con Euromed-TDS	
Pistoia	Affreschi toscani mebel	Operatori esteri per il settore del mobile imbottito
Pordenone	Crescere assieme all'europa	28 Camere di Commercio: tedesche, austriache, greche e italiane
Potenza	Sportello regionale per l'internazionalizzazione	Regione Basilicata; CER Basilicata; Sace; Simest; ICE; Svilupo Italia Basilicata
Prato	Desk informativo sui finanziamenti esteri	
Reggio Calabria	Adesione al servizio infoexport - pareri on line per l'esportazione	Promos- Azienda speciale della CdC di Milano
Reggio Emilia	Progetto Brasile (missione a S.Paolo e Ribeirao Preto, 24/04 - 01/05/04)	
Roma	Progetto travertino a Miami	
Savona	Sportello dell'internazionalizzazione	
Terni	SDOE-italiancom	
Trento	Progetto Cina - preparazione attivazione desk per il 2005	CCI in Cina
Treviso	Chambers of commmerce network for local development in the internal market - programma phare small projects	CdC di Bulgaria, Slovacchia, Ungheria, Polonia, Romania
Udine	Progetto Cina indagine e missione su possibilità penetrazione del mercato	

segue I progetti sul territorio

Camera	Titolo progetto	Partenariato
Venezia	Sportello regionale per l'internazionalilzzazione del Veneto	Regione Veneto, MAP, Unione R., FINEST, CdC del Veneto, SIMEST, SACE, ICE, VenetoInnovazione, VenetoSviluppo
Verbania	All'estero insieme - penetrazione nel mercato ungherese	Unione industriale VCO, Confartigianato Novara e VCO
Vercelli	CC factor: Chambre of commerce... growing together	partenariato in area In.C.E. con le CdC della Bulgaria, Romania, Ucraina, Bielorussia e Croazia
Verona	Missione economica a Shenzen (Rep. popolare cinese)	
Vibo Valentia	Nautica med	
Vicenza	Missione a Vicenza di operatori giapponesi	Collaborazione commerciale tra aziende vicentine e giapponesi

N.B. I progetti sono stati segnalati direttamente dalle Camere di Commercio

Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

3.3

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

Il sistema Camerale è impegnato nel campo dell'orientamento, della formazione professionale e manageriale, della formazione all'imprenditorialità e nelle iniziative di raccordo tra sistema delle imprese-scuola-Università, assicurando spesso anche attività di placement e di inserimento lavorativo.

A partire dal retroterra di esperienze accumulate ed accanto ad azioni ormai consolidate, come il Sistema Informativo Excelsior sui fabbisogni occupazionali e professionali delle imprese, negli ultimi anni un notevole impegno è stato rivolto a ridefinire e rilanciare le linee strategiche del sistema camerale in tema di mercato del lavoro e sistemi formativi, soprattutto alla luce dei processi di riforma in atto nell'ambito della scuola, dell'Università e del mercato del lavoro, ed in conseguenza dei nuovi ruoli attribuiti alle Camere dal Legislatore.

In tale contesto, quindi, il sistema delle Camere di Commercio ha assunto e sviluppato (anche attraverso appositi finanziamenti a valere sul Fondo Perequativo) una linea di impegno, al fianco di altri attori istituzionali ed alle associazioni imprenditoriali, dedicata alla valorizzazione delle risorse umane, fattore strategico per lo sviluppo e la competitività dei sistemi produttivi, offrendo ai processi di riforma in atto un contributo specialmente nei seguenti ambiti:

- realizzazione di un sistema efficiente su tutto il territorio nazionale che garantisca l'inserimento di percorsi in alternanza sia nei licei e nell'istruzione e formazione professionale, che nei corsi universitari (lauree brevi e lunghe);
- supporto alle funzioni ed alle reti di orientamento scolastico e professionale per favorire le scelte degli studenti e delle persone in cerca di occupazione, sviluppare la flessibilizzazione degli indirizzi e percorsi di studio e facilitare l'incontro domanda-offerta di formazione e lavoro;
- sviluppo di una cultura del lavoro imprenditoriale e dell'auto-impiego;
- sperimentazione di nuovi servizi ed iniziative che, partendo dalla rilevazione dei fabbisogni di professionalità espressi dalle imprese locali, favoriscano ed accompagnino, tramite lo strumento del tirocinio formativo e di orientamento professionalizzante, l'incontro tra domanda-offerta di lavoro.

Elemento comune e punto di forza delle sperimentazioni in atto è la centralità assunta dal tirocinio formativo e di orientamento, come esperienza diretta sul campo, finalizzata a favorire l'incontro tra giovani ed imprese grazie all'acquisizione di competenze concretamente spendibili nel modo del lavoro. Un notevole impulso all'utilizzo di questo tipo di strumento si configura con i recenti cambiamenti del quadro normativo in materia di scuola, Università e mercato del lavoro.

In generale, tutte le Camere di Commercio garantiscono, direttamente (circa un terzo del totale) o tramite le proprie articolazioni funzionali, attività formative.

In tale ambito, il sistema camerale può contare inoltre su un network di 75 strutture specializzate (Aziende Speciali o specifici uffici o sportelli camerali dedicati) distribuite su tutto il territorio nazionale.

In particolare, dalle rilevazioni condotte nell'ambito dell'Osservatorio camerale 2005 e dall'apposito Osservatorio Unioncamere sulle collaborazioni in atto tra sistema camerale, scuola, IFTS ed Università, risulta che l'offerta formativa del sistema camerale è erogata (sia in termini di corsi che di partecipanti e di ore di formazione) per circa un quarto dalle Camere di Commercio e per tre quarti dalle Aziende Speciali (cui si aggiungono le attività

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

75	Camere di Commercio hanno svolto, direttamente o tramite Aziende Speciali, attività d'informazione, orientamento e preformazione al lavoro
133	Strumenti utilizzati per la rilevazione dei fabbisogni formativi
611	Corsi e/o seminari realizzati direttamente dalle Camere di Commercio
18.640	Partecipanti a corsi o seminari realizzati direttamente dalle Camere di Commercio
266	Collaborazioni con 80 Università sul territorio
55	Camere di Commercio e/o Aziende Speciali hanno svolto attività di accompagnamento ed incontro domanda/offerta di lavoro
8.328	Utenti di servizi d'informazione ed orientamento al lavoro
4.972	Utenti di servizi di accompagnamento e d'incontro domanda-offerta di lavoro
4,9	Milioni di € liquidati dalle Camere di Commercio per la formazione

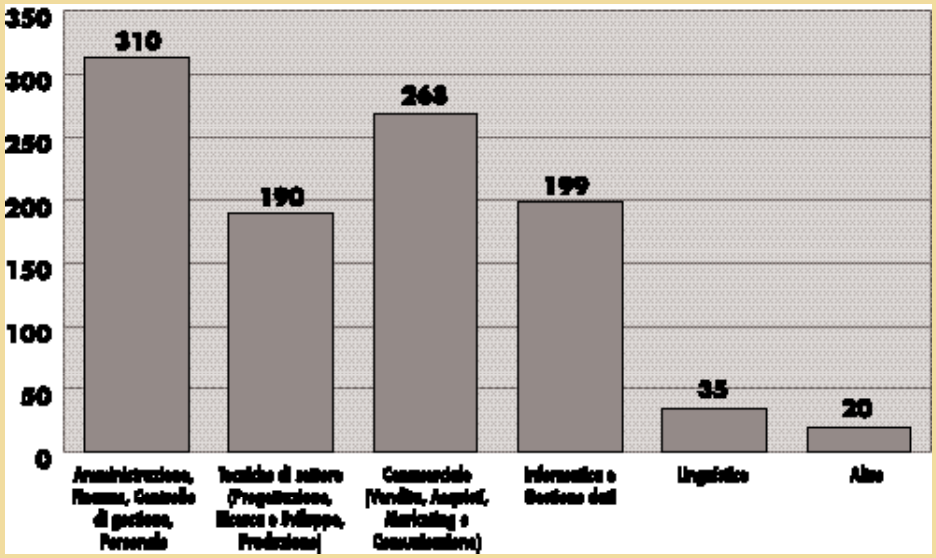
Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

formative organizzate, su alcuni temi specifici, dai laboratori chimico-merceologici, dai Centri estero e dagli Eurosportelli).
Al di là di una crescente tendenza all'ampliamento ed alla diversificazione delle iniziative di orientamento, formazione e mercato del lavoro, emergono alcuni specifici elementi di interesse sotto il profilo qualitativo.
In particolare, da un'analisi in profondità, recentemente conclusa, sull'insieme dell'offerta formativa rilevata presso un campione di 51 organismi camerali (sia Camere di Commercio che Aziende Speciali o altre strutture specializzate), è stato possibile acquisire informazioni più dettagliate su 1.025 corsi complessivamente realizzati nel 2004 dal sistema; le principali aree d'intervento su cui si è concentrata l'azione formativa sono, nell'ordine:

- amministrazione, finanza, controllo di gestione e personale;
- vendita, acquisiti, marketing e comunicazione;
- informatica e gestione dati;
- progettazione, ricerca e sviluppo e produzione.

La durata dei corsi varia notevolmente, da un minimo di 5 ad un massimo di 2.400 ore.
Dal punto di vista delle fonti di finanziamento utilizzate per la copertura dei costi di formazione, emerge il peso preponderante delle risorse derivanti dalla vendita di servizi sul mercato, con un 57,9% di contributi corrisposti dai partecipanti, mentre, in misura comunque significativa, risulta la quota ottenuta dai contributi di Regioni e Province (25%). Infine, risulta che la maggior parte dei corsi (687) sono destinati a persone già occupate, sia come lavoratori dipendenti che come imprenditori o lavoratori autonomi.

Figura 3.3.1. Principali aree d'intervento dell'azione formativa nel 2004

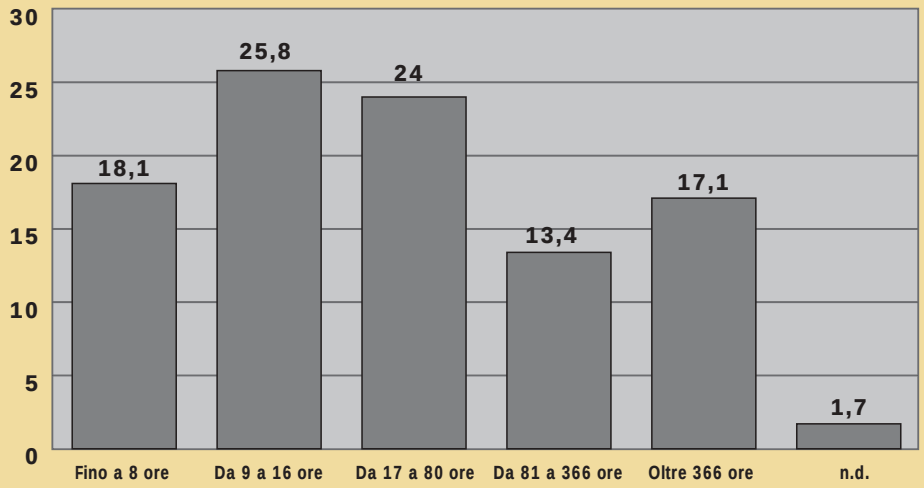


Fonte: *Osservatorio Unioncamere sulle collaborazioni in atto tra sistema camerale, scuola, IFTS e Università*

L'ALTERNANZA SCUOLA-LAVORO: IL BILANCIO DI UN ANNO DI ATTIVITÀ

Nel quadro delle iniziative sui temi dell'orientamento e della formazione, una considerazione a parte meritano le sperimentazioni svolte nel 2004 dal sistema camerale nel campo dell'alternanza scuola-lavoro, introdotta dall'art. 4 della Legge delega di Riforma della scuola (53/03, cosiddetta "Riforma Moratti"). La norma ha assegnato, per la prima volta, un ruolo istituzionale alle Camere di Commercio quali soggetti da coinvolgere in sede di progettazione, attuazione e valutazione dei percorsi formativi, nonché come potenziali soggetti di convenzioni per l'accoglienza di studenti in tirocinio formativo. Per dare impulso e sostegno alle suddette iniziative sperimentali, promosse anche in attuazione del Protocollo d'intesa siglato il 27 giugno 2003 dal Presidente dell'Unioncamere e dal Ministro dell'Istruzione, finalizzato a promuovere azioni congiunte per favorire il raccordo tra mondo della scuola e mondo

Figura 3.3.2. Durata media dei corsi svolti nel 2004



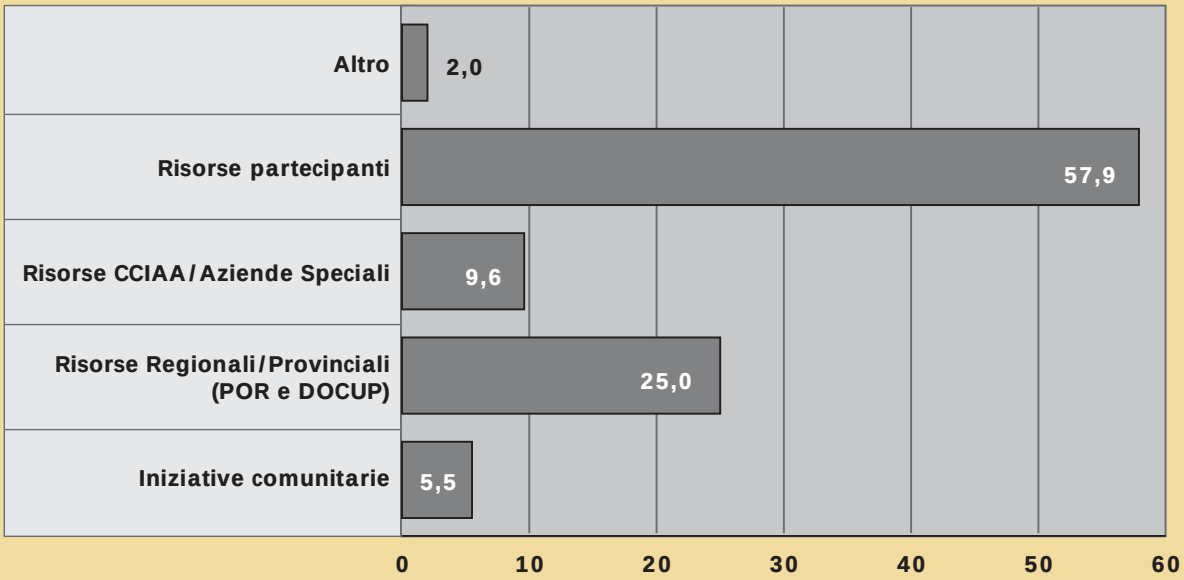
Fonte: *Osservatorio Unioncamere sulle collaborazioni in atto tra sistema camerale, scuola, IFTS e Università*

della produzione, sono state attivate negli ultimi due anni apposite linee di finanziamento del Fondo di Perequazione destinate, rispettivamente:

- all'avvio e al consolidamento di Sportelli di servizi camerali per l'orientamento e il raccordo formazione-imprese;
- alla realizzazione, di concerto con il MIUR ed a partire dall'anno scolastico 2003/2004, di percorsi formativi sperimentali in alternanza, co-progettati e co-finanziati dalle Camere di Commercio e dagli Uffici Scolastici Regionali.

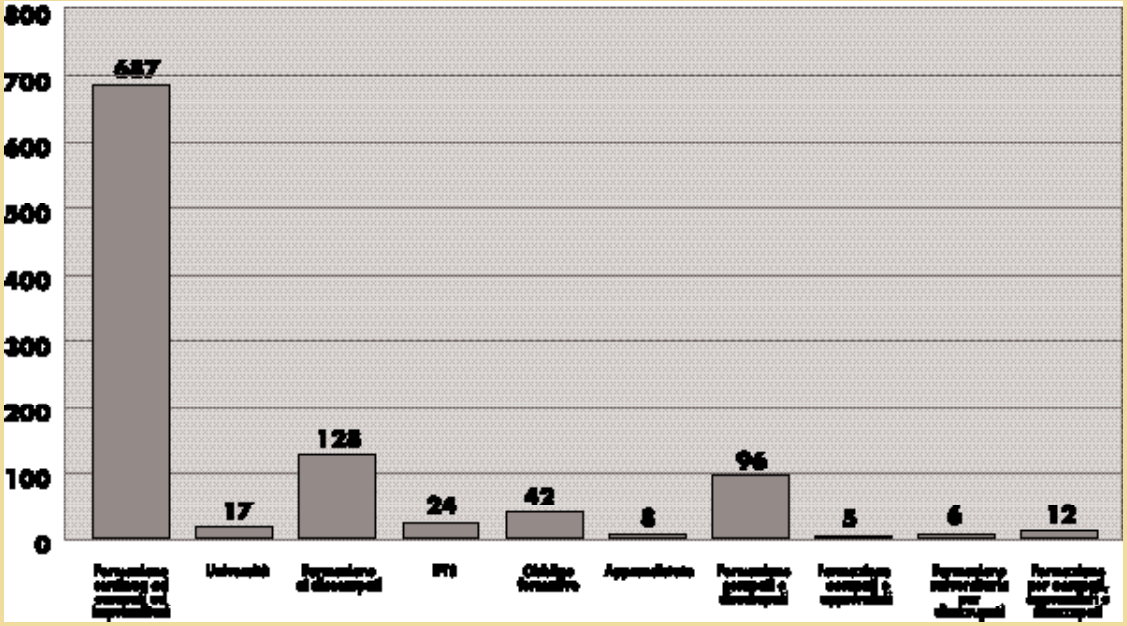
In particolare, è stata costruita una rete di Sportelli stage camerali, presenti in 93 Province, connessi in rete telematica tramite Polaris, il Portale delle Camere di Commercio per l'orientamento al lavoro, l'alternanza ed il raccordo tra imprese e sistemi formativi.

Figura 3.3.3. Fonti di finanziamento utilizzate per la copertura dei costi di formazione



Fonte: *Osservatorio Unioncamere sulle collaborazioni in atto tra sistema camerale, scuola, IFTS e Università*

Figura 3.3.4. Principali compiti svolti dalle strutture camerali nell'ambito dei progetti di formazione condotti in partnership sul territorio



Fonte: *Osservatorio Unioncamere sulle collaborazioni in atto tra sistema camerale, scuola, IFTS e Università*

Sei i modelli di apprendimento sperimentati, incentrati su metodologie e modalità formative differenziate e tra loro variamente combinate in funzione dei destinatari e rispondenti ad un approccio improntato alla gradualità nell'avvicinamento alla realtà lavorativa ed aziendale.

Nell'insieme, hanno sviluppato un monte formativo complessivo pari a circa 31.800 ore, di cui oltre 15.600 in azienda (tirocini, stage o visite aziendali), 7.000 in "impresa formativa simulata" e quasi 9.200 in aula (laboratori e moduli di orientamento e cultura d'impresa).

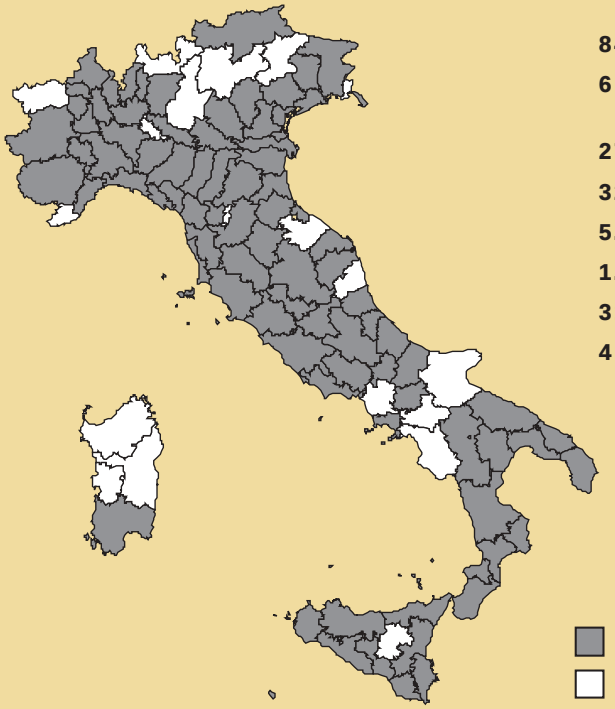
Tutti i percorsi hanno visto territorialmente la costituzione di un network che ha coinvolto, sulla base di apposite convenzioni ed accordi operativi, almeno quattro tipologie di soggetti:

- le Camere di Commercio e/o l'Unione Regionale;
- l'Ufficio Scolastico Regionale;
- le singole scuole;
- le aziende del territorio.

In vari casi, ai suddetti attori si sono aggiunte ed affiancate le associazioni di categoria e/o i competenti uffici degli enti locali (Regioni e Province).

Due dati interessanti e caratterizzanti emergono dall'analisi delle sperimentazioni condotte a livello nazionale dal sistema camerale: da un lato, sotto il profilo territoriale, contrariamente ad altre precedenti esperienze di alternanza scuola-lavoro, la gran parte dei percorsi (ben 113, pari a quasi il 41%) sono stati realizzati nel Mezzogiorno, seguito dal Centro Italia (76 percorsi), dal Nord-Est (57) e dal Nord-Ovest (31); dall'altro, le "imprese tutor" (che hanno ospitato tirocini o hanno svolto funzioni di "impresa madrina") sono nella stragrande maggioranza di piccole dimensioni (39% da 10 a 49 addetti) anche se,

Figura 3.3.5. La mappa e i principali risultati delle sperimentazioni dell'alternanza in situazione del protocollo MIUR-Unioncamere



84	Province
6	Tipologie/modelli di percorsi in alternanza scuola/lavoro
277	Percorsi complessivi realizzati
324	Scuole
5.478	Studenti
1.400	Imprese di tutti i settori economici
31.808	Ore di formazione
4	Milioni di euro investiti complessivamente dal sistema (Fondo Perequativo+Camere)

Fonte: *Unioncamere, Le sperimentazioni ed i servizi del sistema camerale per l'alternanza scuola-lavoro. Rapporto attività 2003-2004.*

naturalmente, le aziende di maggiori dimensioni, pur in minor numero, sono in grado mediamente di seguire più studenti.
Proprio la capacità di garantire una copertura su tutto il territorio, il buon coinvolgimento dei licei e la forte partecipazione delle piccole imprese, rendono particolarmente positivo il bilancio delle sperimentazioni di alternanza realizzate dalle Camere di Commercio.
Il complesso di queste attività si basa su un processo circolare virtuoso di raccordo tra scuola ed imprese (cfr. immagine a fianco).
Il sistema camerale vi esercita il ruolo di anello di congiunzione tra sistema scolastico-formativo e mondo del lavoro, interagen-

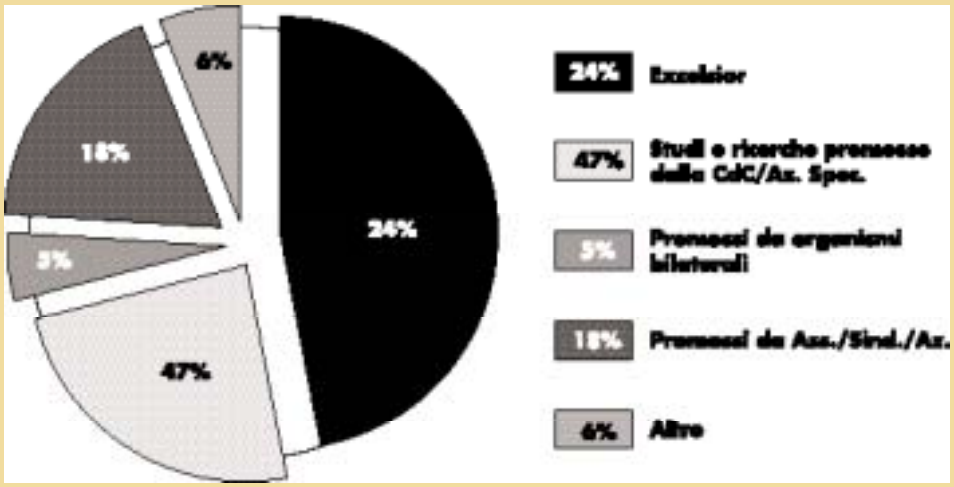
do con gli altri partner per assicurare la progettazione e realizzazione di iniziative formative coerenti con i fabbisogni professionali e formativi delle imprese attive sul territorio.
Le Camere di Commercio assicurano generalmente le seguenti attività:

- analisi del contesto territoriale e dei fabbisogni professionali e formativi;
- ricerca delle aziende disponibili ad ospitare tirocinanti o ad assistere "imprese formative simulate";
- gestione delle banche dati Polaris relative alle aziende, alle scuole, agli studenti, alle proposte di tirocinio e ai tirocini attivati;
- preparazione degli studenti per l'inserimento in stage;
- formazione degli operatori scolastici e camerali;
- servizi di assistenza e tutoraggio per la progettazione, gestione e valutazione degli stage;
- offerta di strumenti, guide e manuali di supporto.

Il Sistema informativo Excelsior, l'analisi dei fabbisogni professionali delle imprese e il sito JobTel per l'orientamento

Sono proseguite le attività di analisi sulle tendenze del mercato del lavoro legate al Sistema Informativo "Excelsior", realizzato ed aggiornato con cadenza annuale dall'Unioncamere, in collaborazione con il Ministero del Lavoro e giunto ormai alla sua ottava edizione.
L'Osservatorio camerale 2005 segnala come Excelsior sia in 63 Camere lo strumento più utilizzato per l'analisi dei fabbisogni collegati alla progettazione e realizzazione degli interventi formativi.

Figura 3.3.6. Strumenti utilizzati dal sistema camerale per l'analisi dei fabbisogni formativi sul territorio



Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

Excelsior, tramite un'indagine annuale ufficiale, inserita nel Programma Statistico Nazionale e condotta tramite interviste telefoniche presso un campione di circa 100mila aziende, rileva i programmi di assunzione delle imprese italiane, con dati statisticamente significativi per tutti i settori economici, le dimensioni aziendali (piccole, medie e grandi) e le 103 Province.
Su tale base, fornisce indicazioni dettagliate sull'andamento congiunturale del mercato del lavoro e sulle relative modificazioni strutturali in termini di professioni emergenti e di fabbisogni formativi, di estrema utilità soprattutto per supportare le scelte di programmazione della formazione, dell'orientamento e delle politiche attive del lavoro di Province, Regioni e Governo nazionale.
Le informazioni raccolte con Excelsior riguardano, in sintesi:

- i movimenti occupazionali previsti per livello di inquadramento;
- le assunzioni previste dalle imprese per tipologia contrattuale;
- le figure professionali, i titoli di studio, i livelli formativi ed i relativi indirizzi richiesti;
- le principali caratteristiche delle assunzioni programmate (difficoltà di reperimento, necessità di ulteriore formazione,

esperienza pregressa, conoscenze informatiche e linguistiche);

- i posti di lavoro indicati dalle imprese come immediatamente disponibili (vacancies o ricerche in corso);
- le previsioni di assunzione di lavoratori provenienti da Paesi extracomunitari e per quali figure professionali;
- gli investimenti annuali delle imprese italiane in formazione, per quali tipologie di risorse umane e con quali fonti di finanziamento;
- le imprese che ospitano tirocinanti e quanti sono i tirocini ogni anno complessivamente attivati.

Da Excelsior trae impulso anche l'attività del sistema camerale in tema di orientamento, consolidatasi negli ultimi anni con il Progetto Virgilio – anch'esso realizzato da Unioncamere e finanziato dal Ministero del Lavoro, con un ampio coinvolgimento a livello territoriale delle Camere di Commercio – finalizzato alla diffusione e valorizzazione dei dati raccolti tramite Excelsior e a fornire informazione ed assistenza per favorirne l'utilizzo integrato con altre fonti conoscitive esistenti sul mercato del lavoro.

Tra gli strumenti a supporto della funzione di orientamento al lavoro svolta dalle Camere di Commercio si segnala il portale www.jobtel.it, che fornisce ad educatori, insegnanti, animatori il materiale specifico per progettare contenuti e strategie efficaci per l'apprendimento e valutare le reali e/o potenziali competenze di singoli allievi e/o gruppi classe.

Dall'analisi dei fabbisogni ai tirocini, ai servizi per favorire l'incontro tra domanda e offerta di lavoro: le nuove funzioni delle Camere di Commercio tra Pacchetto Treu e Riforma Biagi

L'articolo 6 del D.lgs. 276/03 inserisce tra i soggetti pubblici e privati che possono operare nell'area del collocamento, in "regime particolare di autorizzazione", le Camere di Commercio.

Si aprono in tal modo, anche per il sistema camerale, nuovi possibili spazi di intervento e di servizio alle imprese e al territorio.

In dettaglio, nell'attuale quadro normativo, alle Camere di Commercio è consentito svolgere le seguenti attività:

- intermediazione ai sensi dell'art. 6 del D.lgs. 76/2003, ma solo in presenza della relativa normativa regionale;
- intermediazione, ricerca e selezione di personale ai sensi dell'art. 4 del D.lgs. 276/2003, costituendo una struttura privatistica ad hoc;
- promozione, organizzazione e gestione di tirocini formativi e di orientamento e relativi database ai sensi della L. 196/07 (Pacchetto Treu) e del D.lgs. Attuativo 142/98, anche finalizzate all'inserimento lavorativo tramite accordi con soggetti abilitati all'intermediazione (per esempio singoli Centri per l'Impiego o più di uno di essi, eventualmente tramite apposito accordo quadro con l'UPI);
- promozione, organizzazione e gestione di tirocini estivi di orientamento ai sensi della L. 30/03 (Riforma Biagi) e del D.lgs. Attuativo 276/03;
- attività di orientamento professionale, sia per il lavoro dipendente che indipendente.

La rete informativa del Sistema camerale per l'orientamento al lavoro e il raccordo formazione-imprese

Perché Jobtel

- **Offrire un supporto ad educatori, insegnanti, animatori e quanti si propongono di sviluppare le potenzialità dei giovani;**
- **Aiutare operatori e utenti, allievi e insegnanti a progettare contenuti e strategie efficaci per l'apprendimento e valutare le reali e/o potenziali competenze di singoli allievi e/o gruppi classe, rintracciando le abilità comunicative e di apprendimento**
- **Individuare i percorsi (individuali/collettivi) utili per lo sviluppo di tali competenze. E tutto ciò attraverso modelli informatizzati.**

Per sperimentare in alcune realtà provinciali queste nuove importanti funzioni di servizio alle imprese e al territorio, sono state attivate, a partire dal 2004, apposite partnership tra Unioncamere ed altri organismi istituzionali (nazionali ed internazionali), finalizzate a favorire ed accompagnare l'inserimento lavorativo di specifiche categorie di lavoratori, rientranti in fasce di particolare rilievo ed interesse sociale ed istituzionale.
Prime opportunità, in tal senso, sono derivate dalla stipula di tre accordi, rispettivamente con:

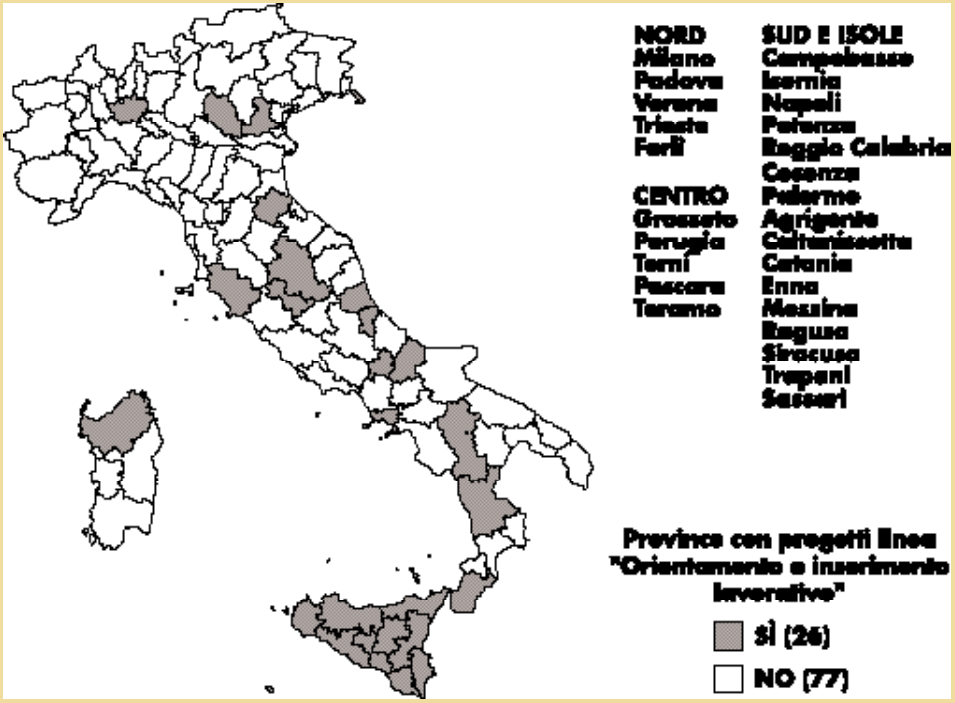
- il Ministero di Giustizia - Dipartimento per l'Amministrazione Penitenziaria, per favorire la diffusione delle lavorazioni carcerarie, attraverso seminari territoriali di informazione e sensibilizzazione, rivolti alle imprese, sulle connesse agevolazioni contributive e fiscali previste dall'attuale quadro normativo;
- il Ministero della Difesa - LEVADIFE, finalizzato al reinserimento sul mercato del lavoro di militari volontari congedati, tramite percorsi integrati di formazione, riqualificazione e stage aziendali;
- l'OIM (Organizzazione Internazionale per le Migrazioni), con l'obiettivo di promuovere e realizzare congiuntamente specifici percorsi sperimentali, a carattere provinciale o regionale, di selezione, reclutamento, formazione ed inserimento lavorativo di personale immigrato presso le imprese locali.

Allo scopo di dare in questa fase sostegno economico ed istituzionale alle iniziative camerali in tale ambito, Unioncamere ha promosso la destinazione di una specifica linea di finanziamento del sistema camerale per progetti speciali finalizzati alla creazione di una rete di sportelli per l'offerta di servizi integrati per l'"Orientamento professionale e inserimento lavorativo", come sviluppo dell'attuale rete degli Sportelli Polaris.
Le Camere di Commercio e loro Unioni Regionali hanno presentato progetti che interessano nel complesso 26 province (cfr. fig. 3.3.7.).

Il progetto e il sistema informativo Polaris per l'alternanza scuola-lavoro

In linea con l'obiettivo di rafforzare e coordinare le strategie di sistema nel campo degli interventi di collegamento tra formazione e

Figura 3.3.7. La mappa delle sperimentazioni sulla linea di attività "Orientamento, toricini e inserimento lavorativo"



Fonte: *Osservatorio Unioncamere sulle collaborazioni in atto tra sistema camerale, scuola, IFTS e Università*

mondo del lavoro, l'Unioncamere si è impegnata dal 2003 nell'attivazione di una rete territoriale specializzata di sportelli camerali; le attività degli Sportelli POLARIS riguardano tre ambiti specifici:

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

POLARIS - Portale per l'Orientamento al Lavoro, l'Alternanza e il Raccordo tra Imprese e Sistemi formativi, consente la gestione online di una "banca dati tirocini" nonché la condivisione di strumenti, informazioni e contenuti editoriali utili agli operatori e agli utenti dell'alternanza formativa.

I servizi del portale, accessibili all'indirizzo www.polaris.unioncamere.it si rivolgono infatti:

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

La principale funzione del portale è quella di rappresentare un punto di contatto tra studenti, scuole, Università, imprese ed operatori camerali: una "piazza virtuale" per favorire l'incontro tra giovani e imprese tramite lo strumento del tirocinio. In sintesi, gli obiettivi prioritari sono:

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

La struttura dei contenuti del portale si divide in pagine "nazionali", in cui sono presenti materiali e informazioni di interesse generale su temi dell'orientamento, formazione, alternanza e mercato del lavoro, e pagine "provinciali", a cura delle singole Camere di Commercio o Aziende speciali, con informazioni più specificamente legate al territorio e ai progetti camerali di riferimento.

Attualmente la banca dati POLARIS si compone di 5 database principali, tra loro collegati:

- Enti formativi: i dati delle scuole e delle Università contattate ed interessate a fornire i curricula dei propri allievi o a proporre percorsi scuola-lavoro;
- Curricula: candidature dei giovani in cerca di stage ovvero studenti delle scuole superiori, universitari, frequentanti corsi di IFTS, o qualificati, diplomati e laureati in cerca di lavoro;
- Aziende: i dati delle aziende contattate per l'offerta di tirocini;
- Proposte di tirocinio: specifiche dei tirocini offerti dalle aziende;
- Tirocini attivati: se il matching ha esito positivo si dà avvio al tirocinio (occorre registrare l'evento e le caratteristiche principali).

Il Sistema Informativo POLARIS dà quindi prioritariamente la possibilità alle scuole di inserire ed aggiornare i propri dati ed i curricula dei loro studenti, ed alle imprese di pubblicare e segnalare via Internet le proprie offerte di collaborazione nell'ambito dei percorsi in alternanza, di consultare l'elenco delle scuole e degli studenti interessati ad effettuare momenti formativi in alternanza, di scambiare, diffondere ed acquisire informazioni, comunicazioni, documenti, modellistica e strumenti di lavoro.

Il bilancio del primo anno di vita del Sistema Informativo POLARIS è nettamente positivo: alla data del 31/12/2004 contava più di 93mila visite, quasi 66mila visitatori diversi e un totale di più di 500 utenti registrati (tra operatori camerali abilitati presso le 93 Camere di Commercio attive nel progetto, operatori scolastici e aziendali, studenti e altri utenti registrati), tutti abilitati all'utilizzo delle principali funzioni del sistema informativo. Nel complesso, i destinatari/beneficiari dei

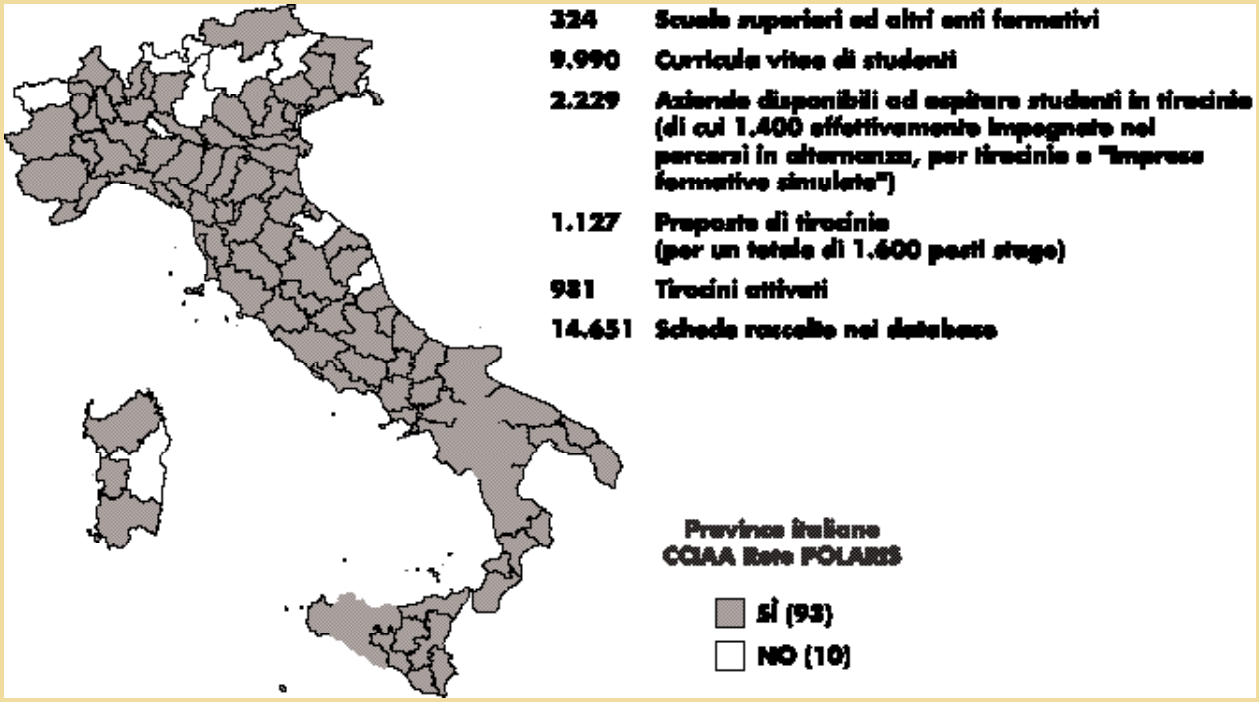
servizi erano (alla stessa data) ben 12.700 (pari alla somma di scuole, giovani ed aziende risultanti dalle relative schede più gli operatori camerali). L'attività di progressivo popolamento della banca dati è già avanzata: le schede inserite nei database a fine 2004 sfioravano ormai quota 15mila.

Sistema camerale e Università

La collaborazione fra il sistema delle Camere di Commercio italiane e il mondo accademico è una realtà consolidata sul territorio ormai da diversi anni, anche in considerazione della loro comune natura di "enti autonomi funzionali", che si interessano dello sviluppo culturale, sociale ed economico del Paese. In virtù di ciò, la riforma universitaria (in particolare il DM 509/99) ha previsto che gli atenei, nella propria programmazione, tengano conto delle esigenze del mondo produttivo, anche grazie al coinvolgimento dei rappresentanti del sistema delle imprese, delle associazioni di categoria e delle Camere di Commercio.

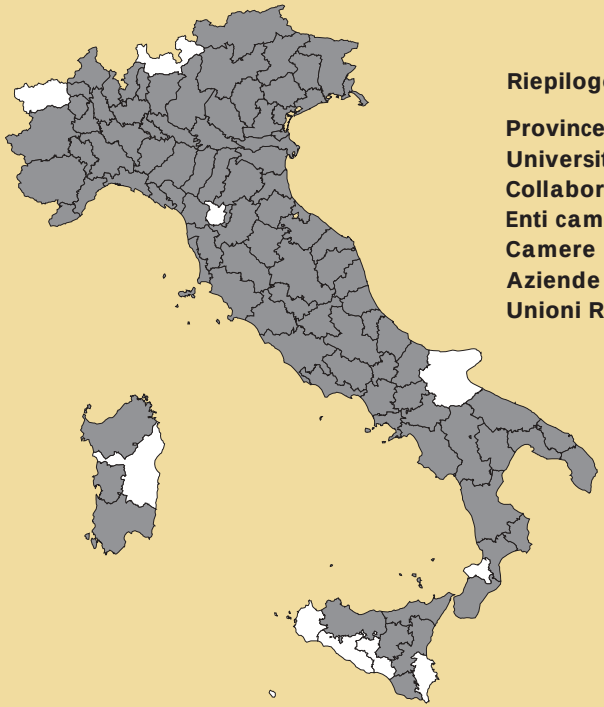
La collaborazione tra rete camerale e Università si è sviluppata nella promozione e realiz-

Figura 3.3.8. La mappa degli sportelli della rete POLARIS e i principali numeri del sistema formativo POLARIS



Fonte: *Unioncamere, Redazione POLARIS*

Figura 3.3.9. Province in cui sono attive collaborazioni tra enti camerali ed Università

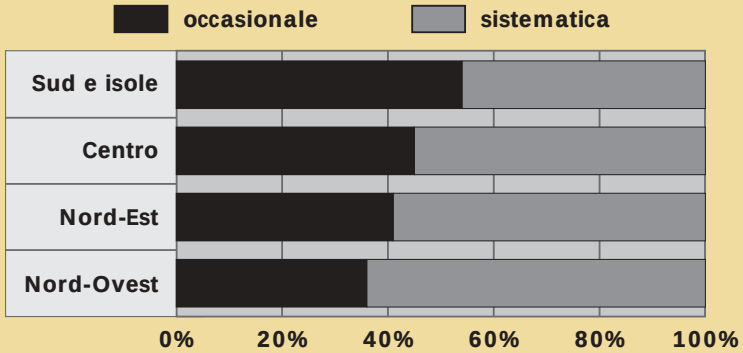


Riepilogo delle collaborazioni tra enti

Province	93
Università	80
Collaborazioni attivate	266
Enti camerali	123
Camere di Commercio	75
Aziende Speciali	43
Unioni Regionali	5

Fonte: *Unioncamere, Censimento sulle collaborazioni in atto tra sistema camerale e Università 2004*

Figura 3.3.10. Analisi territoriale della tipologia di collaborazione



Fonte: *Unioncamere, Censimento sulle collaborazioni in atto tra sistema camerale e Università 2004*

zazione dell'alternanza Università-lavoro, a partire dal modello formativo sperimentato nell'ambito dei diplomi universitari, prima con il progetto "Ponte" nelle Regioni meridionali e poi con il progetto "Campus" per quelle del Centro-Nord.

In questi progetti le Camere di Commercio, con il coordinamento di Unioncamere e in collaborazione con la Conferenza dei Rettori, hanno gestito moduli di "cultura d'impresa" e stage formativi in azienda.

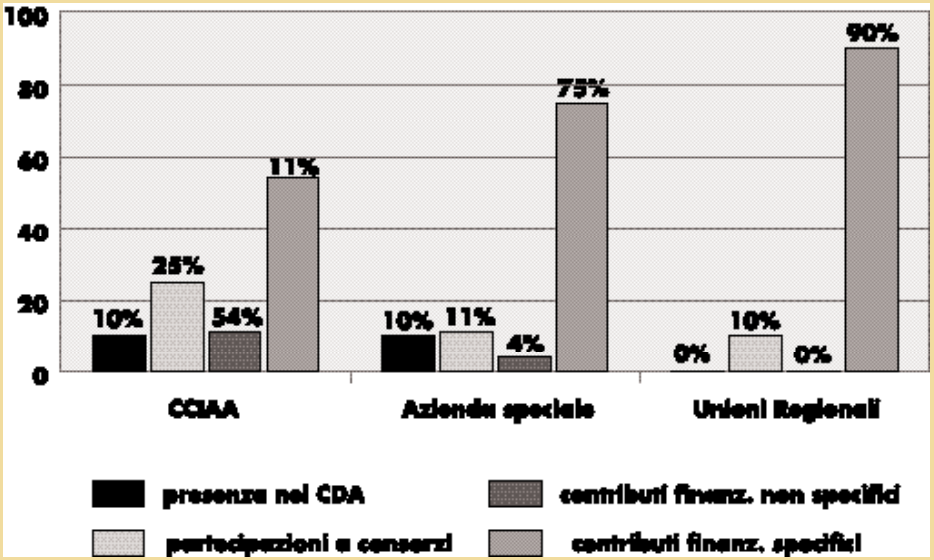
Tale positivo rapporto prosegue tuttora, grazie alla partecipazione del sistema camerale alle attività del progetto "CampusOne", finalizzato a favorire il decollo del nuovo sistema universitario, con particolare riguardo per le lauree triennali e i temi connessi alla realizzazione dell'autonomia didattica, al rinnovamento del management didattico e al miglioramento qualitativo dell'offerta.

Ma il raccordo tra Camere di Commercio e mondo accademico si è concretizzato anche nel contributo alla creazione di poli e sedi universitarie distaccate che, in alcuni casi, si sono poi trasformate in nuovi atenei. Esistono associazioni e consorzi universitari che vedono la partecipazione della Camera di Commercio come socio fondatore, nati con lo scopo di favorire lo sviluppo di studi universitari in territori che ne erano sprovvisti. In altri casi le Camere di Commercio hanno contribuito finanziariamente ad iniziative di formazione e ricerca nelle Università italiane. Dal 1998, infine, è attivo un Accordo di programma Crui-Unioncamere, per rafforzare ed ampliare le esperienze positive di collaborazione già in atto.

Nel 2004 Unioncamere ha realizzato un censimento dei rapporti di collaborazione tra sistema camerale e Università: ne è emerso un quadro molto ricco e variegato, in cui gli organismi camerali risultano molto attivi in quasi tutto il territorio nazionale.

Sono 123 gli enti camerali coinvolti in attività e progetti in collaborazione col mondo accademico in 93 Province (in dettaglio, si tratta di 75 Camere di Commercio, 4 Aziende Speciali e 5 Unioni Regionali, che hanno attivato complessivamente 266 collaborazioni con 80 Università).
Le collaborazioni censite sono in costante aumento rispetto agli anni precedenti e riguardano soprattutto attività nell'ambito della formazione (stage, master e scuole di specializzazione, docenze) e dell'innovazione. Pare importante sottolineare come la maggior parte delle collaborazioni (58%) sia sistematica, mentre nel 42% dei casi si tratta di collaborazioni occasionali.

Figura 3.3.11. Le diverse modalità di collaborazione tra enti camerali e Università



Fonte: *Unioncamere, Censimento sulle collaborazioni in atto tra sistema camerale e Università 2004*

I progetti sul territorio

Camera	Titolo progetto	Partenariato
Alessandria	Pianificazione strategica	
Ancona	2ª edizione corso per consulenti e revisori emas	Patrocinio del Ministero dell'Ambiente e collaborazione di Regione, Provincia, Comune, Politecnico delle Marche, Arpam, Associazioni di categoria.
Avellino	Orientamento al lavoro	Unione regionale delle CdC, Ufficio scolastico regionale
Bari	Tirocini formativi - progetto fondo perequazione 2002	IFOC + aziende
Belluno	Formazione per imprese turistiche con il marchio di qualità	
Brescia	Marchio di qualità della risitorazione bresciana	Isfor2000 (società partecipata dalla CdC)
Catanzaro	Orientamento al lavoro e raccordo formazione imprese	Scuole, imprese, studi professionali
Crotone	Master in design di prodotto per la filiera del legno	UniCalabria - dip. Meccanica, Parco Scientifico Crotone, Assindutria, Gandalf srl
Firenze	Creazione di un sistema provinciale per l'integrazione delle iniziative nel campo dei rapporti scuola-imprese	Provincia, Comune, Direzione scolastica regionale, Università, associazioni di categoria, ordini professionali, organismi del terzo settore
Frosinone	Sistema informativo per l'occupazione e la formazione (excelsior)	
Genova	Progetto alternanza scuola lavoro - art. 4 legge 53/2003	in collaborazione con 4 licei della Provincia di Genova e con l'Ufficio scolastico regionale della Ligura
Grosseto	Progetto alternanza scuola lavoro - art. 4 legge 53/2003	Azienda speciale Coap, Unioncamere toscana
Lucca	Minimaster qualità e strategie nel gestionale" settore cartario e settore calzaturiero"	
Macerata	Alternanza scuola lavoro: sperimentazioni applicative dell'art. 4 della legge 53/2003	Ufficio scolastico regionale, associazioni di categoria, istituti scolastici
Macerata	Formare per innovare	
Mantova	Corso di formazione d2 quadro FSE per le PP.AA.	Provincia di Mantova, Politecnico, 35 Comuni mantovani, ASL, Azienda ospedaliera "Carlo Poma" di Mantova
Milano	Saturno - promuovere e sviluppare l'mprenditorialità lombarda	Associazione temporanea di scopo tra le 11 CdC lombarde ed Unioncamere Lombardia
Padova	Attività di formazione delle associazioni imprenditoriali	Upa, Cna, Unindustria, Ascom, Confesercenti, Confcooperative, Consorzio Padova Ricerche ed alt.
Parma	Master "esperto commercio estero"	IFOA
Pavia	Equal immaginazioni; multimisura, corsi a catalogo	Comuni, scuole, aziende, Sportelllo donna
Pesaro e Urbino	Progetto russia	
Prato	Corso "Dall'idea all'impresa"	
Ravenna	Corso di orientamento al lavoro	Sistema camerale regionale

segue I progetti sul territorio

Camera	Titolo progetto	Partenariato
Rimini	Marchio di qualità sociale	Associazione Figli del mondo
Salerno	Master il logistica e trasporti	
Siracusa	Corso "Business plan una scala verso il successo""	Asseforcamere
Terni	alternanza scuola lavoro	
Torino	alternanza scuola lavoro	
Udine	Corso "Fare impresa al femminile" Assindustria) ed altri	Associazioni di categoria (Coldiretti, Unione Artigiani,
Venezia	Corso "Crea la tua impresa" per aspiranti imprenditori	Associazioni di categoria e confidi aderenti alla rete provinciale sportelli nuova impresa
Verbania	alternanza scuola lavoro	Unioncamere Piemonte, Direzione scolastica regionale, Istituti formazione superiore locali
Vibo Valentia	Orientamento al lavoro - sportello camerale per l'orientamento e il raccordo formazione impresa	
Vicenza	Sostegno alla fondazione studi universitari per consolidamento corsi di laurea e attivazione nuovi corsi, compresi dottorati di ricerca	Fondazione studi universitari di Vicenza

N.B. I progetti sono stati segnalati direttamente dalle Camere di Commercio

Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

3.4 PROMOZIONE DELLE FILIERE

Nel corso del 2004 la rete camerale ha orientato l'azione di supporto ai sistemi economici locali al rafforzamento delle strategie e politiche di filiera attraverso l'erogazione di servizi alle imprese nei settori dell'agroalimentare, dell'artigianato e del turismo; ciò anche a fronte delle importanti competenze amministrative affidategli su queste importanti tematiche.

Lo sforzo messo in campo dal sistema sul tema della promozione della qualità, ritenuta una delle condizioni fondamentali per lo sviluppo ed il miglioramento competitivo del nostro sistema produttivo, si è in particolare orientato ad ampliare e consolidare l'attività in materia di certificazione dei prodotti agroalimentari (Dop/Igp, marchi, certificazione di prodotto, ecc.): l'azione si è concretizzata con il riconoscimento – come Dop/Igp o marchi collettivi geografici – di oltre 160 prodotti.

Un risultato di rilievo anche in vista dell'entrata in vigore del Reg. Cee n. 178/02 che prevede l'obbligo dal 1° gennaio 2005 della tracciabilità dei prodotti.

I temi della qualità quale fattore competitivo a vantaggio delle imprese sono stati anche al centro dell'Assise nazionale degli amministratori camerali della cooperazione (17 novembre 2004). L'iniziativa ha rappresentato un momento di importante riflessione sui temi dell'internazionalizzazione, della semplificazione amministrativa e della qualità, considerati dal punto di vista dello specifico cooperativo; con l'occasione, sulle tematiche richiamate, è stato stipulato un Protocollo d'intesa con le centrali cooperative.

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

Nell'ambito dell'artigianato (produzioni artistiche, tessitura e ricamo, vetro, ceramica e pietra, cuoio e tappezzeria, lavorazione metalli pregiati, strumenti musicali, ecc.), l'azione della rete camerale ha inteso promuovere un approccio integrato che, attraverso l'istituto della certificazione, valorizzasse le peculiarità territoriali e le tradizioni produttive artigianali locali. In quest'ottica è stato realizzato un importante studio per la definizione di vere e proprie linee di certificazione integrata che possano, attraverso l'istituto della certificazione, valorizzare al meglio le risorse culturali, ambientali e produttive del territorio.

Analogamente a quanto già previsto per le produzioni agroalimentari, le Camere si sono poi impegnate nella diffusione presso le imprese di meccanismi di valorizzazione e tutela attraverso i marchi collettivi delle produzioni artigianali tradizionali, svolgendo un ruolo attivo nella promozione dell'aggregazione delle forze produttive locali. Un'attività, quest'ultima, che si è cercato di avviare prioritariamente nei settori (tessuti e pelletteria) più esposti alla concorrenza dei Paesi asiatici. In quest'ambito è stato costituito un Organismo di coordinamento camerale per la valorizzazione e la tutela della filiera moda.

Dal lato dell'informazione economica, nel corso del 2004 è stato realizzato, in collaborazione con Meteora spa, un prototipo per la messa in rete delle informazioni sui prezzi dei prodotti agroalimentari rilevati dalle Camere di Commercio. Ciò per ottenere confrontabilità spazio/tempo di queste impor-

Tabella 3.4.1. I numeri di Promozione delle filiere

76	Camere di Commercio hanno svolto attività per la promozione della commercializzazione in Italia, direttamente o collaborando/delegando alle Aziende Speciali
4.656	Imprese partecipanti alle attività promozionali
535	Progetti realizzati in tema di attività promozionali *di cui* **321** inerenti al settore agroalimentare
421	Progetti promozionali hanno visto il coinvolgimento delle Camere di Commercio *di cui* **363** inerenti al settore agroalimentare
111	Progetti relativi alla promozione di produzioni locali attraverso consorzi
93	Progetti relativi alla valorizzazione di prodotti locali attraverso azioni di sostegno per il riconoscimento di denominazione di origine
160	Prodotti di cui si è concretizzato il riconoscimento DOP/IGP o marchi collettivi geografici
13,5	Milioni di € liquidati dalle Camere di Commercio per le attività di promozione delle filiere

Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

CAMERA DI COMMERCIO DI TREVISO - PROGETTO FOOTFILE:
PROGETTO DI FILIERA ESTESA BASATA SU TECNOLOGIE ABILITANTI
PER LO SVILUPPO E PRODUZIONE DI NUOVE CALZATURE

Il Progetto denominato FootFile è nato dalla volontà della Camera di Commercio di Treviso e della Regione Veneto di contribuire a sviluppare filiere flessibili, che raccogliessero competenze fondanti del settore calzaturiero, riconducibili a piccole e micro imprese in pericolo di declino di fronte ai processi di delocalizzazione in atto.
Obiettivo del progetto è di attivare nuovi percorsi nello sviluppo prodotto all'interno dei distretti veneti partendo dal Distretto Industriale dello Sportsystem di Montebelluna (TV), che negli ultimi anni sta subendo notevoli trasformazioni con sofferenze a volte anche profonde per i produttori di calzature.
Per lo sviluppo del Progetto è stata identificata come driver principale l'azienda consortile Tecnologia&Design S.C.ar.l. attiva a Montebelluna nei settori della prototipazione rapida e del *reverse engeneering* delle calzature.
Il Progetto mira a dimostrare che nei distretti calzaturieri veneti si possono esperire ancora nuove soluzioni per ideare e produrre calzature in maniera organizzata e collaborativa. La via seguita passa attraverso la sperimentazione di un modello basato sull'azione di organizzazioni con funzioni di "driver tecnologici", fortemente attente all'evoluzione del mercato della calzatura e dei settori affini, che possono generare delle micro filiere prevalentemente locali e competitive sul mercato, sulla base dell'adozione di nuove "tecnologie abilitanti" o "tecnologie value adding" importate da altri settori.

Le finalità del Progetto possono venire così sintetizzate:

- progettare e testare un modello di filiera flessibile ed estesa con competenze e relazioni tali da ideare e produrre, in maniera tecnologicamente avanzata e collettiva/cooperativa fra piccole aziende con caratteristiche anche artigianali, calzature identificabili con proprio marchio innovativo e riconducibili a competenze tipiche di distretti industriali;
- dimostrare che ciò si può fare in maniera economicamente vantaggiosa e valorizzando il legame con le abilità locali del produrre;
- rilasciare sul territorio l'esperienza maturata sotto forma di "best practice" a vantaggio del tessuto imprenditoriale della calzatura.

Le principali azioni in atto:

- analisi e identificazione di un nuovo modello di filiera centrato su alcuni soggetti driver (tecnologici e/o commerciali);
- studi di mercato per individuazione di nuovi segmenti di posizionamento per i prodotti oggetto di sviluppo e test all'interno del modello di filiera, con analisi di sostenibilità dei costi;
- definizione di prime ipotesi di filiera estesa dall'ideazione alla distribuzione dei prodotti, dall'individuazione delle tecnologie abilitanti alla co-makership, fino all'integrazione flessibile;
- realizzazione di prototipi di calzature con processi e materiali tecnologicamente avanzati;
- realizzazione di una filiera flessibile con base in Montebelluna, costituita inizialmente da 8 - 10 piccole e medie industrie e da 15 – 20 fornitori, base per la produzione sperimentale di due nuove linee di calzature.

Collaborazioni attivate :

- IULM, Libera Università di Lingue e Comunicazione di Milano;
- IUAV, Università di Venezia – Corso di Laurea in Disegno Industriale;
- Veneto Innovazione s.p.a.;
- CNR – ITIA, Mass Customization Lab di Vigevano.

tanti informazioni che possono consentire analisi e fornire trasparenza al processo di formazione dei prezzi.
L'utilizzo delle nuove tecnologie di informazione quali strumenti di valorizzazione e promozione del territorio e dei suoi prodotti ha peraltro caratterizzato tutto il complesso delle attività del sistema camerale per la promozione delle filiere. Nell'era dell'Information Technology, le Camere di Commercio hanno ben compreso la necessità di proporre le proprie attività promozionali e di servizio alle imprese anche attraverso la progettazione e realizzazione di portali di filiera, fondamentali ausili nella valorizzazione del territorio e di quanto ad esso connesso.
Il progetto pilota portato avanti nel 2004 dalla Camera di Commercio di Cuneo (www.cu-

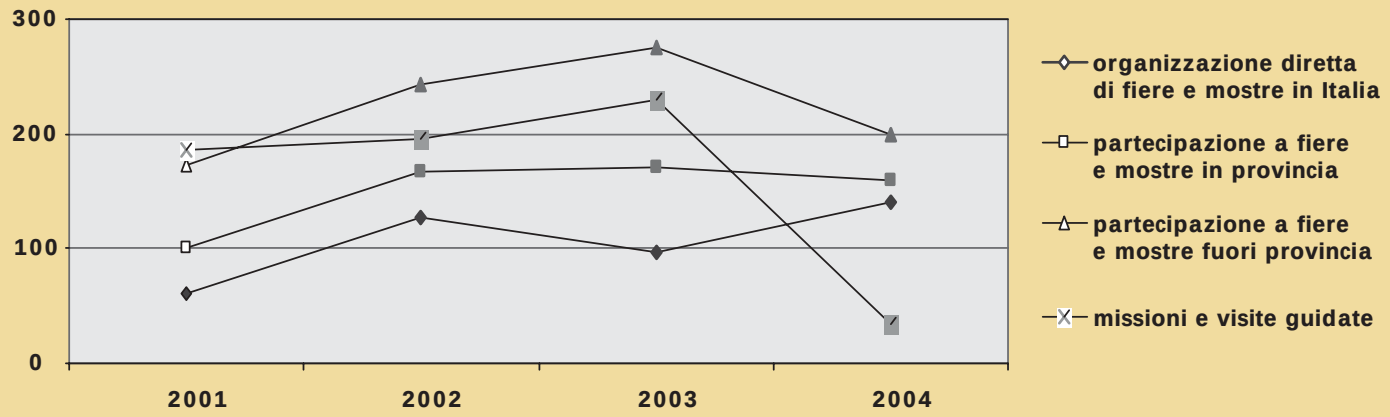
neo.agroitaly.it), destinato a diventare un piano integrato di sistema, è ad es. interamente dedicato alla promozione del settore agroalimentare locale, rappresentando un punto di riferimento per veicolare alle imprese le informazioni diffuse dai diversi attori istituzionali, favorire la creazione di un network tra enti, istituzioni, associazioni di categoria e operatori del settore agricolo e sostenere la produzione agroalimentare di qualità e l'agricoltura sostenibile.
Nella stessa ottica si inquadra il progetto portato avanti dall'Unioncamere Campania, per conto della Regione Campania, volto alla progettazione e alla realizzazione del Portale del vino (www.vinocampania.it) che mira tra l'altro a stimolare l'interazione – orizzontale e verticale – tra gli operatori della filiera.

Tabella 3.4.2. Il coinvolgimento delle Camere di Commercio in iniziative promozionali con specifica dei progetti riguardanti il settore agroalimentare (valori assoluti)

	N° progetti	di cui agroalimentare
promozione di produzioni locali con campagne pubblicitarie	75	61
promozione di produzioni locali attraverso consorzi	111	104
valorizzazione di prodotti locali attraverso azioni di sostegno per riconoscimento di denominazione di origine	93	91
valorizzazione di prodotti locali attraverso marchi collettivi	66	56
promozione di produzioni locali mediante concorsi	33	29
promozione di produzioni locali tramite commercio elettronico e/o web	43	22
TOTALE	**421**	**363**

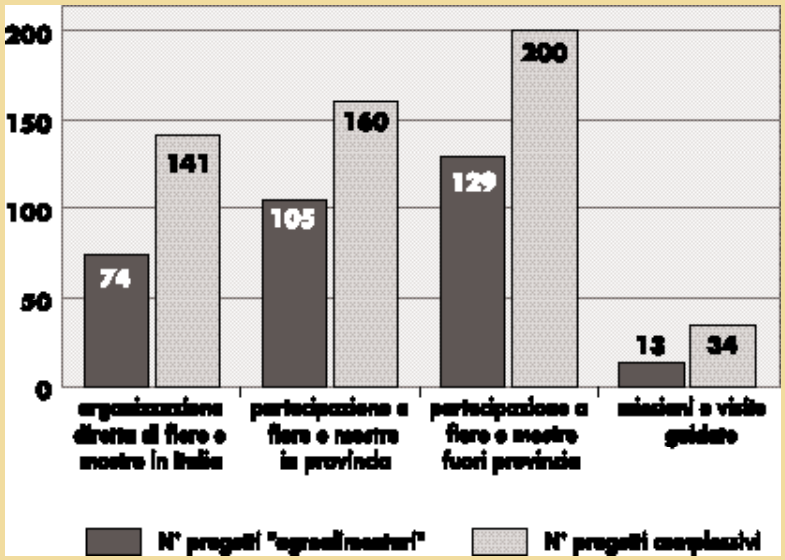
Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

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



Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

Figura 3.4.2. I progetti svolti direttamente dalle Camere di Commercio per tipo, con specifica di quelli riguardanti il settore agroalimentare nel 2004 (valori assoluti)



Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

LE ATTIVITÀ DELL'ISTITUTO NAZIONALE DISTRIBUZIONE E SERVIZI

Nel sistema camerale, a livello nazionale, la tematica della distribuzione commerciale e dei servizi è oggetto delle attività dell'Istituto Nazionale Distribuzione e Servizi (INDIS), organismo specializzato dell'Unioncamere che, tra i molti temi affrontati, ha focalizzato l'attenzione, per un verso, sulla completa attuazione del decentramento amministrativo e legislativo sul commercio e, per l'altro, sulle ricadute delle applicazioni informatiche e telematiche. Sul primo versante – anche mediante una rete di corrispondenti regionali, la banca dati on-line LEXCOM (presente sul sito www.indisunioncamere.it) e la rivista «Disciplina del commercio e dei servizi» – l'Istituto mantiene monitorato "lo stato dell'arte" sull'evoluzione della disciplina del commercio. Per contribuire a tenere vivo il dibattito sul tema organizza, inoltre, un convegno nazionale, che quest'anno è giunto alla sua terza edizione. Di recente è stata anche avviata, con riferimento al tema del marketing urbano, una attività di monitoraggio delle esperienze di rivitalizzazione dei centri storici e urbani, con il coinvolgimento di un apposito Comitato tecnico-scientifico – con il coordinamento interregionale e con l'Anci – che svolge una funzione di supporto rispetto alle azioni dell'Osservatorio nazionale.

Prosegue inoltre l'attività di ricerca nell'ambito del filone dei mercati agroalimentari all'ingrosso, al fine di individuare – nell'attuale clima di trasformazione di dette strutture distributive – linee di indirizzo nell'ambito delle quali proporre per le Camere di Commercio un ruolo di interfaccia tra il mondo pubblico e quello imprenditoriale.

Sulla distribuzione, oltre alla collaborazione prestata al Ministero delle Attività Produttive (si pensi alla rilevazione sui centri commerciali, cui collaborano i rilevatori delle Camere di Commercio, o all'Osservatorio nazionale sul commercio), l'INDIS dedica attenzione anche alla situazione presente all'estero. Avvalendosi della rete delle Camere di Commercio italiane all'estero e della collaborazione di Assocamerestero, ha realizzato, da ultimo, una ricerca sulla tutela dei prodotti tipici italiani selezionando a tal fine alcuni Paesi europei ed extracomunitari, per individuare le violazioni della disciplina comunitaria sulle DOP, IGP e STG e le modalità più idonee ad assicurare un regime di tutela alle esportazioni di prodotti italiani.

Sul secondo versante, il commercio elettronico è diventato una leva attraverso la quale verificare le potenzialità e le prospettive della distribuzione. Su questo argomento, nell'ambito di un apposito Osservatorio sull'economia digitale, l'attività ha seguito più filoni: quello formativo: con un progetto («Internet facile») finalizzato all'alfabetizzazione degli imprenditori rispetto alle nozioni fondamentali delle ICT (in collaborazione con DINTEC e IFOA); quello di indagine: con la realizzazione, con il supporto di InfoCamere, di un rapporto su: «Commercio elettronico: la realtà e le aspettative delle PMI» che è parte di una più ampia ricerca promossa dal Ministero delle Attività Produttive relativa agli «Strumenti e metodi per accrescere la fruibilità informativa dei dati sul commercio elettronico».

Tradizionale, ma non per questo meno rilevante, l'attività che nel corso dell'anno l'Istituto realizza con riferimento al monitoraggio dei prezzi e delle tariffe, i cui principali risultati sono pubblicati nel bollettino trimestrale «Tendenze dei prezzi».

Riguardo ai prezzi, nell'ambito delle iniziative che l'Osservatorio "Prezzi e Mercati" INDIS-Unioncamere ha attivato per contenere le attuali dinamiche inflattive, si devono annoverare le attività che hanno portato alla predisposizione di un prototipo di «Osservatorio prezzi a livello territoriale». Tale lavoro è stato accompagnato anche dalla stipulazione di due accordi: il primo con il Ministero delle Attività Produttive e l'Anci; il secondo solo con quest'ultima e volto a definire le modalità operative di collaborazione tra le Camere di Commercio ed i Comuni per l'attivazione di iniziative di contenimento dei prezzi legate alla «lotta al carovita».

Quanto al tema delle tariffe, l'attività di maggiore spessore è quella concernente il monitoraggio delle tariffe idriche. Detta attività, avviata in collegamento con l'esperienza del progetto «Acquachiara» (www.acquachiara.camcom.it) si è sviluppata lungo due versanti di approfondimento legati, rispettivamente, al livello nazionale e territoriale della problematica. Sul territorio l'esperienza riguarda la Regione Emilia-Romagna con la quale è stata sottoscritta una convenzione di collaborazione insieme all'Unione regionale delle Camere di Commercio.

[Per un quadro maggiormente analitico delle attività e dei risultati dell'Istituto si rinvia al suo sito Internet, già menzionato, dal quale è «scaricabile» una *brochure* aggiornata, nonché i principali documenti di lavoro realizzati].

I progetti sul territorio

Camera	Titolo progetto	Partenariato
Ancona	Provincia del gusto	Provincia di Ancona, associazioni di categoria
Arezzo	Strada dei sapori del Casentino e Valtiberina	Provincia, Comunità montane e Comuni
Arezzo	Portale dei prodotti tipici dell'Aretino	
Ascoli Piceno	Valorizzazione del vino cotto del Piceno	Province di Ascoli e Macerata, Camera di Commercio di Macerata, Comune di Loro Piceno
Asti	Douja d'or	
Avellino	Sviluppo qualitativo della filiera della nocciola irpina attraverso l'ottenimento della DOP	Associazioni di categoria
Belluno	Partecipazione al Salone del Gusto di Torino	
Benevento	Valorizzazione prodotti tipici	Azienda Speciale Valisannio
Bergamo	Marchio collettivo dei prodotti tipici	
Biella	"Tutti per il futuro"	Associazioni sindacali e di categoria locali
Bologna	Fiera Sana 2004	
Brescia	Partecipazione a Vinitaly	Regione Lombardia, Unioncamere Lombardia, rete camerale regionale
Catania	Portale agricoltura www.sapori e gusti di sicilia.it	
Catanzaro	Marchi di qualità per il rilancio delle identità positive della provincia di Catanzaro	COSER
Cosenza	Diffusione di marchi di qualità nel settore dell'artigianato	associazioni categorie locali
Cremona	Promozione mostarda e formaggi locali con le aziende	
Cremona	Censimento delle imprese della filiera agro-alimentare, agrimeccanica e zootecnica della Provincia di Cremona	Provincia di Cremona
Crotone	Enocal - consorzio valorizzazione vini doc	Associazioni di categoria ed imprese
Ferrara	Progetto riconoscimento prodotti agroalimentari ferraresi Dop e Igp e attività di promozione	
Firenze	Partecipazione alla fiera "Sol 2004"	
Foggia	Euro&med food	Comuni di Foggia e Cerignola, Provincia, Unioncamere Puglia, Ente Parco del Gargano, Comunità montane
Forlì	Valorizzazione filiera ortofrutticola e packaging	
Forlì	Realizzazione due studi su distretti agroalimentari romagnoli su filiere avicola ed ortofrutticola	
Frosinone	Riconoscimento DOP per il peperone di Pontecorvo	
Genova	Concorso europeo di progettazione della sedia di Chiavari	Società economica di Chiavari, Università di Genova - facoltà di architettura

segue I progetti sul territorio

Camera	Titolo progetto	Partenariato
Grosseto	Diffusione marchi di qualità e DOP nel settore agroalimentare	Unioncamere Toscana
La Spezia	Valorizzazione dei prodotti agroalimentari attraverso i marchi di qualità e le DOP	
L'Aquila	Riconoscimento DOP dello zafferano dell'Aquila	Associazioni di categoria
Latina	Riconoscimento marchio ad i.g.p. kiwi Latina	
Livorno	Costa di toscana	
Lodi	Marchio lodigiano "Terra buona"	Provincia di Lodi
Lucca	1) minimaster 2) pubblicazione itinerari dell'olio e del vino in italiano, inglese e tedesco	Provincia di Lucca e fondazione Cassa di risparmio di Lucca
Massa Carrara	Registrazione 2 marchi collettivi relativi al marmo di Carrara	Associazioni di categoria, imprese artigiane di Carrara
Messina	Portale di informazione ed orientamento per la filiera agricola e agroalimentare.	
Oristano	Filiera del gusto	
Padova	Programma promozione prodotti tipici padovani	Associazioni di categoria agricole
Parma	Promozione "Food made in Parma"	Consorzio Parma alimentare
Perugia	Promozione olio di qualità in Italia e all'estero	
Potenza	Attività di controllo per la certificazione DOP dell'olio di Rapolla	Consorzio di operatori; Agroqualità
Prato	Partecipazione a Vinitaly	Consorzio vini Carmignano
Ragusa	Fiera agricola mediterranea	
Reggio Calabria	Valorizzazione del torrone di Bagnara per il riconoscimento dell'IGP	Comune di Bagnara Calabra
Rieti	Riconoscimento della STG per la salsa amatriciana	
Rimini	Promozione dei prodotti agroalimentari presso i grandi magazzini Harrods a Londra	Rete camerale regionale, Regione Emilia Romagna, rete CCIE e CER
Roma	Progetto "Roma in tavola"	
Rovigo	Progetto "Rovigo espone"	Associazioni di categoria
Salerno	Campagna promozionale coop	
Siracusa	Mostra dei prodotti tipici agroalimentari di qualità	
Torino	Maestri del gusto	
Torino	Progetto "From concept to car"	
Trapani	Cibus Parma agroalimentare	Cibus Parma agroalimentare
Treviso	e-hub marketplace: un portale evoluto per la supply chain collaboration nel distretto dello sportsystem	Regione Veneto

segue I progetti sul territorio

Camera	Titolo progetto	Partenariato
Trieste	Valorizzazione prodotti agroalimentari tipici della Provincia di Trieste	Associazioni di categoria, consorzi di produttori, Enti locali
Verona	Verona Wine Tip 2004	Associazione vini veronesei (a.vi.ve)
Vibo Valentia	Diffusione di marchi di qualità e DOP nel settore dell'agroalimentare	Provincia di Vibo Valentia
Vicenza	Implementazione e diffusione del marchio collettivo di qualità "le Terre del Palladio"	Associazioni di categoria (Ascom, Coldiretti, Confartigianato)
Viterbo	Feste del vino 2004	Comuni locali

N.B. I progetti sono stati segnalati direttamente dalle Camere di Commercio

Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

3.5

LE AZIONI SU FINANZA E CREDITO

Anche per il 2004, i dati raccolti dall'Osservatorio confermano l'attenzione con cui il sistema camerale interviene sui temi della finanza, con iniziative dedicate sia a diffondere informazioni sul rapporto tra impresa e sistemi finanziari di nuova generazione che a promuovere e favorire l'incontro tra domanda e offerta creditizia. L'impegno delle Camere di Commercio in tal senso è confermato dal fatto che ben il 20,5% delle stesse (88 Camere censite) dispone di un ufficio *ad hoc* per le tematiche attinenti la finanza ed il credito mentre, nella maggior parte dei casi, le relative competenze ricadono sulle aree dedicate alla promozione, sugli uffici studio e talvolta persino sulle aree di presidenza e sulle segreterie generali.

In generale (Tab. 3.5.1.), l'intervento delle Camere si è concentrato prevalentemente su iniziative volte a facilitare l'intermediazione con il sistema creditizio anche attraverso azioni realizzate in collaborazione con le organizzazioni territoriali che svolgono servizi di assistenza al credito (soprattutto tramite lo strumento della garanzia) ed al reperimento di forme specifiche di capitale di rischio. A conferma di ciò, sebbene la presenza delle Camere si riscontri nelle compagini azionarie di molti Istituti di Credito, in cui detengono nel complesso ben 61 partecipazioni, nel 2004 più del 40% della specifica attività del sistema camerale si è concentrata sulla definizione e sul perfezionamento di accordi e/o convenzioni stipulati con le banche e – come già accennato – sul raccordo con i confidi. Non meno rilevante, inoltre, risulta l'attività svolta ai fini di "informare" direttamente il tessuto imprenditoriale locale sulle tematiche di maggiore interesse per le imprese di piccole e medie dimensioni, attraverso la realizzazione di seminari e congressi a tema (19,6% del volume di attività, *cfr.* Fig. 3.5.1.), la fornitura di servizi di promozione e consulenza sul credito (16,7%), e l'attività di formazione diretta alle imprese del territorio (11,6%).

Stante il tipico ruolo del sistema camerale, quale Osservatorio dei fenomeni economici e finanziari prevalenti, la spinta verso attività di carattere prettamente divulgativo si è manifestata anche attraverso la pubblicazione di bollettini e servizi di informazione periodica, nonché attraverso la rilevazione e diffusione di dati *ad hoc*.

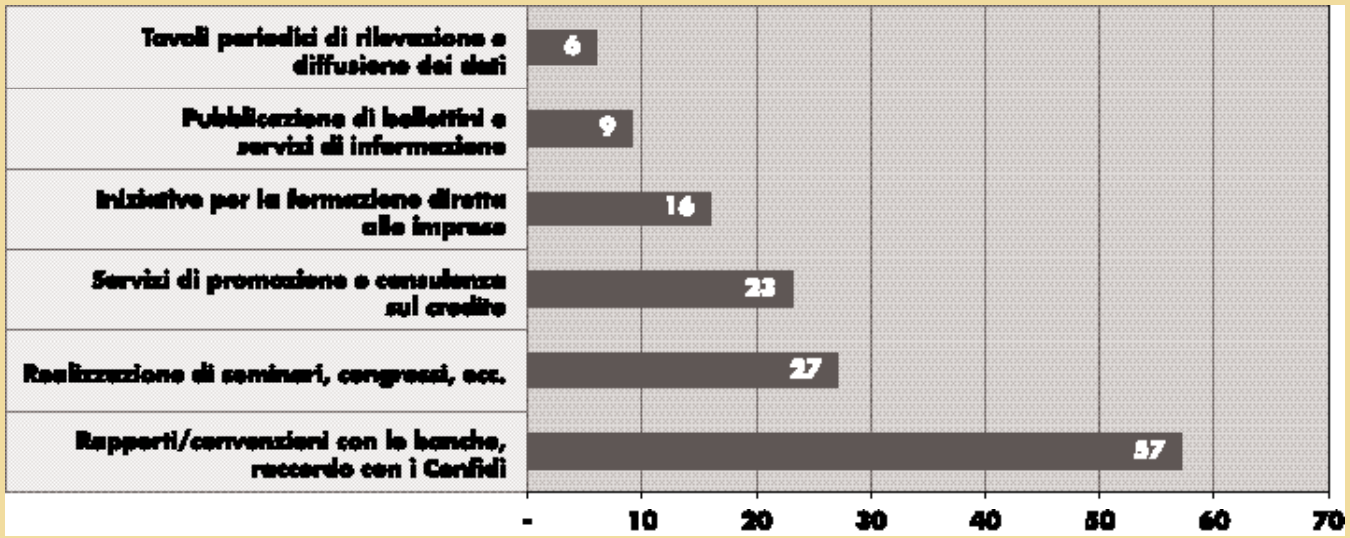
Malgrado ciò, vale la pena sottolineare come le attività di rilevazione e diffusione dei dati nel settore della finanza e del credito stiano registrando *trend* di costante, seppur lieve, aumento di peso in confronto alle oscillazioni manifestate dalle altre tipologie di intervento. Dal confronto con i dati del 2003 infatti (Fig. 3.5.2.), risulta evidente come tale attività abbia mantenuto un peso costante sul totale (ca. il 4%), rispetto alla leggera flessione nel volume delle iniziative rivolte alla formazione diretta alle imprese (dal 14,1% all'11,6%) e alla realizzazione di eventi, seminari, congressi, ecc. (che calano dal 22,5% al 19,6%), ed al corrispondente incremento nel peso delle iniziative dirette presso le banche

Tabella 3.5.1. I numeri di Finanza e credito

138	Attività svolte relativa alla finanza e al credito *di cui:* **57** Rapporti/convenzioni con banche, raccordi con Confidi **27** Seminari, congressi, ecc. **23** Servizi di promozione e consulenza sul credito **16** Iniziative per la formazione diretta alle imprese **9** Pubblicazioni di bollettini e servizi di informazione **6** Tavoli periodici di rilevazione e diffusione dei dati
61	Partecipazioni dei rappresentanti delle Camere di Commercio in Istituti di credito
1.059	Confidi complessivamente presenti sul territorio nazionale
456	Partecipazioni delle Camere di Commercio ai Confidi
51,8	Milioni di € di contributi finanziari diretti erogati dalle Camere di Commercio alle imprese *di cui:* **21,9** destinati al settore "Artigianato" **9,4** destinati al settore "Commercio" **8,9** destinati al settore "Industria" **7,6** destinati al settore "Agricoltura" **3,9** destinati al settore "Servizi"

Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

Figura 3.5.1. Attività prevalentemente svolte nell'area finanza e credito nel 2004



Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

ed il sistema creditizio (dal 39,4% al 41,3%), dei servizi di promozione e consulenza sul credito (dal 14,8% al 16,7%) e delle iniziative divulgative a mezzo di bollettini e servizi di informazione (dal 4,9% al 6,5%).

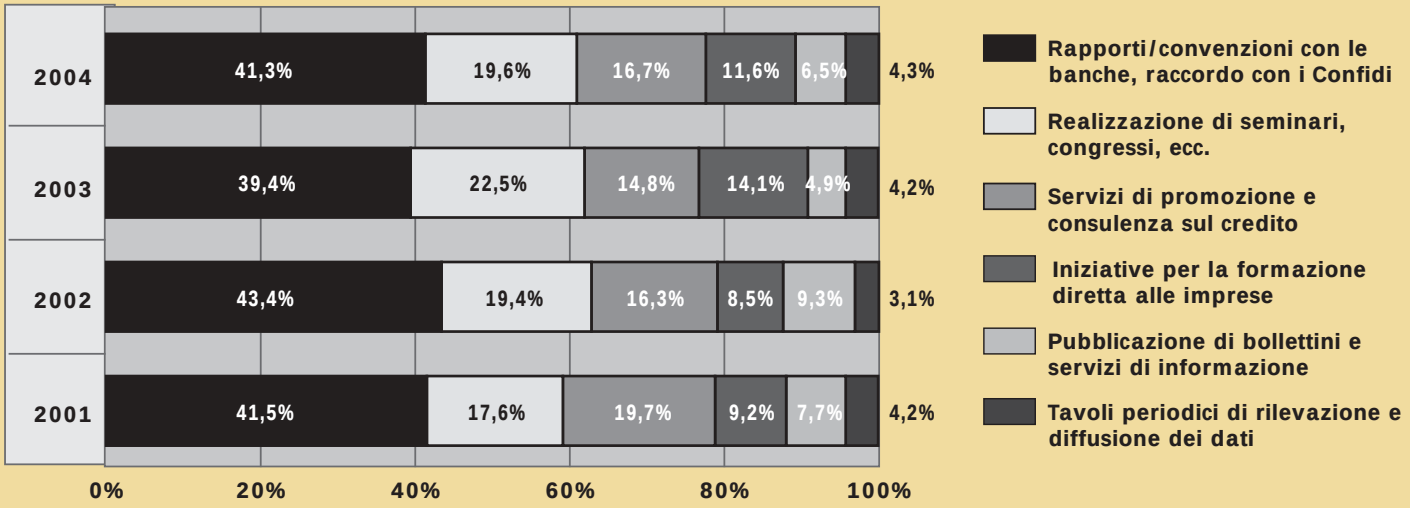
Ciò dimostra, pertanto, come in questo specifico settore le Camere abbiano fatta propria la necessità delle imprese di reperire maggiormente servizi di assistenza e di supporto, piuttosto che dati ed informazioni di tipo censuario.

Dal punto di vista dei flussi finanziari, nel corso del 2004 l'intervento camerale ha movimentato complessivamente ca. 51,8 Meuro in qualità di contributi erogati direttamente in favore dell'imprenditoria nazionale. L'importo complessivo risulta quadruplicato rispetto ai 13,7 Meuro investiti l'anno precedente e tale dato, pur risentendo del relativo aumento nel numero di Camere coinvolte nell'indagine (7 in più rispetto all'anno scorso) manifesta il livello di crescente attenzione delle Camere di Commercio verso il tessuto produttivo locale cui vengono offerti gli strumenti necessari per tradurre in atto le proprie potenzialità di sviluppo.

Osservando il riparto intersettoriale dei fondi erogati (Fig. 3.5.3.) si conferma come la maggior parte dei contributi sia diretta al settore dell'artigianato, che convoglia su di sé ca. il 42,3% del capitale totale investito, per un importo di 21,9 Meuro pari a quasi quattro volte tanto l'ammontare investito nello stesso settore nel 2003 (ca. 4,4 Meuro). A seguire il settore del commercio, che assorbe 9,4 Meuro dei fondi pari al 18,2% del totale, il settore dell'industria, con 8,9 Meuro investiti, pari al 17,3%, il settore dell'agricoltura, con 7,6 Meuro ivi destinati, pari al 14,6% del totale ed, infine, il settore dei servizi, che attira quasi 4 Meuro, vale a dire il 7,6% del capitale complessivamente erogato.

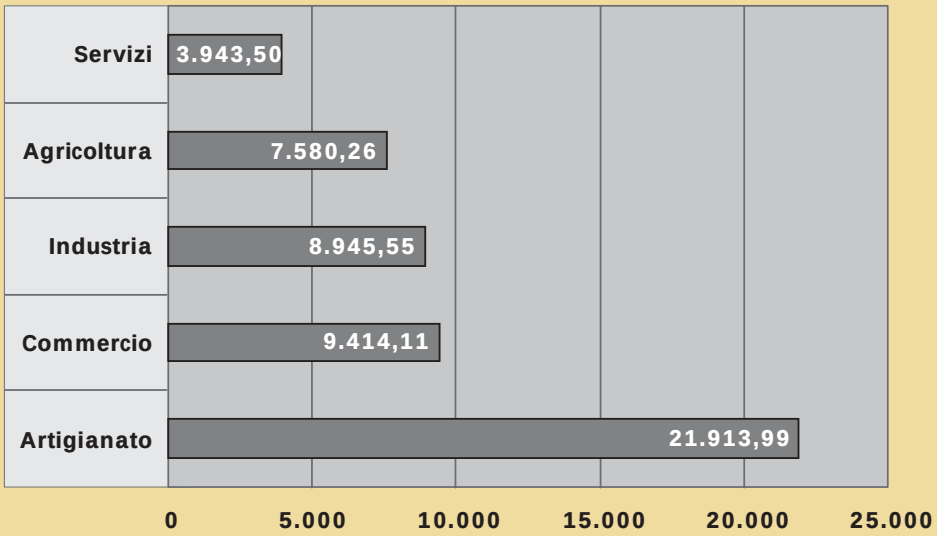
A proposito, è opportuno segnalare come proprio il settore dei servizi, ultimo in coda in termini di capitale complessivamente investito, rappresenti per il sistema camerale uno degli ambiti più dinamici e ricchi di potenzialità di sviluppo future. Ad esso, infatti, le Camere di Commercio hanno destinato nel 2004 un ammontare di fondi di circa 3,5 volte superiore rispetto a quanto investito nel 2003, un tasso di crescita nella contribuzione diretta che è appena inferiore rispetto a quanto destinato al settore dell'artigianato e dell'agricoltura (che registrano, entrambi, ca. il 400% di crescita, Fig. 3.5.4.).

Figura 3.5.2. Evoluzione delle attività prevalentemente svolte dalle Camere di Commercio (valori %)



Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

Figura 3.5.3. Settori destinatari dei contributi finanziari diretti erogati dalle Camere di Commercio nel 2004 (migliaia di €)



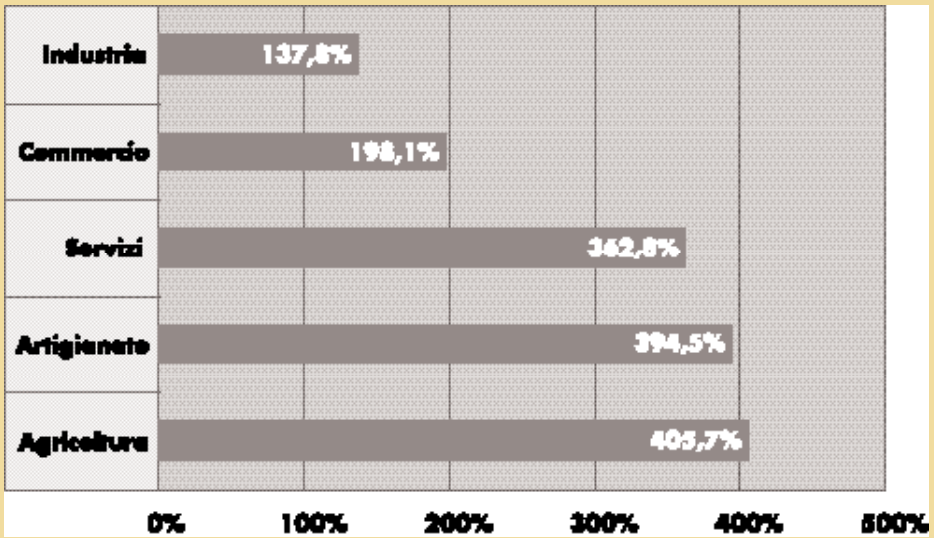
Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

GLI INTERVENTI PER GLI STRUMENTI DI GARANZIA COLLETTIVA FIDI

L'attenzione rivolta dalle Camere di Commercio ai temi della reperibilità dei fondi per le imprese è confermata dalle partecipazioni detenute dal sistema camerale presso numerosi Consorzi di Garanzia Collettiva Fidi (Confidi), una tipologia di organismi di intermediazione finanziaria molto variegata, sia in termini di natura giuridica che dal punto di vista dimensionale, nonché di livello di attività e servizi svolti la cui funzione "principale" consiste nel rilascio di garanzie fidejussorie sui finanziamenti bancari[1].

[1] È importante sottolineare come i dati raccolti si riferiscano esclusivamente alla presenza di organismi di garanzia sul territorio considerato senza, purtroppo, entrare nel merito della loro attività economica e finanziaria registrata (valori affidati, imprese beneficiarie, ecc.) poiché tale dato, per alcuni settori economici, risulta difficilmente reperibile.

Figura 3.5.4. Contributi finanziari diretti erogati dalle Camere di Commercio nel 2004: variazioni % tra i diversi settori rispetto al 2003



Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

Il sistema dei Confidi si presenta nel 2004 come un insieme di 1.059 organismi distribuiti sul territorio nazionale con una leggera preponderanza nel Settentrione d'Italia (384 strutture, 118 delle quali nella sola Lombardia e 101 nel Veneto), cui fanno seguito le regioni del Mezzogiorno (370 strutture, con il primato detenuto dalla Puglia che da sola ne conta ben 127) e del Centro Italia (302, tra cui spicca il Lazio con 93 organismi registrati (Fig. 3.5.5.).

Rispetto al 2003, anno in cui si è registrato un notevole balzo in avanti delle strutture presenti (una su tutte, la regione Campania che ha visto aumentare il numero di strutture di 12 unità), il panorama dei Confidi nazionali registra al 2004 dei piccoli "aggiustamenti" rispetto alla situazione pregressa.

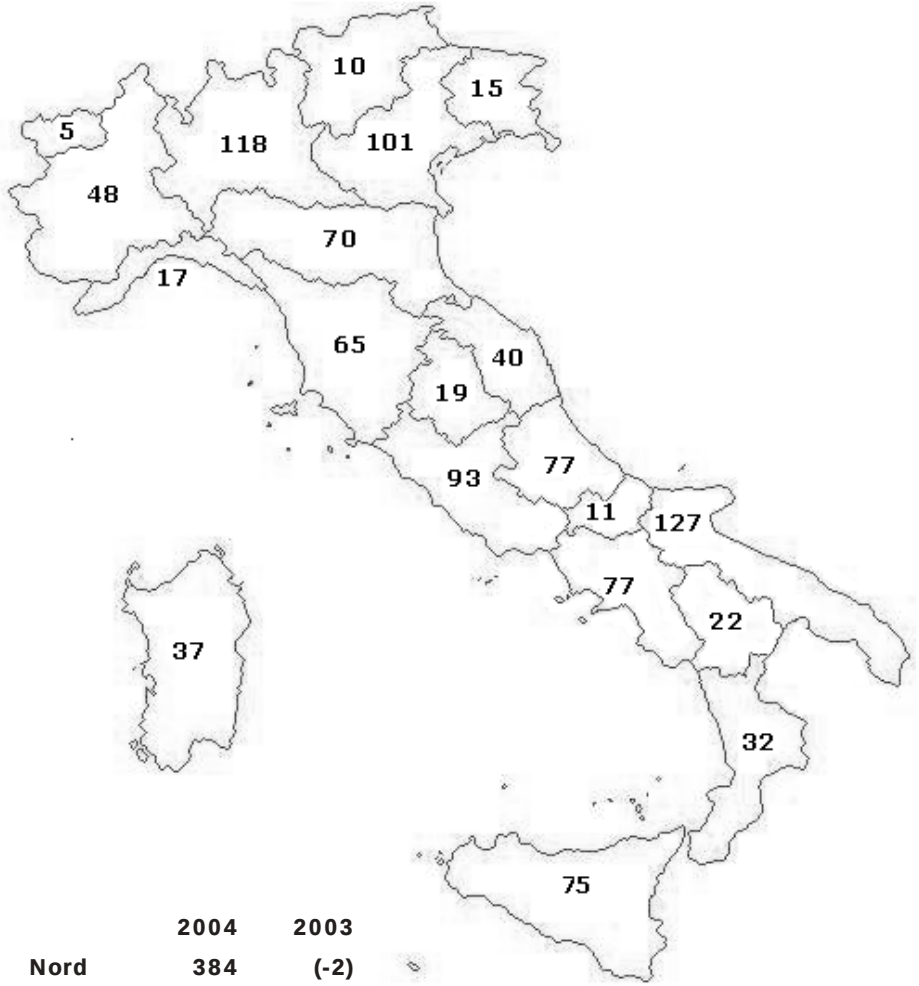
Il dato potrebbe sembrare positivo o comunque poco incisivo, ma non è così: è noto infatti che alla fine del 2003 il legislatore ha varato un processo di razionalizzazione degli organismi di garanzia fidi, ponendo le basi perché gli stessi si trasformino in intermediari finanziari o – in un futuro più remoto – in banche cooperative. Al contrario, alla fine del 2004, le strutture di garanzia sono (pur lievemente) aumentate, quando l'indirizzo era invece quello di arrivare ad un processo di fusioni e di incorporazioni in grado di portare tali organismi ad un numero certamente più contenuto e soprattutto in grado di poter soddisfare non solo il ruolo di "fornitori" della garanzia, ma di veri "mitigatori del rischio bancario", alla luce del nuovo trattato di Basilea.

Tornando ai dati sui Confidi, nel complesso si registra un aumento di sole 3 unità rispetto ai dati del 2003, frutto di piccole variazioni compensative a livello regionale: in particolare, mentre le regioni Liguria ed Emilia Romagna vedono diminuire il numero di Confidi rispettivamente di 2 e 1 unità (attestandosi a quota 17 la prima e 70 la seconda), risulta aumentato di 1 unità il numero di strutture sia in Lombardia che in Campania (che si attestano rispettivamente a quota 118 e 77) e di ben 2 unità sia in Abruzzo che nella regione Sicilia (con 77 e 75 Confidi ciascuna).

Come risulta dai dati raccolti, ben 70 delle 88 Camere coinvolte nell'indagine (ca. l'80% del campione, dato similare a quello del 2003, con 63 Camere su 80 complessivamente censite) hanno dichiarato di partecipare attivamente al sistema dei Confidi nazionali attraverso la sottoscrizione di quote di capitale dei medesimi (Tab. 3.5.2.). Tale impegno, già importante nel 2003, risulta aumentato nel corso del 2004 poiché il numero di partecipazioni detenute dal sistema camerale è passato dai 375 precedenti alle 456 attuali (+26%), un incremento che non può motivarsi soltanto nell'aumento della numerosità delle Camere di Commercio coinvolte nell'indagine. Da evidenziare come a tale volume di partecipazioni corrisponda un numero di organismi di garanzia fidi cui sono associate ben 647.713 imprese.

Nell'ambito di tali partecipazioni, il contributo al fondo rischi erogato dal sistema camerale ammonta, nel 2004, ad oltre 25 Meu-

Figura 3.5.5. Presenza dei Confidi in Italia, anno 2004



	2004	2003
Nord	384	(-2)
Centro	305	(+2)
Sud	370	(+3)
Totale	1.059	(+3)

Fonte: *Elaborazione Unioncamere - Area Servizi finanziari e infrastrutture su dati Ufficio Italiano Cambi*

ro (+ 13% rispetto al 2003) mentre quello in conto interessi si mantiene ai livelli dell'anno scorso in valore assoluto, ca. 11,1 Meuro (anche se in termini relativi risulterebbe leggermente inferiore a causa del maggior numero di Camere coinvolte nell'indagine). Da un punto di vista quantitativo, vale la pena sottolineare come la partecipazione al capitale sociale dell'insieme dei Confidi si attesti attorno a 1,5 Meuro per un valore complessivo degli affidamenti erogati alle imprese superiore ai 9,7 Miliardi di euro, ben il 12% in più rispetto al valore registrato lo scorso anno.

Osservando la distribuzione geografica per regione del numero di partecipazioni camerali ai Confidi (Fig. 3.5.6.) si nota come la regione in cui l'impegno delle Camere di Commercio risulta maggiore sia la Lombardia (72 partecipazioni), che "spodesta" la regione Veneto che scende a quota 65 partecipazioni. Fanno seguito l'Emilia Romagna con 55 partecipazioni, il Piemonte con 45 e l'Abruzzo con 40 partecipazioni.

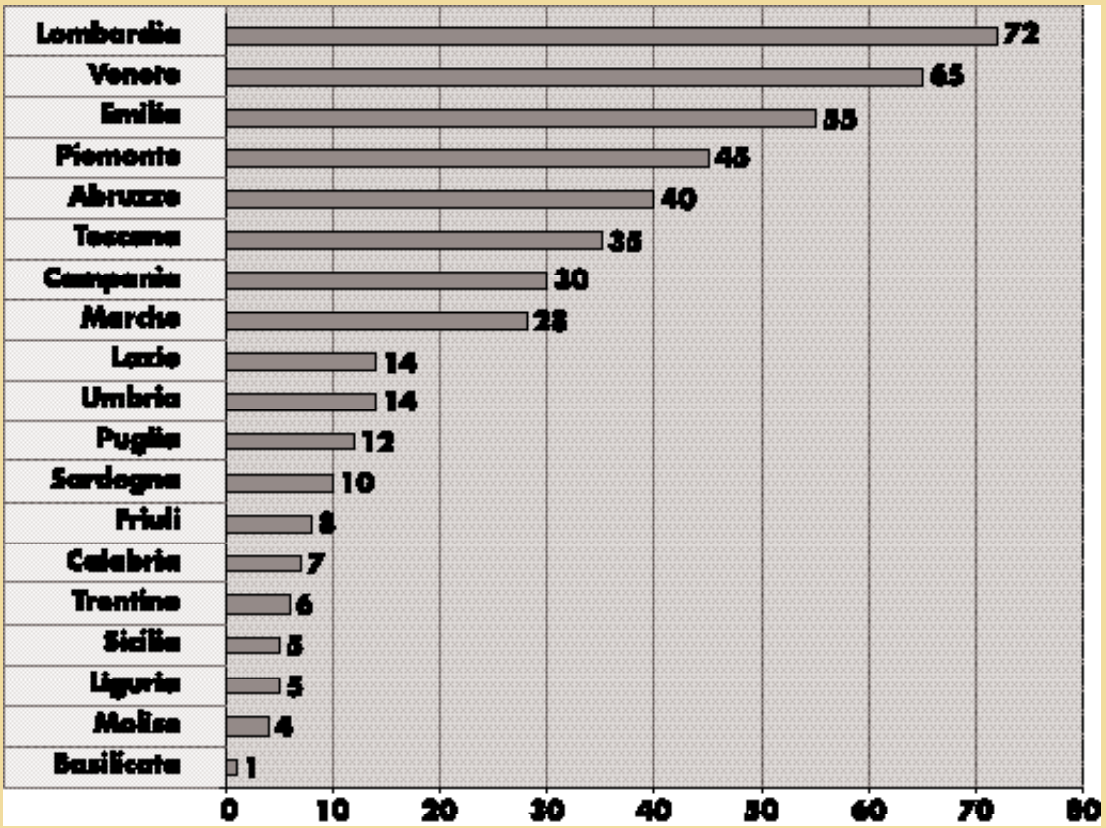
Un'ultima considerazione può essere fatta osservando gli incrementi, talvolta molto spiccati, che le partecipazioni camerali hanno registrato nel corso del 2004 in alcune regioni del Mezzogiorno. In questa area geografica, infatti, l'attività dei consorzi e delle cooperative di garanzia fidi risulta meno matura e consolidata rispetto alle regioni del Nord Italia. Ciò nonostante, per fare qualche esempio, in Calabria si è passati da 1 sola partecipazione nel 2003 a 7 nel 2004 (+700%) e in Sicilia da 3 a 5 (+60%). Tutto questo, sebbene in valore assoluto non determini una grande variazione nel numero di partecipazioni per regione, come invece lo determina il + 28% registrato dal Piemonte, che passa da 35 a 45 partecipazioni, testimonia tuttavia il valore strategico all'attività di questi organismi per lo sviluppo dell'economia locale e del territorio.

Tabella 3.5.2. I dati sui Confidi (rilevati su 88 Camere di Commercio)

	N. partecipazioni delle Camere ai Confidi	Imprese associate	Totale affidamenti	Contributi fondo rischi	Contributi conto interessi	Partec. Capitale sociale
2003	375	486.287	€ 8.680.367.610,00	€ 22.062.999,00	€ 11.144.488,00	€ 3.342.053,00
2004	456	647.713	€ 9.773.860.511,00	€ 25.123.677,00	€ 11.198.145,00	€ 1.528.362,00

Fonte: *Elaborazioni Unioncamere - Area Servizi finanziari e infrastrutture su dati Osservatorio camerale 2005*

Figura 3.5.6. Numero di partecipazioni camerali ai Confidi per regione (dati su 88 Camere di Commercio)



Fonte: *Elaborazione Unioncamere - Area Servizi finanziari e infrastrutture su dati Osservatorio camerale 2005*

3.6

INNOVAZIONE

L'innovazione e le strumentazioni per il suo trasferimento alle imprese rappresentano leve competitive di rilevanza strategica per lo sviluppo del sistema produttivo di un Paese. In Italia, le complessità del trasferimento tecnologico appaiono particolarmente marcate a causa sia della limitata capacità di collegamento e relazione tra le imprese (che potrebbe invece permettere il superamento dei vincoli legati alla ridotta dimensione aziendale), sia della difficoltosa comunicazione tra i potenziali detentori dell'innovazione tecnologica – in primo luogo gli Enti Pubblici di Ricerca (EPR) –- e le imprese, quali utilizzatori finali della tecnologia.

Dall'analisi del contesto nazionale emerge che, nel loro insieme, le risorse pubbliche investite in ricerca sono, in termini di percentuale del PIL, sostanzialmente allineate con la media europea. Al contrario, la quota di investimento delle imprese private risulta essere significativamente deficitaria, in primo luogo a causa dei problemi strutturali di cui si è fatto cenno.

Nel nostro Paese, oltre il 50% della ricerca fa riferimento a soggetti pubblici; al contempo, si registra una copiosa ed eccellente produzione scientifica (si contano oltre 30.000 pubblicazioni tecnico-scientifiche all'anno), cui corrisponde, tuttavia, una bassissima produzione di brevetti (solo 156) che per lo più restano inutilizzati. I brevetti rappresentano la manifestazione formalizzata più vicina alle imprese del risultato della ricerca, e la loro registrazione e cessione costituiscono chiari indicatori, rispettivamente, della produzione di innovazione e del livello di trasferimento tecnologico dagli attori che la sviluppano (EPR e laboratori privati) agli attori che la dovrebbero utilizzare (PMI). La scarsa attività di brevettazione degli EPR, a fronte di una produzione tecnico-scientifica consistente e di buon livello qualitativo, potrebbe essere altresì letta come il sintomo di un *gap* fra una potenziale offerta d'innovazione tecnologica, da un lato, e una domanda di innovazione tecnologica che spesso rimane inespressa, dall'altro.

Inoltre, non risultano esperienze sistematiche e significative di forme di dialogo fra gli enti di ricerca e il sistema delle imprese, finalizzate a mettere a disposizione delle aziende la conoscenza scientifica (*know how*) sotto forma, ad esempio, di consulenze per la soluzione di problemi specifici.

Questo scenario implica la necessità di pensare ad interventi basati, prima ancora che sull'aumento delle risorse destinate alle attività di R&S, sull'incremento dell'efficienza della spesa pubblica per la ricerca, avviando programmi non solo per l'utilizzo degli esiti diretti (brevetti) ma anche per il *know how* scientifico dei ricercatori.

Il sistema delle Camere di Commercio si sta muovendo proprio lungo questa direzione, avviando attività di rilevazione, monitoraggio, aggregazione dei fabbisogni tecnologici – spesso inespressi – delle imprese in domanda "aggregata" di innovazione tecnologica, favorendo al contempo il raccordo con l'offerta d'innovazione tecnologica da parte degli EPR.

Si tratta peraltro di uno sviluppo ulteriore e di una precisa finalizzazione delle attività a supporto dell'innovazione e del trasferimento tecnologico già svolte dalla rete delle Camere di Commercio. Esse hanno da tempo attivato iniziative e strumenti in grado di contribuire a colmare il *gap* tra domanda e offerta di tecnologie.

Tabella 3.6.1. I numeri dell'Innovazione

79	Camere svolgono azioni di supporto all'innovazione
1.119	Azioni di supporto dell'innovazione e trasferimento tecnologico *di cui:* **475** relative all'assistenza e consulenza tecnologica alle imprese **472** relative al trasferimento tecnologico e alla diffusione di brevetti **109** relative alla formazione ed organizzazione di seminari **63** relative al campo della sicurezza, normazione e qualità
4.435	Imprese utenti destinatari delle attività di diffusione di informazione e banche dati
7,1	Milioni di € di finanziamenti diretti alle imprese
51	Sportelli dedicati
86	Collaborazioni con Università e centri di ricerca
11,7	Milioni di € liquidati dalle Camere di Commercio in attività di supporto all'innovazione

Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

A partire dal 2003, inoltre, il quadro è stato rafforzato dall'inclusione dell'innovazione tra le priorità del sistema camerale, intendendo in tal modo procedere alla razionalizzazione e alla definizione di una più ampia strategia di intervento comune in questo campo.

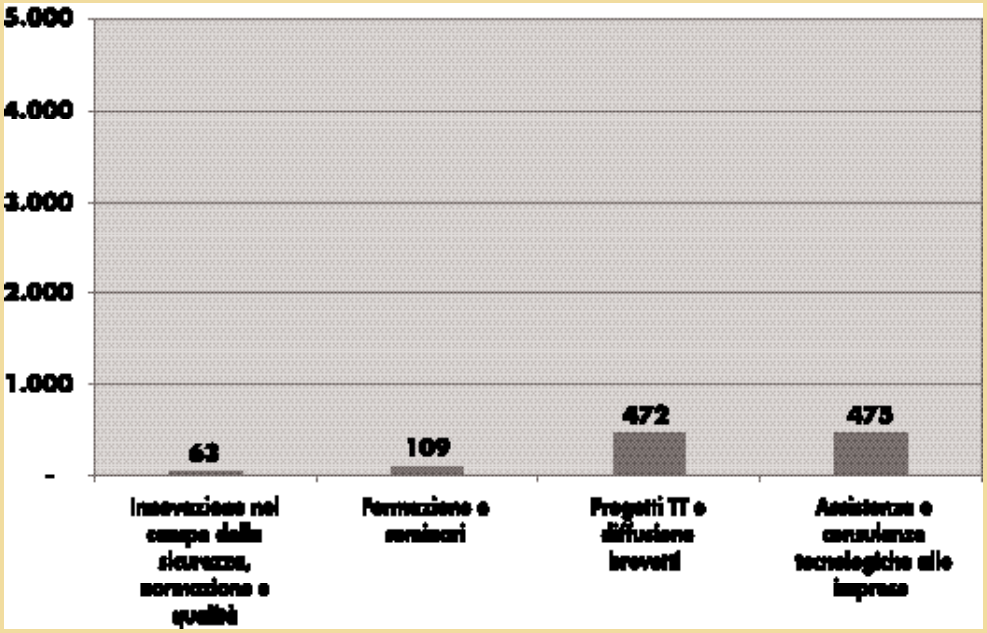
Nel 2004, l'Osservatorio camerale ha rilevato 79 Camere di Commercio, Artigianato e Agricoltura che hanno svolto, direttamente (61) o tramite le loro Aziende Speciali (18), attività di supporto alle imprese finalizzate all'adozione di innovazione e al trasferimento tecnologico. Risultano inoltre attivi più di 50 Sportelli dedicati alla promozione dell'innovazione e del trasferimento tecnologico.

Il supporto alle imprese è stato erogato prevalentemente tramite servizi informativi diretti, servizi di assistenza e consulenza tecnologica alle imprese, servizi nel campo del trasferimento tecnologico e della diffusione di brevetti, servizi formativi ed, infine, tramite azioni di supporto nel campo della sicurezza, normazione e qualità.

Gli interventi avviati dalle Camere di Commercio hanno raggiunto il sistema delle imprese attraverso servizi informativi diretti (51 sportelli dedicati) o per il tramite di accordi e collaborazioni con Università e centri di ricerca (86 accordi di collaborazione).

Le strumentazioni, dunque, sono quelle riconducibili agli uffici delle Camere di Com-

Figura 3.6.1. Le attività svolte per il supporto dell'innovazione nel 2004 (valori assoluti)



Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

mercio stesse, alle loro Aziende speciali, ai Laboratori e agli Uffici Brevetti (in particolare ai centri Pat Lib e i PIP), ai centri informativi sui brevetti e marchi riconosciuti dall'EPO (Ufficio Europeo Brevetti), alle Università e ai centri di ricerca.

L'ultimo aspetto, ma non meno importante, riguarda il dimensionamento economico dell'impegno delle Camere di Commercio nell'attività di supporto alla diffusione dell'innovazione tecnologica: nel 2004 le Camere di Commercio hanno investito complessivamente 11,7 milioni di euro, cui si aggiungono 7,1 milioni di euro di sostegni finanziari diretti.

L'impegno di sistema delle Camere di Commercio italiane si è concretizzato – già nel 2004 – nella realizzazione delle attività inerenti ai progetti presentati nell'ambito della Linea "Innovazione e trasferimento tecnologico" del Fondo di Perequazione 2003 (che ha visto l'adesione di circa 60 Camere di Commercio).

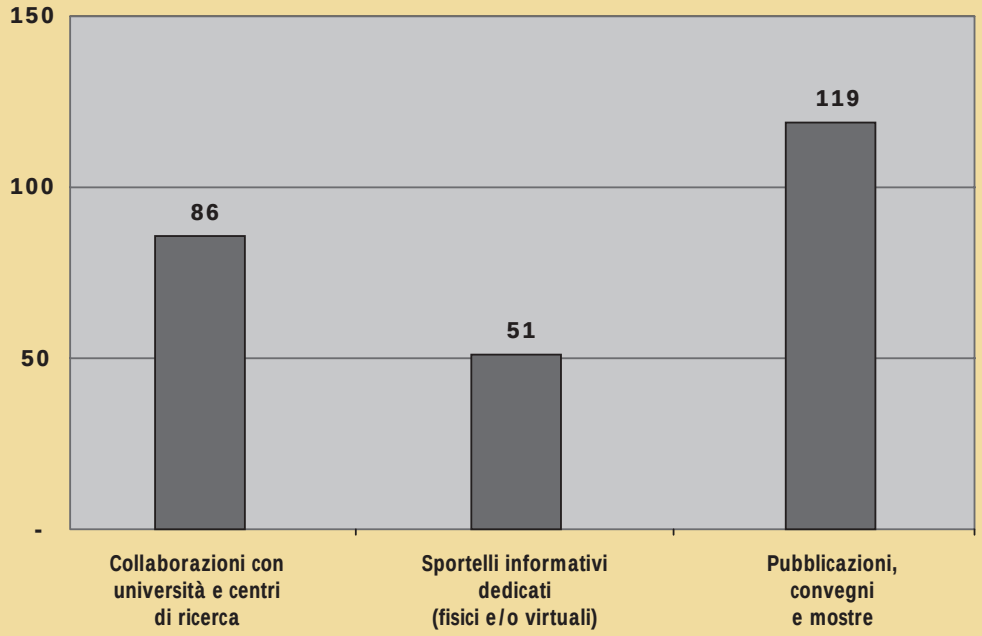
L'attività, in fase di sperimentazione, è riferita alla rilevazione sistematica dei fabbisogni tecnologici delle imprese e alla traduzione in domanda aggregata di ricerca da veicolare ai soggetti che offrono innovazione tecnologica.

Gli esiti attesi da tali iniziative, svolte con il coordinamento di Unioncamere, sono così schematizzabili:

- aggregazione e trasposizione dei fabbisogni delle imprese in una domanda organizzata e sistematica che può essere espressa in termini "contrattualistici" agli EPR;
- aggregazione delle PMI e supporto per la partecipazione a programmi di ricerca finanziati nell'ambito del VI e VII Programma Quadro;
- facilitazione del trasferimento tecnologico dal mondo della ricerca a quello dell'impresa.

Tra le altre attività avviate nel corso del 2004 è da menzionare lo studio dei trend tecnologici dei settori cartario, calzaturiero, meccanico/stampaggi e nautica da diporto, svolto

Figura 3.6.2. Gli strumenti utilizzati per la promozione dell'innovazione tecnologica nel 2004 (valori assoluti)



Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

da alcune Camere di Commercio con il supporto dell'agenzia partecipata di sistema Dintec.
Si è infine dato avvio ad una attività sistematica di monitoraggio della capacità di brevettazione delle imprese italiane, al fine di individuare il profilo delle "aziende innovatrici" e gli ambiti nei quali appare maggiore l'esito diretto (in termini di numerosità di brevetti) dell'impegno in ricerca svolto dalle nostre imprese.

3 "MIGLIORI PRASSI" IN TEMA DI AZIONI A SUPPORTO ALL'INNOVAZIONE

La pratica mostra che il sistema delle Camere di Commercio ha messo in campo svariate combinazioni di azioni ed investimenti a supporto dell'innovazione; ne segnaliamo alcune di particolare rilievo.
La prima iniziativa riguarda la partecipazione della Camera di Commercio di Palermo al Concorso di idee "Creatività e Innovazione" bandito da Unioncamere a favore degli studenti delle scuole medie superiori, con la duplice finalità di raccogliere le idee dei giovani e sensibilizzare il mondo della scuola sull'importanza dei temi della creatività e dell'innovazione per il futuro dell'Italia. Il concorso di idee punta a premiare il momento di "ideazione" di un prodotto/servizio innovativo o di processi produttivi che potrebbero essere tradotti in *business* di imprese innovative; al Concorso hanno aderito 9 istituti della Provincia e sono stati presentati 9 progetti.
La seconda iniziativa da segnalare fa riferimento alle Camere di Commercio di Pisa e Reggio Calabria. La Camera di Commercio di Pisa ha istituito, a partire dal 2003, un Fondo Rotativo per la promozione della nascita di imprese innovative operanti in comparti di attività ad elevato impatto tecnologico. Il Fondo ha previsto la partecipazione della Camera al capitale di rischio delle nuove imprese innovative (*Seed Capital*).
Nel 2003 sono stati messi a disposizione 700mila euro per assunzione di partecipazioni e 75.500 euro per la gestione; sono state presentate 15 candidature per un importo di 1.658.500 euro e sono state selezionate 9 imprese in cui la Camera ha investito con proprio capitale di rischio.
Nel 2004 il Fondo Rotativo ha avuto una dotazione di risorse di 800mila euro per assunzioni di partecipazioni e 95mila euro per la gestione; sono state presentate 17 candidature le cui valutazioni sono tuttora in corso.
Analoga iniziativa ha avviato nel 2005 la Camera di Commercio di Reggio Calabria.
La terza iniziativa da segnalare riguarda le Camere di Commercio di Ancona e Lucca, che hanno realizzato nel 2004 il monitoraggio e l'analisi dei *trend* tecnologici rispettivamente nei settori della Meccanica (Ancona) e della Nautica da diporto (Ancona e Lucca). Il monitoraggio dei *trend* tecnologici ha avuto come obiettivo principale la ricostruzione completa degli elementi del panorama tecnologico e competitivo che influenzano il posizionamento delle imprese.

I progetti sul territorio

Camera	Titolo progetto	Partenariato
Ancona	Osservatorio sulla meccanica	Politecnico delle Marche (Facoltà di economia e ingegneria) e Centro servizi Meccano spa
Arezzo	Check-up delle pmi	Rete camerale regionale
Avellino	check-up sui fabbisogni tecnologici delle pmi	
Benevento	Telematizzazione dei servizi camerali	
Bergamo	Servitec: servizi per lo sviluppo e l'innovazione tecnologica	
Bologna	Progetto più: finanziamento di imprese che impiegano giovani ricercatori	Università di Bologna
Brescia	Sportello innovazione tecnologica	
Catanzaro	One stop shop - ricerca e innovazione	Uniocamere Calabria, Regiona Calabria, Università
Cremona	Sportelli tecnologici camerali (Unioncamere Lombardia)	
Crotone	Parco scientifico e tecnologico	Comuni locali, Provincia, Associazioni di categoria, Regione Calabria, Università della Calabria
Cuneo	Check-up sui fabbisogni tecnologici	
Foggia	Forum itc provinciale	
Forlì	Contributi per investimenti relativi all'innovazione tecnologica	
Genova	Innovation relay Center Alps Liguria	Cdc Torino, Centro sviluppo Aosta, Commissione Europea
Gorizia	e-business per le imprese	
Grosseto	Progetto innova	Asseforcamere, Azienda speciale Coap, Monte Paschi di Siena
La Spezia	Diffusione rete europea pat-lib	
Latina	Cetem - centro di eccellenza per la microelettronica	Università di Cassino, Consorzio ind.le Roma - Latina, Regione Lazio
Lecco	Progetto sci sostegno alla collaborazione per l'innovazione	Consorzio Politecnico Innovazione, Associazioni di categoria
Lucca	Museo virtuale di Pietrasanta	
Macerata	Sfida all'innovazione: giornate informative su brevetti e marchi e progetto per l'acquisizione telematica dei brevetti e marchi	
Milano	Progetto innovazione	Università; Centri di ricerca
Milano	Innovation Relay Center Lombardia	MIP, Cestec
Padova	Parco scientifico Galileo - convenzione per laboratorio prove	Parco scientifico e tecnologico Galileo
Pavia	Polo tecnologico	Università di Pavia; Provincia e Comune di Pavia
Perugia	Progetto qualità	

segue I progetti sul territorio

Camera	Titolo progetto	Partenariato
Piacenza	Realizzazione della rete integrata di servizi per l'innovazione	Aster, Università del Sacro Cuore, Politecnico sede di Piacenza
Pistoia	Attività per la diffusione dell'innovazione tecnologica presso le imprese pistoiesi	Università di Firenze - ufficio brevetti e rapporti con il territorio
Pordenone	progetto "Frenesys"	Regione Friuli V. Giulia
Potenza	Linee guida per la corretta gestione dei rifiuti da demolizione	Assindustria, Cna; Confartigianato, Università della Basilicata
Prato	Contributi a innovazione e ricerca	
Reggio Calabria	Forum nazionale la creazione di imprese innovative - esperienze a confronto	Scuola superiore s. Anna di Pisa, Assefi (Azienda speciale della CdC di Pisa)
Sassari	Progetto Dirce	
Siracusa	Laboratorio innovazione piccole medie imprese	società Assist Consulting
Torino	Alps innovation relay centre 2004-2008	CdC Genova, CER Camere di Commercio piemontesi, Centro sviluppo Aosta, Commissione Europea
Trento	Innovazione tecnologica	
Treviso	Filiera estesa: sperimentazione di tecnologie abilitanti alla cooperazione in rete per pmi dello sportsystem	Veneto Innovazione
Trieste	Economia digitale	CdC Gorizia, CdC Pordenone, CdC Udine, Regione Friuli V. Giulia, ICE, Associazioni di categoria, MAP
Udine	Interreg 3 azione 2.1.2 coop economica transfrontaliera	Regione Friuli V. Giulia e rete camerale regionale
Verbania	ITT: innovazione e trasferimento tecnologico	Provincia VCO, Unione industriale VCO, Fondazione Cariplo
Vercelli	Innovazione per le pmi	
Verona	Contributi alle PMI per l'innovazione tecnologica	
Vibo Valentia	Diffusione della rete europea da Patlib nella rete camerale e applicazione della procedura telematica di deposito marchi	
Vicenza	Contributi per tesi di laurea a valenza innovativa su input delle imprese	imprese locali e 4 atenei del Triveneto
Viterbo	Diffusione della rete europea Patlib nella rete camerale	

N.B. I progetti sono stati segnalati direttamente dalle Camere di Commercio

Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

3.7 AMBIENTE

Prosegue l'impegno delle Camere di Commercio e delle aziende speciali nel fornire alle imprese strumenti utili a rendere più agevoli gli adempimenti loro richiesti dalle disposizioni legislative in campo ambientale, nella logica di una sempre maggiore semplificazione.

Semplificazione che si sta anzitutto sperimentando e consolidando attraverso modalità innovative di presentazione del Modello Unico di Dichiarazione ambientale.

Dai dati disponibili relativi alle dichiarazioni MUD 2004 emerge che:

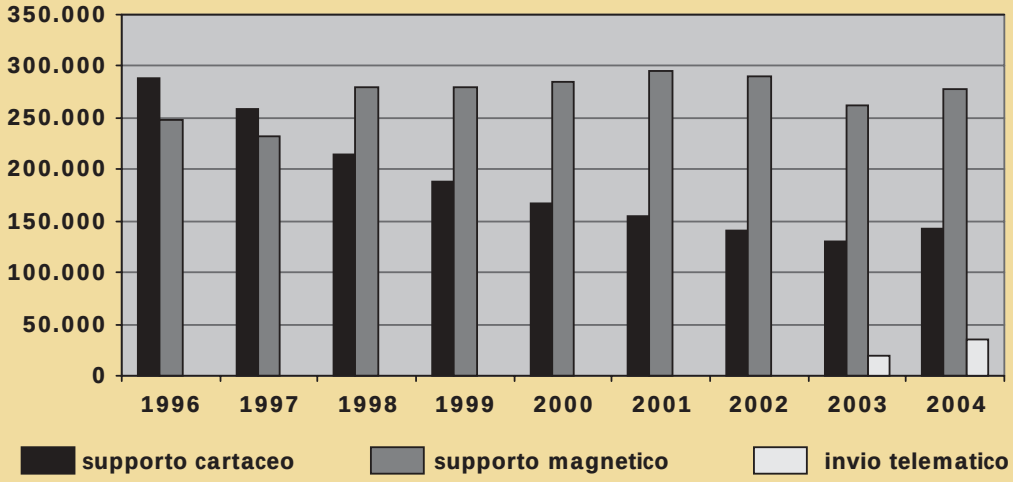
- le dichiarazioni presentate su supporto magnetico hanno raggiunto quasi il 70% del totale, riducendo quindi sensibilmente la percentuale del cartaceo, con risparmi di tempo e di costo per i compilatori;
- la dichiarazione cartacea "semplificata", cioè quella che sono tenute a presentare le imprese che dichiarano meno di tre rifiuti, è stata utilizzata da 75.000 dichiaranti, pari al 60% del totale cartaceo. A questo proposito, vale la pena sottolineare come un ulteriore 20% sia stato presentato su supporto cartaceo "tradizionale" pur avendo i requisiti per usare la dichiarazione semplificata. Ciò comporta che esistano ulteriori margini di miglioramento ottenibili in futuro su questo fronte;
- la trasmissione telematica del MUD, tramite l'apposizione della firma digitale ed il versamento on-line dei diritti di segreteria, è stata utilizzata per 34mila dichiarazioni (ossia il doppio rispetto all'anno

Tabella 3.7.1. I numeri sull'Ambiente

160	Azioni svolte dalle Camere per la tutela e la salvaguardia del patrimonio ambientale
34,6	Mila modelli MUD ricevuti per via telematica
278,4	Mila modelli MUD presentati su supporto magnetico (oltre il 70% del totale)
48	Sportelli ambiente attivati dalle Camere
4,0	Milioni di MUD (raccolti in un DB accessibile per via telematica)
3,2	Milioni di € liquidati dalle Camere di Commercio per le attività ambientali

Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

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



Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

precedente, primo anno di applicazione della novità). Sicuramente il fenomeno ha avviato una tendenza irreversibile che porterà ad una ulteriore crescita del peso di questa modalità di trasmissione.

La trasmissione telematica, peraltro, risulta utilizzata sia da grandi utenti (associazioni e studi di consulenza), sia da singoli soggetti, a conferma che l'invio digitale alla Pubblica Amministrazione si va affermando come una pratica diffusa.

Il maggiore coinvolgimento del sistema camerale, dimostrato dal fatto che per la prima volta tutte le 103 Camere hanno ricevuto dichiarazioni spedite via Internet, conferma che il MUD telematico è stato percepito come una positiva novità anche dal punto di vista organizzativo, rappresentando anche un modo per ridurre l'impegno di risorse impiegate allo sportello.

Dal punto di vista tecnico, anche per il 2004 è stato introdotto nel MUD il capitolo IPPC relativo alle emissioni in aria ed acqua derivanti dalle attività industriali per circa 1000 imprese, soggette ad una autorizzazione ambientale integrata; anche in questo caso, la dichiarazione è stata inviata tramite la rete telematica predisposta dalle Camere di Commercio.

Ad oggi, la banca dati costruita in base alle informazioni contenute nel MUD comprende oltre quattro milioni di dichiarazioni; per il terzo anno, l'intero database è stato reso accessibile per via telematica sia alle Agenzie Regionali per la Protezione dell'Ambiente che alle amministrazioni locali.

Infine preme sottolinerae come anche per l'Albo Gestori Rifiuti si è introdotta nel 2004 una importante semplificazione: l'Albo è stato infatti pubblicato in rete (www.albogestoririfiuti.it) e contiene tutte le imprese iscritte.

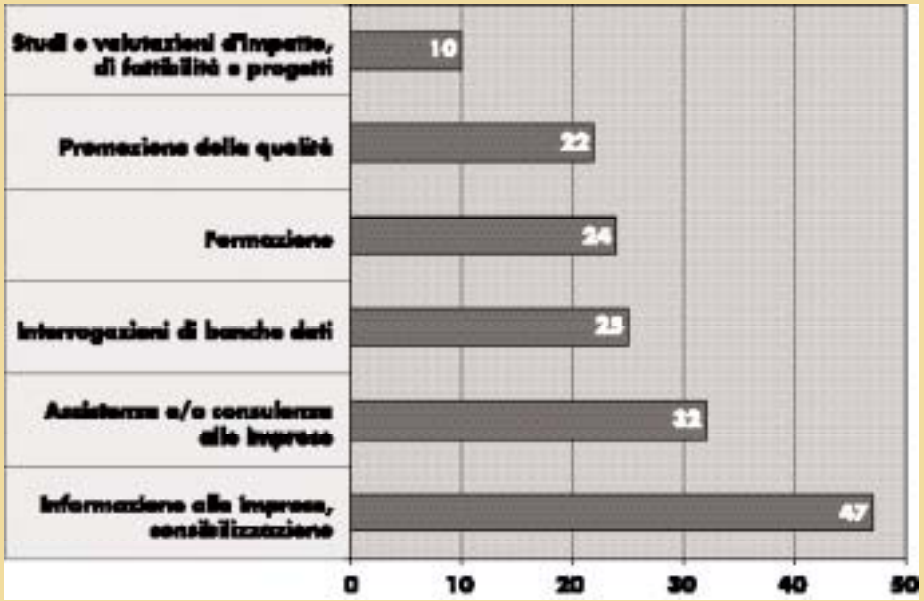
L'Albo verrà alimentato e aggiornato in maniera automatica dalle singole Sezioni regionali presso le Camere di Commercio.

Tabella 3.7.2. MUD Telematico 2004: le prime 10 Camere di Commercio

CCIAA	MUD telematici
MILANO	3.205
TORINO	3.002
ROMA	2.481
BOLOGNA	2.345
FORLÌ-CESENA	1.285
VENEZIA	1.175
PAVIA	1.147
FERRARA	1.035
MODENA	972
COMO	914

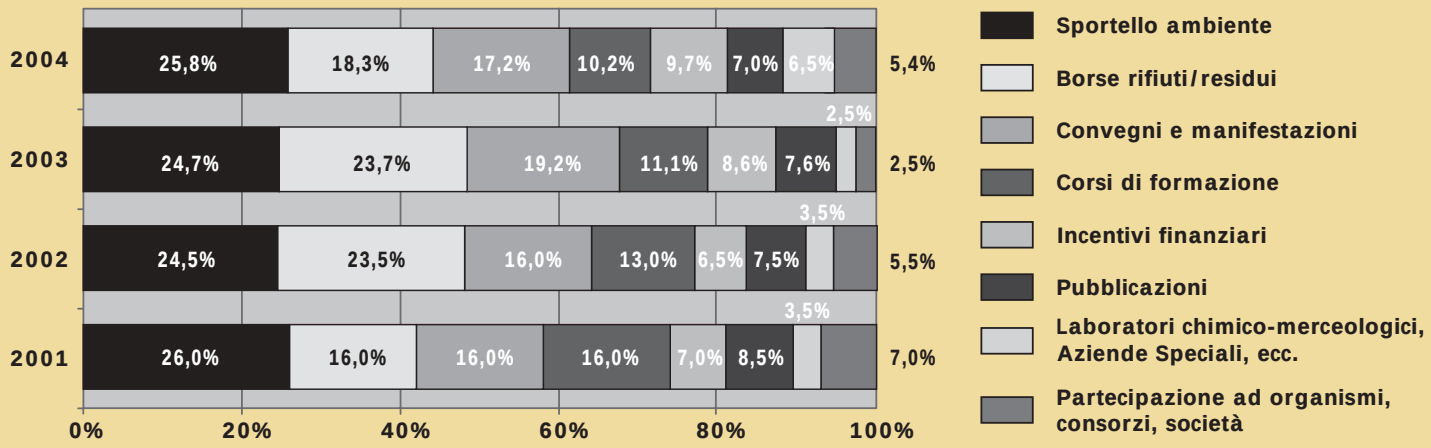
Fonte: *Elaborazione Unioncamere su dati Ecocerved*

Figura 3.7.2. Il numero di Camere di Commercio per tipo di attività svolte a salvaguardia del patrimonio ambientale nel 2004



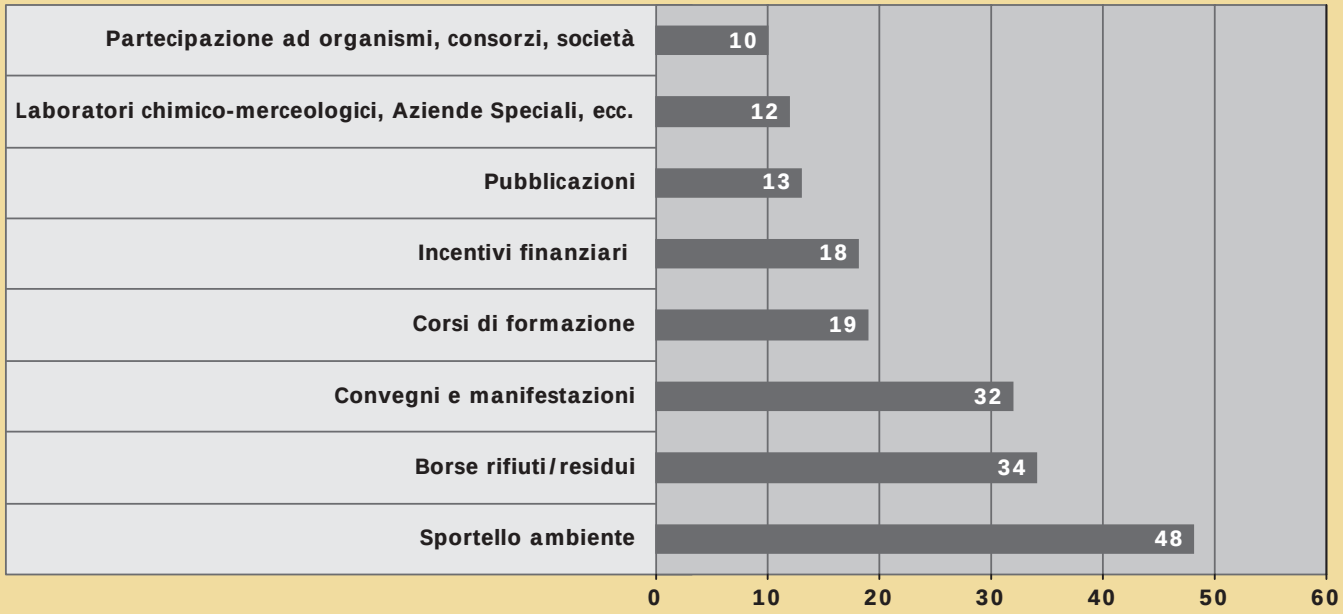
Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

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



Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

Figura 3.7.4. Gli strumenti utilizzati per l'espletamento dell'attività in materia di ambiente nel 2004 (valori assoluti)



Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

I progetti sul territorio

Camera	Titolo progetto	Partenariato
Ancona	Linee guida e procedure per la gestione della raccolta dei dati ambientali - certificazione Emas al Comune di Ancona	Comune di Ancona
Asti	Introduzione di un sistema di gestione ambientale nelle aziende viticole	Amministrazione Provinciale Asti
Bergamo	Bando di concorso "ambiente e sicurezza"	
Brescia	Borsa telematica recupero	
Forlì	Borsa telematica del recupero	
Genova	Nuova modalità iscrizione albo gestori categoria 10	
Grosseto	Contributi alle imprese della provincia di Grosseto per promuovere l'introduzione o l'adeguamento di sistemi di qualità	
Lecco	Borsa telematica del recupero	
Lodi	Sportello mud	
Lucca	Life Pioneer - sperimentazione di un modello di certificazione Emas per il distretto cartario di Capannori	Provincia di Lucca, Scuola Superiore S. Anna, Iefe Bocconi, Associazione industriali Lucca - C ed aziende del distretto cartario di Capannori
Mantova	Agende 21 (inserimento promozione borsa del recupero)	
Milano	Progetto "Desair"	Commissione Europea, Università Bocconi, Arpa Lombardia, Regione Lombardia
Modena	Formazione alle imprese dichiaranti mud	
Oristano	Rifiuti tecnologici	Tecno imprese di Milano
Padova	Progetto "Azienda Pulita"	Provincia, Consorzi di bacino, associazioni di categoria settore agricolo
Piacenza	Borsa telematica del recupero	PiacenzaExpo
Pisa	Borsa telematica del recupero	Aazienda speciale Borsa immobiliare pisana
Potenza	La corretta gestione dei rifiuti da costruzione e demolizione	Assindustria, Confartigianato, Università della Basilicata
Prato	Progetto Emas di distretto	Unione Industriali pratese
Ravenna	Progetto "Naviga in darsena"	Enti locali, associazioni di categoria, imprese
Reggio Emilia	Promozione della certificazione ambientale nelle imprese	Associazione industriali, Lega delle Cooperative e Sincert
Siena	Corso perfezionamento per esperti in legislazione ambientale (6a ediz.ne)	Università di Siena
Siracusa	Sportello mud	

segue I progetti sul territorio

Camera	Titolo progetto	Partenariato
Varese	Tavolo di lavoro Agenda 21 provinciale	
Verbania	Certificazione ambientale	
Vercelli	Sportello mud	

N.B. I progetti sono stati segnalati direttamente dalle Camere di Commercio

Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

CAMERA DI COMMERCIO DI PADOVA : PROGETTO "AZIENDA PULITA"

Il progetto "Azienda Pulita" consiste in un programma di gestione dei rifiuti agricoli, iniziativa promossa dalle Associazioni imprenditoriali del settore agricolo e sostenuta attivamente dalla Camera di Commercio di Padova fin dal 1996, quando è stata avviata la prima sperimentazione.

Nel corso dell'annualità 2004, l'attività si è concentrata su un'azione di informazione e promozione presso le aziende agricole della provincia di Padova iscritte al Registro Imprese, mirata alla loro adesione al servizio pubblico di raccolta rifiuti speciali aziendali.

Altri punti qualificanti del progetto sono stati la previsione di contributo per l'acquisto dei materiali da parte dei Consorzi di Bacino (con conseguenti minori costi a carico delle aziende aderenti al servizio); la promozione del servizio nell'ambito di alcune rassegne fieristiche; la realizzazione e diffusione alle aziende di un Manuale per lo smaltimento corretto dei rifiuti agricoli e di un CD Rom informativo.

Un primo beneficio nell'adesione al progetto, le imprese lo riscontrano proprio nei rapporti con la Camera di Commercio, dal momento che le aziende aderenti non sono più obbligate a presentare l'annuale denuncia MUD, né a tenere i registri obbligatori in materia di rifiuti.

Le ricadute più significative dell'iniziativa sono rappresentate da un lato dal significativo risparmio per l'azienda agricola, sia in termini di pratiche, sia di spese di smaltimento rifiuti; dall'altro dal notevole incremento della percentuale del materiale raccolto e riciclato.

A testimonianza del successo del progetto, e grazie alla collaborazione della Provincia di Padova, l'iniziativa è stata estesa anche alle aziende agricole delle Province di Verona e Vicenza.

I "numeri" del progetto:

- 8.000 le aziende padovane aderenti al Progetto
- 450.000 kg di rifiuti agricoli raccolti di cui 45.000 kg rifiuti pericolosi
- efficienza del recupero: 91,3 % del totale dei rifiuti delle aziende aderenti (grazie alla formazione del personale ed alle campagne di educazione ambientale realizzate nell'ambito del progetto)

I partner del progetto:

- Provincia di Padova
- Federazione Prov.le Coldiretti Padova
- Confederazione Italiana Agricoltori Padova
- Unione Provinciale Agricoltori Padova
- Copagri
- Eurocoltivatori
- Consorzio di Bacino Padova Uno
- Consorzio di Bacino Padova Due
- Consorzio di Bacino Padova Tre
- Consorzio di Bacino Padova Quattro
- Consorzio Agrario di Padova e Venezia
- Elite Ambiente srl

3.8 NUOVA IMPRESA

L'azione del sistema camerale nell'ambito delle politiche volte al sostegno della creazione d'impresa si inserisce nella più ampia strategia europea di promozione dello spirito imprenditoriale definita in vari documenti tra i quali, in particolare, il "Piano d'azione: Un'agenda europea per l'imprenditorialità"[1].

Nei vari anni di erogazione del servizio il sistema camerale si è dotato di un proprio "modello operativo" distribuito sul territorio nazionale, organizzato a rete e caratterizzato da attività di sportello (presso la stessa Camera o presso l'Azienda speciale) a prevalente contenuto informativo, alle quali fanno seguito attività di orientamento, formazione, affiancamento allo start-up, accompagnamento alla redazione del business plan e, in misura minore, erogazione di contributi all'avvio d'impresa.

Questo "impianto", opportunamente contestualizzato in ciascun territorio, ha consentito di ottenere significativi risultati anche nel 2004 (cfr. tabella 3.8.1.) grazie ad una costante attenzione ai bisogni dell'utenza e alla capacità di interpretare le evoluzioni in atto. Infatti, nel 2004 è cresciuto l'impegno delle diverse realtà camerali sia nella tipologia sia nella quantità di servizi erogati (cfr. figura 3.8.1.): continuano a prevalere le informazioni sulle "agevolazioni finanziarie", mentre è interessante il notevole incremento delle informazioni per l'accesso al credito (+73%) e di quelle sulle possibili collaborazioni con altri imprenditori (+67%).

Se, invece, si considera la gamma di servizi erogati ripartita per tre grandi categorie – mercato, risorse finanziarie, formazione – e la loro evoluzione negli ultimi quattro anni (cfr. figura 3.8.2.) emerge come il loro ordine resti sostanzialmente immutato anno per anno: prevalgono sempre le informazioni sulle risorse finanziarie (agevolate e non), seguite da quelle sul mercato e dalla formazione. Inoltre, se si confrontano le richieste dell'utenza (cfr. figura 3.8.3.) con l'offerta di servizi (cfr. figura 3.8.2.), si rileva l'opportunità per la rete camerale di incrementare l'erogazione di "Assistenza tecnica e formazione nella fase di avvio".

Infine, così come da alcuni anni vi è particolare attenzione al tema dell'imprenditoria femminile, nel 2004 hanno trovato spazio anche servizi a favore sia dell'imprenditorialità straniera (le recenti ricerche mettono in evidenza come siano oltre 148mila quelle costituite), sia delle imprese innovative (alcune Camere hanno attivato osservatori o avviato iniziative di promozione e sostegno).

Queste "novità" mostrano, appunto, la capacità del sistema camerale di adeguare e aggiornare i contenuti del rapporto con l'utenza, in chiave integrata e complementare con quelli offerti da altri soggetti operanti sul territorio sia del mondo associativo sia del mondo istituzionale (servizi per l'impiego, Università, informagiovani ecc.).

Con riferimento all'imprenditorialità femminile vale la pena evidenziare la pubblicazione del "I° rapporto nazionale sulle imprese femminili" (diviso in tre parti: analisi dei dati quantitativi dell'osservatorio; analisi

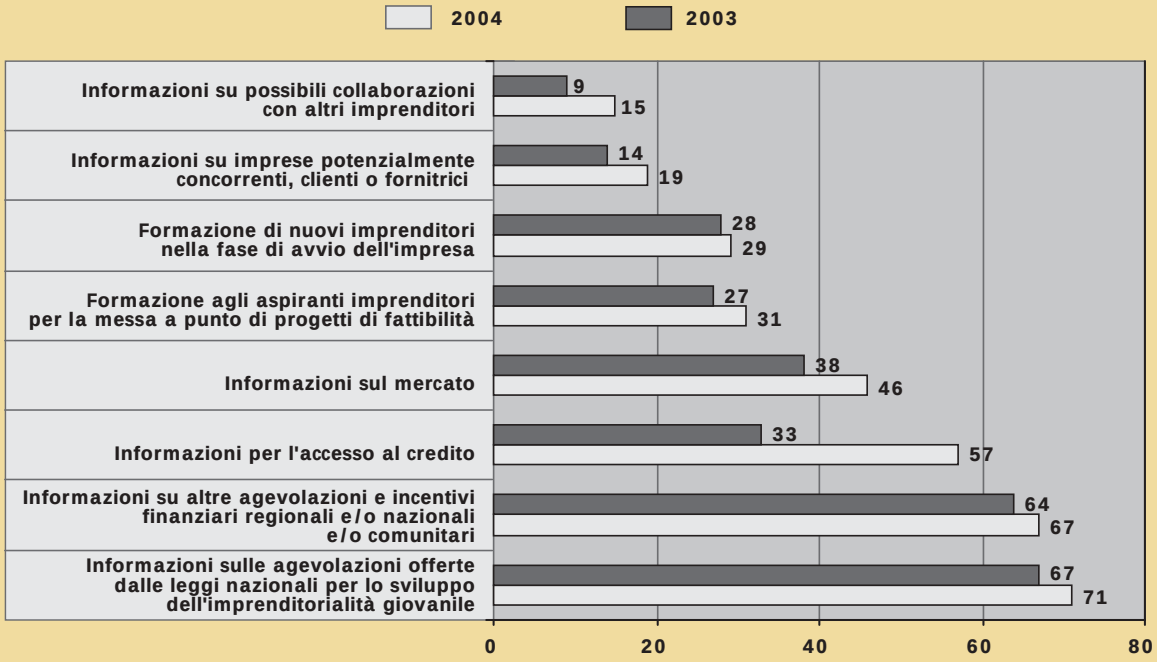
[1] Comunicazione della Commissione al Consiglio, al Parlamento europeo, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni - COM(2004) 70 definitivo - Bruxelles, 11.02.2004.

Tabella 3.8.1. I numeri di "Nuova impresa"

87	Camere di Commercio svolgono o delegano alle Aziende Speciali azioni volte alla crezione di nuova imprenditorialità
185	Convegni e seminari realizzati dalle Camere sul tema della nuova imprenditorialità
55	Attività per la promozione dell'imprenditoria giovanile
10.845	Giovani entrati in contatto con lo sportello nel 2004
3.981	Attività per la promozione dell'imprenditoria femminile
3,8	Milioni di € liquidati dalle Camere per la promozione di nuove imprese

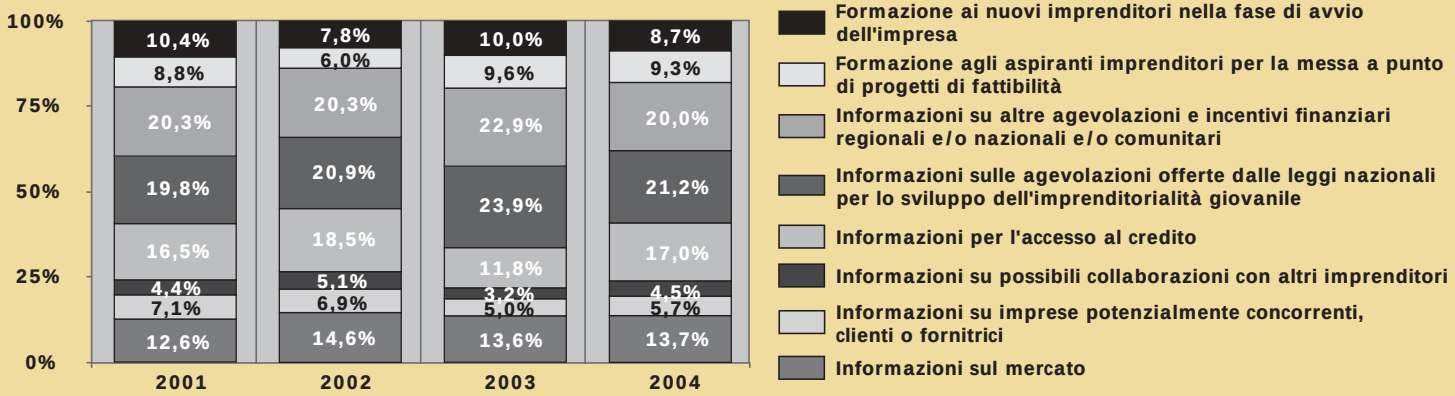
Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

Figura 3.8.1. Il numero di Camere di Commercio per tipo di servizi forniti agli aspiranti imprenditori nel 2003 e nel 2004



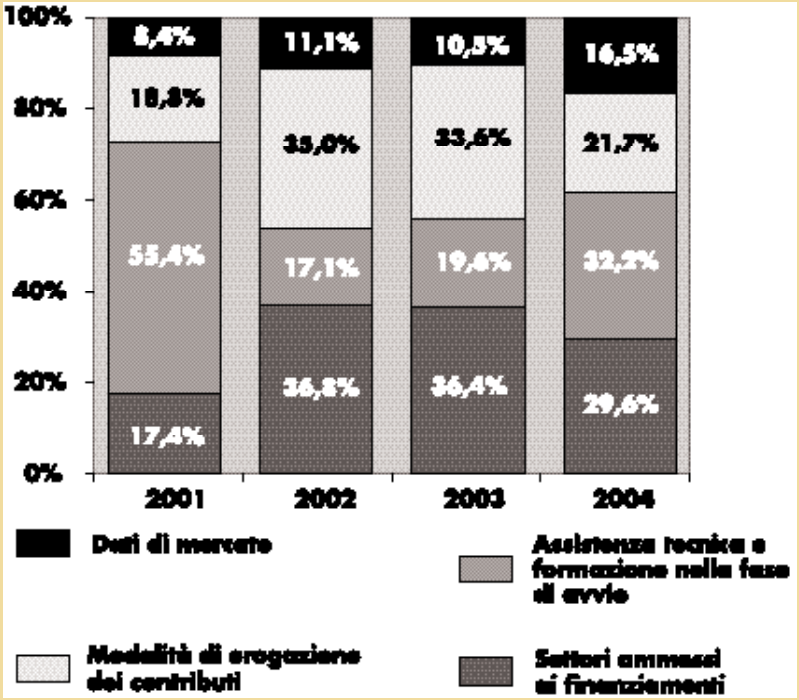
Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

Figura 3.8.2. L'evoluzione dei servizi di informazione e formazione per la promozione dell'imprenditorialità (valori %)



Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

Figura 3.8.3. L'evoluzione nel tempo delle informazioni maggiormente richieste durante le attività di promozione dell'imprenditorialità giovanile (valori %)



Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

qualitativa degli stili di conduzione femminile confrontati con quelli maschili; valutazione d'impatto dei precedenti quattro bandi della Legge n. 215/92), nonché il rafforzamento della rete europea di promozione dell'imprenditorialità femminile attraverso la stipula di un protocollo d'intesa tra i sistemi camerali di Italia, Grecia e Cipro.

I progetti sul territorio

Camera	Titolo progetto	Partenariato
Ancona	Progetto di assistenza per la creazione di nuove imprese	
Arezzo	"Nuove idee..nuove imprese" - Concorso per la creazione di imprese innovative di giovani	Provincia di Arezzo, Banca dell'Etruria
Bari	Realizzazione del portale web "Donna crea impresa"	
Biella	Consulta per l' imprenditoria giovanile	Associazioni di categoria, Ordini attivi sul territorio
Brescia	Progetto Saturno	Unioncamere Lombardia, Regione Lombardia, FSE
Chieti	Progetto "Business plan una scala verso il successo"	Confindustria provinciale
Como	Progetto "Giovani-impresa: servizio di diffusione della cultura imprenditoriale"	
Ferrara	Progetto "Ricambio generazionale"	Facoltà di Economia dell'Università di Ferrara
Firenze	Progetto "Investiamo sulle idee migliori"	
Forlì	Concorso a premi "Impresa donna innovativa"	
Genova	Progetto "Impresapiù"	Provincia di Genova e Consorzi fidi operanti nella Provincia
Grosseto	Network: una rete integrata di sportelli per l'occupazione femminile, servizi per il lavoro e l'impresa	CdC ed Aziende speciali della Toscana, Unioncamere Toscana, Asseforcamere
La Spezia	Orientamento al lavoro	
Latina	Punto nuove imprese	Convenzioni per il credito agevolato con vari istituti di credito
Lecco	Saturno: promuovere e sviluppare l'imprenditorialità lombarda attraverso un sistema di rete	Unioncamere Lombardia, Regione Lombardia, FSE
Lodi	Saturno: promuovere e sviluppare l'imprenditorialità lombarda attraverso un sistema di rete	Unioncamere Lombardia, Regione Lombardia, FSE
Lucca	Linea credito	Provincia di Lucca
Macerata	Progetto "Fai del turismo il tuo business"	Fondazione Cassa di Risparmio della Provincia di Macerata
Mantova	Saturno: promuovere e sviluppare l'imprenditorialità lombarda attraverso un sistema di rete	Unioncamere Lombardia, Regione Lombardia, FSE
Massa Carrara	Bando impresa giovane e Bando impresa donna	Provincia di Massa Carrara, Fondazione Cassa di Risparmio di Carrara, Comitato promozione imprenditoria femminile, Coordinamento giovani imprenditori apuani

segue I progetti sul territorio

Camera	Titolo progetto	Partenariato
Milano	Saturno: promuovere e sviluppare l'imprenditorialità lombarda attraverso un sistema di rete	Unioncamere Lombardia, Regione Lombardia, FSE
Napoli	Mostra sull'imprenditoria femminile - Sportello Athena	Regione Campania
Padova	sportello nuove imprese	
Pavia	Progetto "Equal immaginazioni" (multimisura orientamento)	Comuni e scuole locali, Provincia di Pavia
Pordenone	L'imprenditoria femminile in Friuli V. Giulia - analisi, strumenti e politiche di sviluppo	Comitati imprenditoria femminile di Gorizia, Trieste e Udine
Potenza	Incentivi allo start up d'impresa attraverso contributi a mezzo consorzi fidi	Cofidi Basilicata, Eurofidi, Fidagri Basilicata
Reggio Emilia	Bando per le formazione di nuove imprese nel settore agricolo e premio per la promozione dell'imprenditorialità femminile	
Rieti	Orientamento al lavoro	Istituti scolastici della provincia a carattere professionale
Rimini	Sportello genesi-nuova impresa	Unioncamere Emilia Romagna
Roma	Progetto "Impresa donna"	Microsoft Italia
Salerno	Creazione del Centro per l'occupabilità femminile	Associazione Orlando, Cid dell'Emilia Romagna
Sassari	L'impresa agricola femminile tra tradizione e tecnologia	ERSAT, Banco di Sardegna, Coldiretti
Siracusa	Progetto "Business plan: una scala per il successo"	Asseforcamere
Sondrio	Saturno: promuovere e sviluppare l'imprenditorialità lombarda attraverso un sistema di rete	Unioncamere Lombardia, Regione Lombardia, FSE
Treviso	Realizzazione guida "Crea la tua impresa a Treviso"	
Udine	"Imprendero'. Progetto per la promozione della cultura imprenditoriale"	Associazioni di categoria, Enti locali di formazione e ricerca
Venezia	Rete provinciale SNI - Sportelli nuova impresa	Associazioni di categoria, Confidi, Sportelli per le imprese presso gli enti locali
Verbania	Convenzione per l'accesso al credito delle nuove imprese	Banche locali

N.B. I progetti sono stati segnalati direttamente dalle Camere di Commercio

Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

3.9

SVILUPPO LOCALE E PROGETTAZIONE COMUNITARIA

QUADRO DI RIFERIMENTO SULL'UTILIZZO DEI FONDI STRUTTURALI DEL QCS 2000-2006 REGIONI OB.1

La revisione di medio termine dei programmi comunitari per il Sud e le prospettive

Il 2004 ha rappresentato, come è noto, un anno cruciale per il QCS (e quindi per i singoli POR), in quanto si è concluso il processo di valutazione intermedia; sono state assegnate le risorse premiali del 4% (comunitarie) e del 6% (nazionali).

È stato consapevolmente riconosciuto che lo sforzo di realizzazione per quantità e caratteristiche degli interventi programmati è risultato nel primo periodo di attuazione inferiore a quanto inizialmente definito. In particolare, i risultati della valutazione intermedia hanno evidenziato la necessità di una revisione del percorso temporale, prendendo atto della minore velocità di realizzazione dei contenuti del programma configurato inizialmente, pur comunque riconfermando la validità dell'obiettivo generale del QCS.

Il nuovo profilo programmatico di spesa ha assunto una realizzazione più cadenzata degli obiettivi di spesa, tenendo presente la effettiva capacità del sistema di dare corso alle realizzazioni di investimento, ridefinendo una maggiore spesa per gli anni conclusivi della programmazione (2005-2008) ed una più attenta riprogrammazione in base alle priorità comunitarie dei Consigli europei di Lisbona e Goteborg.

Alcune modifiche introdotte, coerenti alle priorità comunitarie, riguardano per esempio nell'**Asse III** (Risorse Umane):

- la rete dell'offerta di ricerca del Mezzogiorno, valorizzandone i collegamenti con il sistema imprenditoriale;
- la migliore qualificazione e mobilità delle risorse umane dedicate, in una logica di dialogo più intenso tra il sistema della formazione del capitale umano di eccellenza e le imprese;
- il rafforzamento delle reti scientifiche e private e il sostegno ai distretti tecnologici.

Riguardo all'**Asse IV** (Sviluppo Locale) le modifiche apportate riguardano la razionalizzazione degli strumenti di aiuto, migliorando l'integrazione con gli strumenti della programmazione nazionale. Particolare priorità è stata attribuita alle iniziative a sostegno dello sviluppo locale ispirate ai principi dell'integrazione e del riorientamento degli aiuti verso obiettivi di tipo orizzontale legati ai temi della ricerca, innovazione e ambiente.

Per l'**Asse VI** (Reti e Nodi di Servizio) riguardo al settore trasporti sono state rafforzate le modalità di selezione degli interventi, attraverso una maggiore e più efficace cooperazione dei diversi livelli di governo, quale elemento fondamentale per l'attuazione di questi tipi di interventi.

È stato dato maggiore sostegno all'integrazione modale, dando maggiore visibilità agli interventi sui nodi di scambio tra le diverse modalità di trasporto.

Nell'ambito della "Società dell'Informazione" sono stati sviluppati contenuti strategici e modalità attuative che nella prima fase di programmazione non erano pienamente declinati, infatti a partire dagli obiettivi di eEu-

Tabella 3.9.1. I numeri di Sviluppo locale e progettazione comunitaria

101	Interventi a sostegno delle imprese
34	Camere di Commercio coinvolte all'interno di Patti territoriali
48	Camere di Commercio coinvolte in attività di attrazione di investimenti esogeni
80	Attività di attrazione di investimenti esogeni *di cui:* **24** in animazione e coordinamento del partenariato locale **23** in contributi all'individuazione di aree d'insediamento (pacchetti localizzativi) **25** in promozione diretta dell'area ai potenziali investitori **8** in assistenza diretta all'insediamento imprenditoriale
106	Collaborazioni delle Camere di Commercio con altri enti per attività di marketing territoriale
111	Partecipazioni delle Camere di Commercio a progetti con cofinanziamento comunitario
120,2	Milioni di € in programmi comunitari finanziati cui la Camera di Commercio partecipa

Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

rope 2005 nonché da una strategia dedicata a livello nazionale, si è pervenuti a delineare i seguenti interventi:

- servizi e contenuti adeguati per le Amministrazione Pubbliche (*e-governement*);
- servizi per le attività imprenditoriali attraverso un ambiente elettronico dinamico (*e-business*);
- servizi telematici per la sanità (*e-health*)
- servizi per l'apprendimento elettronico (*e-learning*).

Si è aperta anche la possibilità di cofinanziare – nel rispetto di vincoli normativi a livello comunitario – infrastrutture a banda larga. Infine, in merito alle prospettive per il Mezzogiorno – relative al nuovo ciclo di programmazione 2007-2013 – è necessario dare cenno del negoziato in corso a livello europeo sull'abbassamento della soglia delle risorse finanziarie dall'1.25% all'1% del PIL comunitario: tale abbassamento comporterebbe un quasi totale taglio delle risorse per i territori italiani appartenenti all'attuale area Ob.1.

L'attuazione finanziaria del QCS 2000-2006 Obiettivo 1 al 31 dicembre 2004

Sul versante finanziario, il livello di attuazione – al 31 dicembre 2004 – risulta pari al 32,7% degli stanziamenti complessivi. In valori assoluti, nelle aree del Mezzogiorno risultano essere stati spesi a quella data oltre 15 miliardi e 61 milioni di Euro, a fronte di oltre 26 miliardi e 445 milioni di euro di impegni

Tabella 3.9.2. QCS obiettivo 1: attuazione finanziaria per intervento al 31 dicembre 2004 (dati in euro)*

Intervento	Contributo Totale 2000/2006 (a)	Attuazione finanziaria Impegni (b)	Pagamenti (c)	Impegni (b/a)	Pagamenti (c/a)
PON ATAS	517.101.147,00	35.265,65	258.235.265,65	75,7%	49,9%
PON Pesca	306.004.285,78	146.708.058,05	108.493.987,49	47,9%	35,5%
PON Ricerca	2.267.330.812,00	2.435.215.861,47	899.196.379,21	107,4%	39,7%
PON Scuola per lo Sviluppo	830.014.571,00	639.920.294,12	338.080.663,25	77,1%	40,7%
PON Sicurezza	1.225.836.571,00	760.934.697,46	524.496.743,57	62,1%	42,8%
PON Sviluppo	4.457.218.830,00	5.826.961.554,72	3.426.232.876,71	130,7%	76,9%
PON Trasporti	1.527.706.975,39	1.527.706.975,39	865.481.532,03	33,8%	19,1%
Totale PON	**14.123.667.506,78**	**11.729.029.266,75**	**6.420.217.447,91**	**83,0%**	**45,5%**
POR Basilicata	1.696.070.000,00	956.304.924,52	483.543.684,00	56,4%	28,5%
POR Calabria	4.036.398.002,00	1.253.594.928,98	1.253.594.928,98	47,1%	31,1%
POR Campania	3.758.189.538,21	3.758.189.538,21	2.016.994.821,95	48,5%	26,0%
POR Molise	469.483.994,00	253.128.131,66	183.109.916,24	53,9%	39,0%
POR Puglia	5.281.537.000,00	2.184.147.682,62	1.379.609.341,27	41,4%	26,1%
POR Sardegna	4.258.555.040,00	2.140.660.272,82	1.381.081.130,88	50,3%	32,4%
POR Sicilia	8.459.910.655,00	3.522.289.597,72	1.943.674.811,47	41,6%	23,0%
Totale POR	**31.950.127.471,00**	**14.715.978.129,78**	**8.641.608.634,79**	**46,1%**	**27,0%**
Totale QCS	**46.073.794.977,78**	**26.445.007.396,53**	**15.061.826.082,70**	**57,4%**	**32,7%**

* Il Contributo Totale è aggiornato alle ultime Decisioni Comunitarie

Fonte: Elaborazione IGRUE del 07/02/2005

IL PROGETTO FOCUS PER LE REGIONI OB.1: AZIONI DI SISTEMA PER INTEGRARE SUL TERRITORIO LE POLITICHE DEL LAVORO E DELLA FORMAZIONE

Il progetto FOCUS è un esempio di risultato dell'aggiudicazione da parte di alcune Agenzie nazionali – in partnership con altri soggetti – riguardo al Bando emanato dal Ministero del Lavoro, per un valore di oltre 4 milioni di euro.
Esso rappresenta un intervento di assistenza tecnica e di accompagnamento presso gli attori regionali e locali (istituzionali e non) riguardo ai dispositivi programmatici e attuativi della Progettazione Integrata nell'intera area Obiettivo 1, fino alla conclusione dell'attuale programmazione (2006) nell'ambito delle politiche del lavoro e della formazione.

Il termine FOCUS ha voluto evidenziare alcuni elementi caratterizzanti le linee di attuazione del progetto, quali la:

- *focalizzazione* sulle politiche attive del lavoro, sulle strategie di attuazione, sugli interventi di sviluppo ed innovazione, sul ruolo e la funzione di orientamento dell'Amministrazione appaltante;
- *focalizzazione* sui territori e sui progetti integrati per favorire il consolidamento di un nuovo modello di *governance* multilivello;
- *focalizzazione* sulle istituzioni locali, sui processi di ammodernamento ed innovazione istituzionale nell'ambito del processo di decentramento amministrativo;
- *focalizzazione* sulle persone, sulle loro competenze, energie e vitalità per far crescere una community professionale consapevole e matura;
- *focalizzazione* sulle dinamiche del sistema produttivo, sui fabbisogni delle imprese, sui *trend* di sviluppo dei *cluster* produttivi.

Il tema centrale su cui gli attuatori del progetto devono confrontarsi è quello della progettazione integrata, la cui complessità gestionale e operativa richiede un forte rafforzamento di competenze non solo meramente amministrative, ma soprattutto strategiche, manageriali e relazionali.

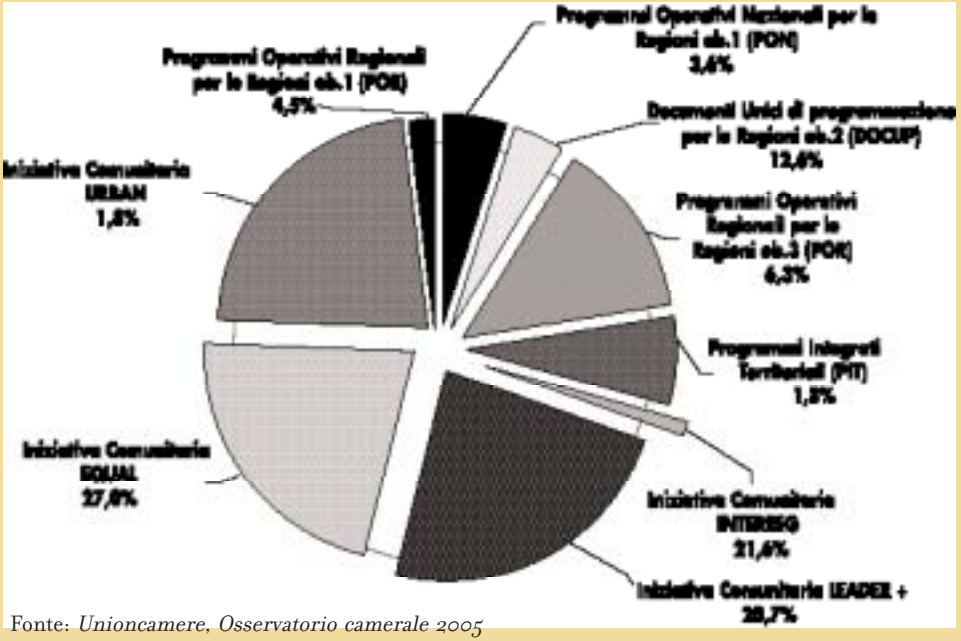
giuridicamente vincolanti assunti entro tale data.
Per quanto riguarda l'attuazione dei Programmi a titolarità regionale (POR) si rileva dalla tabella di sintesi un livello di spesa complessivo pari al 27% del costo totale, con situazioni diversificate in merito ai pagamenti effettuati: il POR Molise mostra la migliore capacità realizzativa, con pagamenti pari al 39% del contributo totale 2000-2006.
Per i Programmi Operativi Nazionali (PON) la migliore *performance* a livello di pagamenti effettuati su costo programmato risulta essere stata realizzata dal PON Sviluppo Imprenditoriale Locale, che ha utilizzato al 31 dicembre 2004 risorse pari al 76,9% del totale disponibile ed effettuato impegni che superano il costo totale del 30,7%.
I dati complessivi evidenziano la necessità di una forte accelerazione nella spesa da parte delle Autorità di Gestione dei rispettivi Programmi nei prossimi anni, fino al 2008, tenendo conto però che l'impegno di spesa va vincolato entro il 2006. Tale situazione sollecita anche il necessario coordinamento a livello locale fra i diversi soggetti che operano sul territorio, al fine di convogliare le restanti risorse economiche verso interventi diretti al sostegno dello sviluppo nel Mezzogiorno.

Iniziative del sistema camerale a favore dell'utilizzo dei fondi strutturali

La rilevazione dei dati dell'Osservatorio camerale

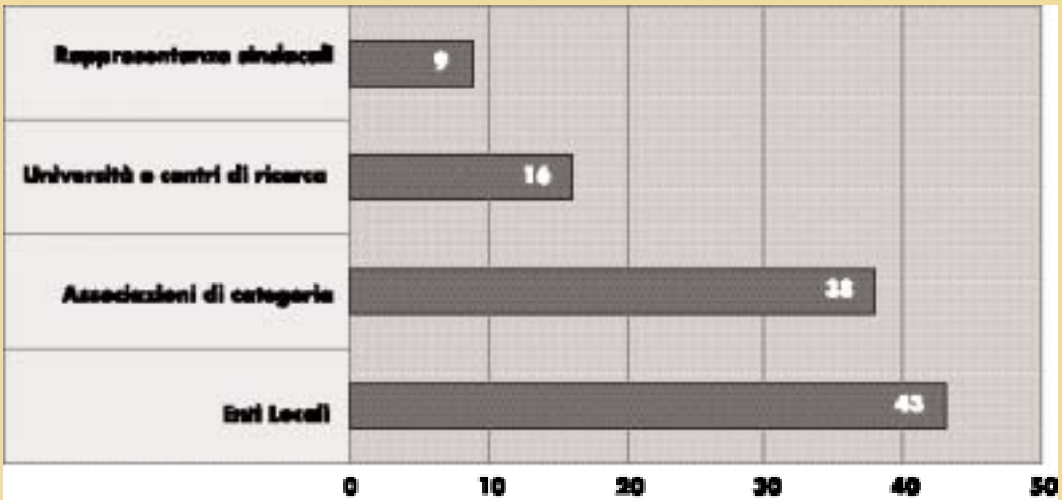
A livello territoriale, in base ai dati pervenuti dalle strutture camerali, è possibile dare una fotografia sulla partecipazione delle Camere ai Programmi dell'attuale programmazione, incluse le quattro Iniziative comunitarie Equal, Interreg, Leader+, Urban.
Nel grafico risulta ancora scarsa la partecipazione del mondo camerale dell'area Ob.1 agli interventi previsti delle Amministrazioni regionali e nazionali, rispettivamente con il 4,5% e il 3,6% ed un valore economico complessivo di circa 2 milioni di euro . Maggiore è invece la partecipazione delle strutture camerali del Centro-Nord (Ob. 2) mediante progetti attivati dai Documenti Unici di Programmazione, con il 12,6% ed un valore di oltre 8 milioni di euro.
Buone risultano, infine, le partecipazioni alle Iniziative comunitarie Equal, Interreg e Leader+, rispettivamente con il 27%, il 21,6% ed il 20,7% il cui valore complessivo – riguardante entrambe le aree Ob.1 e Ob.2 – è di circa 68 milioni di euro.

Figura 3.9.1. La distribuzione percentuale dei programmi a cofinanziamento comunitario cui le Camere di Commercio hanno partecipato nel 2004



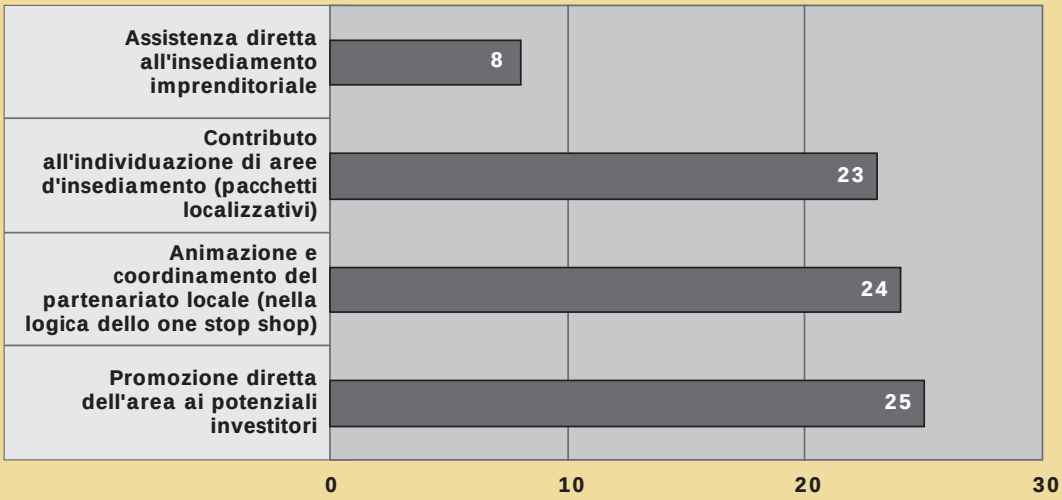
Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

Figura 3.9.2. I soggetti con i quali le Camere hanno collaborato nelle attività di marketing territoriale nel 2004 (valori assoluti)



Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

Figura 3.9.3. Le principali attività svolte per l'attrazione di investimenti esogeni nel 2004 (valori assoluti)



Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

I progetti sul territorio

Camera	Titolo progetto	Partenariato
Arezzo	Progetto "Integra ii +"	Rete camerale regionale, Mondoimpresa
Asti	Progetto "Giovani lavoro impresa"	
Avellino	Progetto "Città del salone del marketing territoriale"	Enti locali, Associazioni di categoria
Bergamo	Saturno': gestione della sovvenzione globale in qualità di rg	
Biella	Biella, basket valorizzazione	Provincia e Comune di Biella, Fondazione Cassa Risparmio, Unione industriale
Campobasso	Progetto per lo sviluppo e promozione dell'imprenditoria femminile (S.p.i.f.)	Unioncamere Molise, Compagnia delle opere dell'Adriatico, Cna, Confcooperative Molise, Confartigianato Molise
Chieti	Progetto "Equal l.i.ne.a."	Provincia di Chieti, Abruzzo sviluppo, Italia Lavoro, Assindustria
Cosenza	Progetto "Ginestra"	
Ferrara	Istituzione del Tavolo istituzionale sulle infrastrutture trasportistiche	Provincia, Comune e Cassa di Risparmio di Ferrara (creazione della società di scopo Padana Adriatica)
Forlì	Progetto "Freshlog imonode"	
Frosinone	Patto territoriale della Provincia di Frosinone	Provincia, Università di Cassino, Associazioni di categoria, Organizzazioni sindacali, imprese
Gorizia	Pilot - piano integrato per la logistica transfrontaliera Friuli V. Giulia	Associazione temporanea di impresa
Grosseto	Progetto pescaturismo	Azienda speciale CdC Coap, Bic of Attika (Grecia), Bic Euronova (Spagna), Cofradia de pescadores (Malaga)
Lecco	Accordo quadro di sviluppo territoriale per la Provincia di Lecco	Regione Lombardia, Provincia e Comune di Lecco, Prefettura di Lecco, Comunità montane della Provincia, Politecnico di Milano
Lodi	"Accelerare e governare lo sviluppo delle risorse umane"	Provincia di Lodi, Associazioni di categoria, Fondazione Clerici, Fondazione Parco Tecnologico Padano
Mantova	Makteging dell'Oltrepo mantovano	Comuni basso mantovano
Massa Carrara	Bando PIC Urban ii Carrara	
Pavia	Sviluppare l'imprenditorialità e l'innovazione nell'Oltrepo orientale e montano	Provincia di Pavia, GAL Alto Oltrepo, Unione industriali, Cna, Fidimpresa, Ascom
Piacenza	Costituzione dell'Agenzia di marketing territoriale	Provincia e Comune di Piacenza, PiacenzaExpo, Comune di Castelsangiovanni
Pistoia	Innovazione tecnologica e formazione per la filiera del mobile imbottito	Comune di Quarrata, Comune di Serravalle Pistoiese, Assindustria
Pordenone	Progetto "@3is - animazione economica transfrontaliera"	Regione Friuli V. Giulia e parte transfrontaliera slovena
Roma	Progetto "Buy Lazio"	

segue I progetti sul territorio

Camera	Titolo progetto	Partenariato
Savona	A.r.t.i.s. - avvio rete territoriale integrata per il sociale	Provincia e Comune di Savona, Comune e Provincia della Spezia
Treviso	Progetto "Change management in local productive systems"	Associazioni imprenditoriali locali, Organizzazioni sindacali locali, Istituto Poster Vicenza, Università di Alicante
Trieste	Progetto "@cubis3"	Rete camerale Friuli V. Giulia, Associazioni varie
Venezia	Progetto P.o.n.t.i. - pari opportunità nei territori e nelle imprese	Coldiretti Venezia, Confcommercio Venezia, Legacoop Veneto, Provincia di Venezia, Unioncamere Veneto, Università Cà Foscari, Unimpiego nord-est
Verbania	Piano di sviluppo strategico	Associazioni di categoria, EE.LL., organizzazioni sindacali, Università Cattolica
Viterbo	Partenariato GAL	GAL Cimini e GAL Etruschi

N.B. I progetti sono stati segnalati direttamente dalle Camere di Commercio

Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

3.10
TURISMO

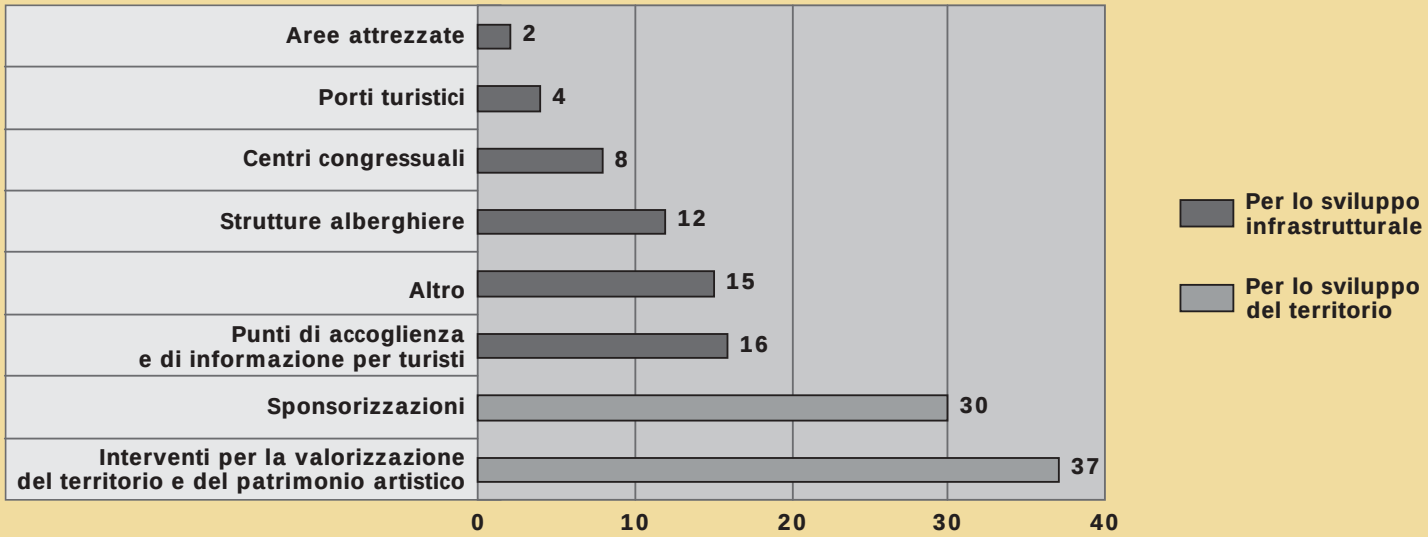
Il quadro normativo in tema di turismo si è andato negli ultimi anni modificando, in particolare con la delega alle Regioni delle competenze del settore, ivi compresa la promozione sul territorio, riconoscendo, tuttavia, l'apporto dei soggetti privati per la promozione e lo sviluppo dell'offerta turistica.
La legge quadro del 2001 sottolineava come il sistema camerale potesse diventare attore centrale per le politiche di qualità del settore; l'assegnazione alle Camere delle commissioni arbitrali e conciliative per la risoluzione delle controversie tra imprese e tra imprese e consumatori premiava in tal senso un impegno perseguito negli anni.
La recente legge sulla competitività (L. 14 maggio 2005, n.80) risponde all'esigenza di riforma del settore ed al bisogno di coordinamento della promozione del turismo italiano nel mondo. La parcellizzazione degli interventi compromette il conseguimento di risultati, mentre l'azione va raccordata e strutturata in un intervento di sistema a sostegno del Paese, come avviene all'estero, pena la dispersione delle risorse.
Con il rilancio del settore turistico e la riforma dell'ENIT, le Camere di Commercio trovano uno spazio di assoluto rilievo per sfruttare il vantaggio territoriale della rete capillare che le contraddistingue e per qualificarsi come soggetto promotore.
Le iniziative portate avanti negli anni attestano l'interesse e l'importanza attribuita ad un settore di estrema rilevanza, per l'economia italiana, come il turismo.
Nel corso del 2004, gli interventi nel comparto sono stati numerosi e di varia natura.
L'attività di promozione turistica è cresciuta sia in termini di Camere coinvolte che di iniziative di qualificazione: sono 74, 18 in più dello scorso anno, le Camere di Commercio che svolgono direttamente attività di promozione turistica, per un totale di 114 (il 48% in più rispetto allo scorso anno) iniziative promozionali e di qualificazione delle imprese del territorio.
Rilevante lo sforzo del sistema per l'attività di ricerca e analisi statistica e per gli investimenti diretti ed indiretti (iniziative cresciute del 21,6%, passando da 102 a 124). L'impegno economico che il sistema camerale sostiene nei confronti del turismo è di assoluto rilievo: nel 2004 le Camere di Commercio hanno destinato 15,8 milioni di Euro a sostegno del comparto, con un aumento del 14% rispetto all'anno passato.
Gli investimenti hanno riguardato per oltre un terzo la valorizzazione delle risorse turistiche del territorio; significativa anche l'attività di sponsorizzazione di iniziative ed eventi e la creazione di punti informativi, contribuendo concretamente allo sviluppo locale e alla qualificazione delle imprese turistiche.
Lo sforzo di focalizzazione e conoscenza dell'economia reale del settore si è poi concre-

Tabella 3.10.1. I numeri del turismo

74	Camere di Commercio svolgono direttamente attività per la promozione turistica
13	Camere di Commercio collaborano/delegano alle Aziende Speciali le attività inerenti al settore turistico
124	Investimenti diretti effettuati dalle Camere di Commercio per la promozione del settore turistico *di cui:* **57** effettuati per lo sviluppo infrastrutturale **67** effettuati per l'assetto del territorio
96	Attività di ricerca e/o analisi di settore
17	Corsi di formazione e/o aggiornamento professionale per operatori turistici
114	Attività per la promozione e qualificazione delle imprese turistiche del territorio
80	Partecipazioni a manifestazioni fieristiche
15,4	Milioni di € liquidati dalle Camere di Commercio alle attività a sostegno del turismo

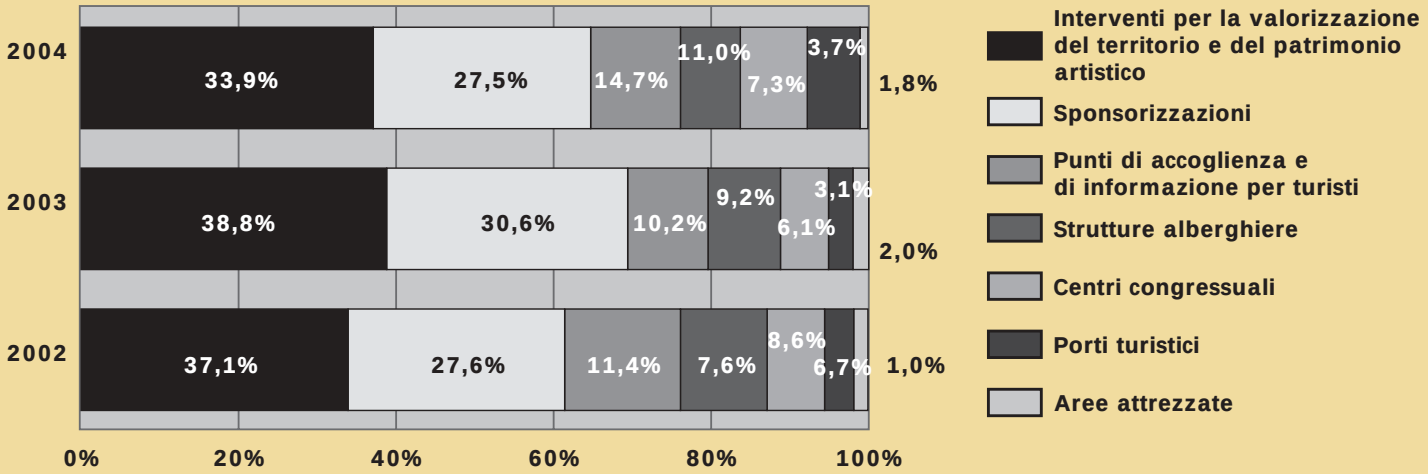
Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

Figura 3.10.1. Il numero di Camere di Commercio per investimenti effettuati nel 2004 per la promozione del settore turistico (valori assoluti)



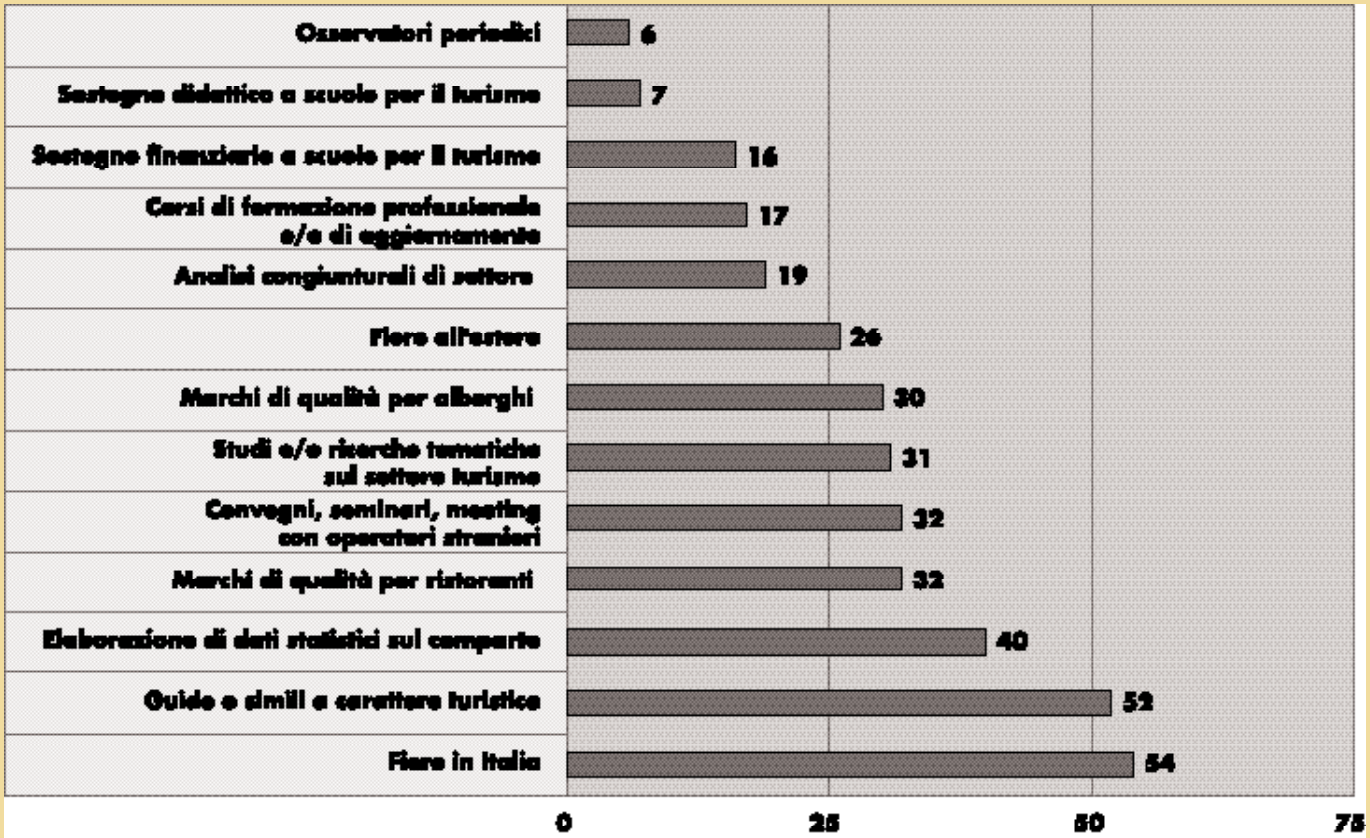
Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

Figura 3.10.2. Evoluzione degli investimenti effettuati dalle Camere per la promozione del settore turistico (valori %)



Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

Figura 3.10.3. Tipologia di attività svolte nel settore turistico dal sistema camerale nel 2004



Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

tizzato nella realizzazione dei numerosi Osservatori economici camerali.

A livello centrale, l'Osservatorio nazionale sul turismo fornisce dati di natura congiunturale, consuntiva e previsionale, attraverso rapporti di ricerca periodici che riguardano:

- l'analisi dei comportamenti della domanda turistica del mercato nazionale, grazie ad una rilevazione sulle caratteristiche di comportamento e di consumo delle vacanze degli italiani;
- l'analisi della domanda internazionale (in Europa e negli USA) del turismo organizzato verso l'Italia, andando ad investigare sia le tendenze in atto che le problematiche di commercializzazione;
- l'andamento delle prenotazioni e presenze nelle strutture delle aree turistiche leader in Italia, nei periodi di punta della stagionalità turistica.

Sulla base dell'impianto dell'Osservatorio nazionale, sono numerose le Camere di Commercio che nel 2004 hanno attivato nuove iniziative di ricerca e monitoraggio nel settore.

Di rilievo, e connesso con il ruolo riconosciuto dalla legge quadro sul turismo, sono le iniziative sui marchi di qualità. Il progetto di sistema, nato nel 1997, ha attivato un circuito virtuoso per le aziende turistiche (ricettive e ristorative *in primis*), che in pochi anni ha visto crescere non solo il numero di imprese aderenti alle iniziative, ma anche la tipologia di strutture turistiche che vengono valutate e certificate.

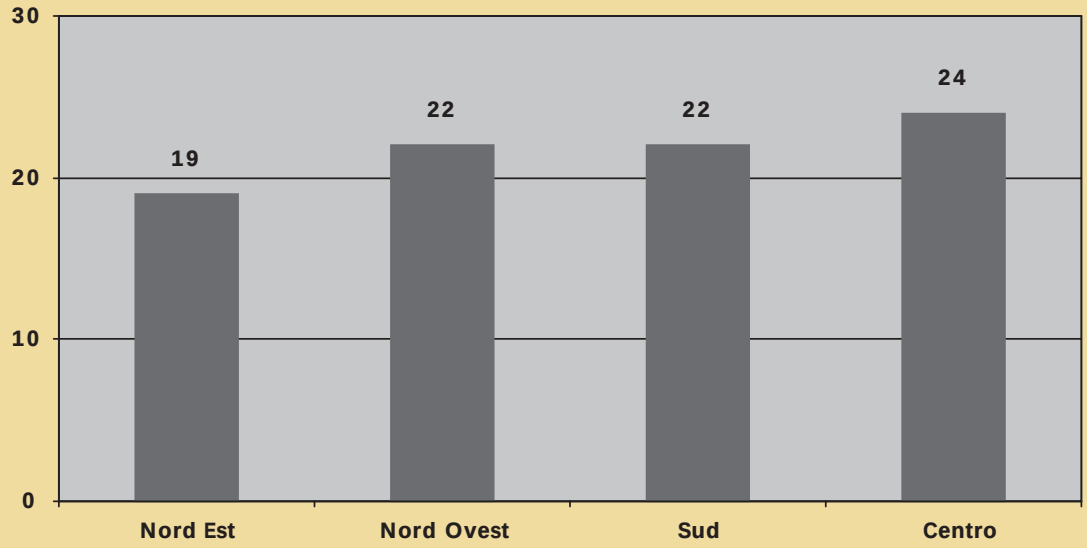
I marchi di qualità rilasciati dalle Camere di Commercio, con il coordinamento nazionale dell'ISNART, riguardano oggi hotel, ristoranti, agriturismi, campeggi, bed&breakfast e stabilimenti balneari.

Le cifre sono consistenti: nel 2004 sono state 45 le Camere di Commercio che si sono attivate per individuare le migliori strutture turistiche del territorio, con un totale di 1000 marchi di qualità assegnati agli alberghi e 700 ai ristoranti. Lo sforzo è quello di sostenere, in una logica di sistema, gli operatori turistici nel passaggio ad una cultura della qualità, basata su standard sempre più elevati, creando un vero e proprio circuito d'eccellenza nelle località turistiche.

Le Camere che partecipano al circuito della qualità sono attive anche nell'organizzazione di momenti formativi rivolti alle strutture turistiche sensibili alla crescita qualitativa della propria offerta. Altre iniziative in tema di formazione riguardano il sostegno finanziario ed organizzativo che le Camere danno alle scuole di specializzazione sul turismo.

Da parte sua, l'Unioncamere si sta impegnando, anche con la collaborazione di Mecenate '90, a sviluppare il turismo culturale in Italia, tramite interventi mirati della rete delle Camere di Commercio. In particolare le azioni in corso riguardano la promozione di iniziative tese a favorire il coordinamento e la collaborazione di soggetti pubblici e privati nella programmazione e nel finanziamento delle attività culturali; ed il sostegno alle politiche di attivazione di circuiti turistico-culturali di qualità, nell'ambito di azioni di sistema delle Camere e nei confronti delle amministrazioni locali.

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



Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

CAMERA DI COMMERCIO DI GROSSETO: PROGETTO PESCATURISMO

Il progetto PESCATURISMO, nato per iniziativa della Camera di Commercio di Grosseto e della sua Azienda Speciale C.O.A.P., è stato cofinanziato dall'Unione Europea (2003/C 115/08).

Il progetto ha come obiettivo principale quello di diffondere il pescaturismo, per promuovere e supportare percorsi di diversificazione economica in zone dove si pratica la pesca in maniera tradizionale ed intensiva, sviluppando attività complementari e/o alternative in grado di alleggerire lo "sforzo di pesca" e di contribuire alla salvaguardia dell'ambiente.

L'iniziativa ha una valenza transnazionale ed ha visto coinvolte nel partenariato:

- il Ce.S.I.T. – Consorzio per lo sviluppo ittico della Toscana con sede a Castiglione della Pescaia (GR);
- il BIC – Business Innovation Centre of Attika con sede ad Atene (Grecia);
- l'Associazione Poseidonas operante nel settore della pesca con sede in Attika (Grecia);
- il BIC – Business Innovation Centre Euronova con sede a Malaga (Spagna);
- la Cofradia de Pescadores de Fuengirola, associazione operante nel settore della pesca con sede a Malaga (Spagna).

Il progetto si pone tre macro obiettivi:

1. lo sviluppo di un'adeguata azione di informazione-formazione sia verso gli operatori della pesca, al fine di promuovere e supportare la conversione delle attività delle imprese dedite alla pesca all'esercizio del pescaturismo, sia verso i potenziali utenti del pescaturismo, per migliorare e promuovere l'immagine del settore della pesca;
2. la condivisione di buone pratiche nell'ambito del pescaturismo tra le imprese ittiche che lo praticano;
3. la promozione di reti di collaborazione sia tra gli operatori del settore, sia tra le aree in cui è praticata la pesca ed in particolare il pescaturismo.

Le attività del progetto sono state strutturate in un percorso in 5 fasi:

1. **Analisi del contesto normativo**: sono state svolte le attività finalizzate a definire lo scenario di riferimento del pescaturismo nei tre contesti territoriali coinvolti (Italia, Grecia, Spagna), focalizzando l'attenzione sulla normativa di riferimento, sui modelli di attività del pescaturismo e sulle attività (economiche, culturali, ecc.) collegate/integrate al settore.
2. **Scambio di esperienze**: si tratta di supportare il confronto, lo scambio e la condivisione delle esperienze e delle buone pratiche legate ai modelli di pescaturismo adottati nei tre contesti territoriali coinvolti (attraverso indagini ed analisi dirette condotte con gli operatori e le associazioni nelle varie aree di riferimento).
3. **Creazione del network**: attività finalizzate a promuovere e facilitare i processi di comunicazione tra i partner, in particolare tramite l'uso di internet (sito web dedicato www.fishingtourism.org) e la creazione di news group.
4. **Informazione e formazione**: mirata a facilitare e supportare lo sviluppo del pescaturismo tra gli operatori di settore attraverso sessioni di (in)formazione, in aula e a distanza (aspetti normativi, consulenza per lo start-up di impresa ed organizzativa); e tra i potenziali utenti (turisti), con la diffusione di *brochure* ed altro materiale divulgativo sul pescaturismo.
5. **Promozione e disseminazione**: sono previste attività finalizzate a diffondere e promuovere sia i risultati del progetto sia, più in generale, la cultura e la pratica del pescaturismo, attraverso una capillare e mirata azione di sensibilizzazione sul territorio.

I "numeri" del progetto:

- 132 operatori coinvolti nel settore della pesca sui tre territori di riferimento;
- 48 associazioni di categoria della pesca coinvolte nei tre territori di riferimento;
- realizzazione di tre incontri del Comitato Tecnico Scientifico di progetto in tema di pescaturismo nei tre territori di riferimento;
- realizzazione del sito web di progetto disponibile in 4 lingue differenti: inglese, italiano, greco e spagnolo
- realizzazione di tre corsi di formazione in Italia, Spagna e Grecia per la diffusione del modello di pescaturismo.

I progetti sul territorio

Camera	Titolo progetto	Partenariato
Arezzo	Progetto "ristorante tipico"	rete camerale regionale
Belluno	Linee camerali per lo sviluppo del turismo	
Bergamo	Progetto "Notti di luce"	
Biella	Protocollo d'Intesa per il turismo	Provincia e Comune di Biella, Agenzia per il Turismo
Bologna	promozione sistema economico locale a New York	Promobologna (agenzia marketing territoriale) e cCCIE New York
Brescia	Marchio di qualità della ristorazione bresciana	Associazioni di categoria
Como	Carta nazionale del Lago di Como	
Cosenza	Marchio di qualità del territorio	
Cremona	Festa del torrone 2004	
Crotone	Costituzione dell'Agenzia per il Turismo	Provincia di Crotone e Comuni locali
Cuneo	Studio sul fenomeno delle seconde case a fini turistici	
Ferrara	Contributi ad enti ed associazioni che promuovono l'immagine turistica della Città e Provincia	Fiera cento città d'arte, Assonautica, Consorzio Ferrara arte e natura
Firenze	Progetto "Firenze card"	Comune di Firenze, Assessorati al turismo ed alla cultura; Provincia di Firenze
Frosinone	Progetto "Naturalmente Ciociaria"	Consorzi di promozione turistica, Comuni, Associazione di categoria e altri attori locali
Genova	Tavolo di promozione Genova e territorio	Provincia di Genova, Comune di Genova, Agenzia promozione turistica regionale, Genova 2004 s.r.l.
Grosseto	progetto informazioni per la valorizzazione turistica	
La Spezia	marchio di qualità settore alberghiero e ristoranti tipici	
Lecco	Costituzione tavolo di coordinamento provinciale per il turismo	Provincia e Comune di Lecco, altri comuni locali, Consorzi turistici e Comunità montane della Provincia, Associazioni di categoria, Organizzazioni sindacali
Lodi	Marchio di qualità	Provincia di Lodi, Isnart
Lucca	BITEG: Borsa internazionale del turismo enogastronomico - Riva del Garda	
Macerata	"Porke'? Il grande ritorno del maiale"	Fondazione Cassa di Risparmio di Macerata
Mantova	Marketing dell'Oltrepo mantovano	Comuni locali
Massa Carrara	Progetto "Qualità lunigiana"	Provincia di Massa Carrara e APT
Milano	Misurazione dell'impatto economico del turismo a livello locale: il caso Milano	CISET (Centro internazionale di studi sull'economia turistica) ed ISNART
Oristano	Road show "Showcase Italy"	

segue I progetti sul territorio

Camera	Titolo progetto	Partenariato
Padova	Programma promozionale congiunto con l'azienda turismo Padova Terme Euganee	APT Terme Euganee
Parma	Workshop a Zurigo e Monaco di Baviera - Toronto e Vancouver	Cooperazione transnazionale tra imprese
Perugia	Progetto turismo	Associazioni di categoria
Pesaro e Urbino	Campagna promozionale inserzionistica nel nord italia	
Prato	Stand alla Borsa Internazionale del Turismo	APT di Prato
Reggio Calabria	marchio di qualità imprese alberghiere	Associazioni di categoria
Reggio Emilia	reggio parma festival e sostegno ad apt servizi	
Rimini	Forum sul turismo nel Mediterraneo	Paesi coinvolti: Italia, Cipro, Croazia, Marocco, Tunisia, Turchia, Giordania, Egitto, Siria
Rovigo	Progetti pre competitivi del distretto turistico delle Province di Venezia, Rovigo, Treviso e Vicenza	Province di Venezia, Treviso, Rovigo e Vicenza
Salerno	Progetto "Cilento blu"	
Sassari	Costituzione polo museale Sardegna centro settentrionale	Sovrintendenza beni culturali, Regione Sardegna, Provincia e Comune di Sassari, Associazioni di categoria, Sindacati
Savona	marchio di qualità delle imprese ristorative	
Siracusa	Ortigia festival	
Sondrio	Promozione del sistema Valtellina ai mondiali di sci 2005	Provincia di Sondrio
Torino	Marchio di qualità per imprese alberghiere "yes!"	
Trieste	Studio sulle ricadute economiche del settore turistico e congressuale nella Provincia di Trieste	
Udine	Master universitario in sviluppo turistico del territorio	Università degli studi di Udine
Varese	Marchio qualità ristoranti	Protocollo d'intesa con la Provincia di Varese
Venezia	Progetti pre competitivi del distretto turistico delle Province di Venezia, Rovigo, Treviso e Vicenza.	Province di Venezia, Treviso, Rovigo e Vicenza
Verbania	Interreg iii Italia - Svizzera	Comunità montana, Ente turistico elvetico, Associazioni di categoria, operatori turistici
Verona	Sponsorizzazione mondiali di ciclismo ed eventi collegati	
Vibo Valentia	Marchio turistico di qualità del territorio	
Viterbo	"Buy Lazio 2004"	Operatori del settore turistico

N.B. I progetti sono stati segnalati direttamente dalle Camere di Commercio

Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

3.11

STUDI, RICERCHE ED INFORMAZIONE ECONOMICA STATISTICA

Gli Uffici di studi e di statistica delle Camere di Commercio svolgono un importante ruolo nella produzione e diffusione dell'informazione statistica ed economica a livello territoriale. La continua evoluzione delle economie locali associata ad una sempre più forte richiesta di qualità dell'informazione, impone di potenziare e migliorare l'informazione economico-statistica in modo funzionale alle esigenze conoscitive delle singole realtà territoriali.

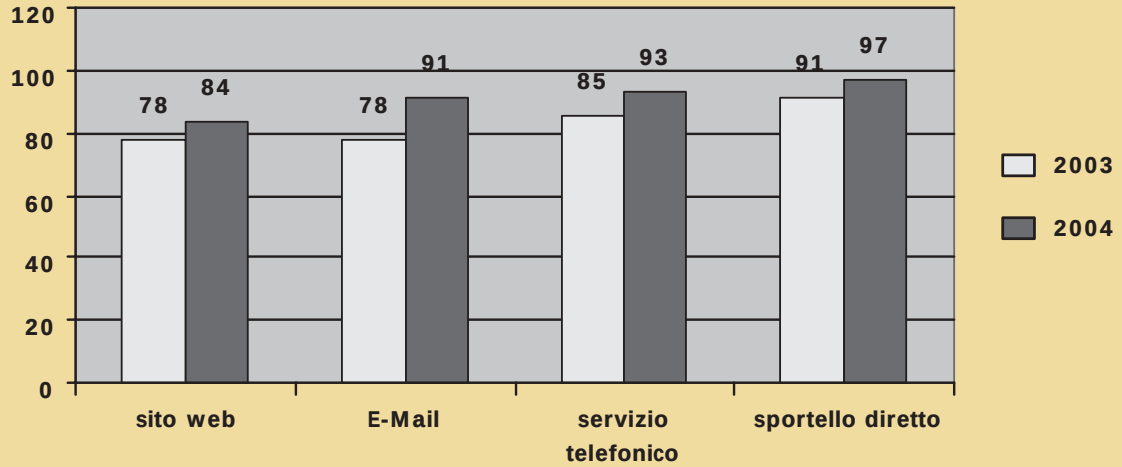
Con questa finalità, gli Uffici di studi e di statistica delle Camere di Commercio hanno consolidato il proprio ruolo di osservatori economici privilegiati del territorio, sia attraverso la valorizzazione del patrimonio informativo delle diverse banche dati del sistema camerale, ma anche tramite una produzione di dati economici statistici *inediti* ed idonei a supportare le scelte delle imprese, delle istituzioni e degli operatori economici nei processi decisionali per lo sviluppo del territorio.

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

392	Studi e ricerche autonomamente effettuate dalle Camere di Commercio
146	Studi e ricerche commissionate all'esterno
123	Riviste pubblicate sulle economie locali
34	Pubblicazioni non periodiche di carattere promozionale
97	Sportelli diretti
93	Camere di Commercio svolgono attività di informazione e divulgazione al pubblico tramite servizio telefonico
91	Camere di Commercio svolgono attività di informazione e divulgazione al pubblico tramite e-mail
84	Camere di Commercio svolgono attività di informazione e divulgazione al pubblico tramite sito web

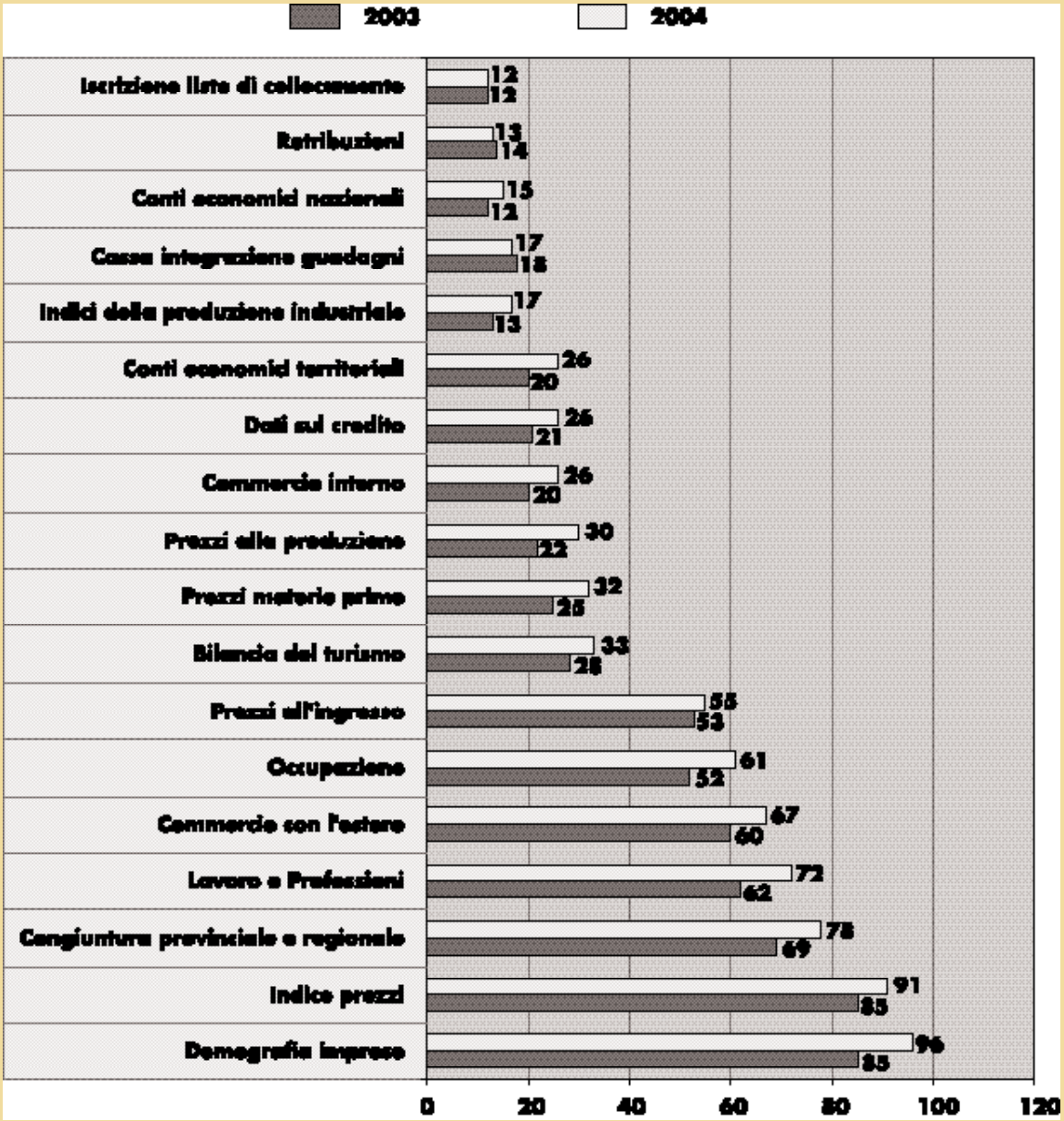
Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

Figura 3.11.1. Il numero di Camere di Commercio per tipologia di canali utilizzati nell'attività di informazione e divulgazione al pubblico nel 2003 e nel 2004



Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

Figura 3.11.2. Le linee di attività maggiormente presidiate dagli Uffici studi e statistica nel 2003 e nel 2004 (numero assoluto di Camere di Commercio per attività)



Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

Particolarmente diversificate sono state le linee di attività nel campo dell'informazione economica-statistica: sia nel 2003 che nel 2004 i temi legati, in generale, all'analisi del territorio quali la demografia delle imprese, i prezzi, le analisi congiunturali, il mercato del lavoro, il capitale umano e il commercio con l'estero, sono risultati quelli maggiormente valorizzati e diffusi dagli Uffici di studi e di statistica della rete camerale.

La 3^ Giornata dell'economia

Il ruolo dalle Camere di Commercio quali "osservatori privilegiati" economico-statistici delle economie locali ha trovato una particolare espressione e valorizzazione in occasione della Giornata dell'Economia, la cui terza edizione si è tenuta il 9 maggio 2005. Nel corso della manifestazione, infatti, è stato presentato in maniera congiunta in tutte le 103 Camere di Commercio il Rapporto sullo stato dell'economia provinciale, in modo tale da offrire una lettura inedita del territorio, sia per l'innovazione dei temi trattati che per l'originalità dei contenuti e delle modalità di presentazione.

Il set di tavole statistiche (complessivamente 15mila tabelle, circa 120 per Camera di Commercio) è stato articolato su diversi ambiti economici, ognuno definito in 13 apposite sezioni del Rapporto, in modo tale da consentire a ciascuna Camera di Commercio di poter leggere in modo originale le tendenze evolutive dei sistemi produttivi locali.

È stato affrontato il tema delle modificazioni del tessuto produttivo territoriale, valorizzando i dati tratti del Registro Imprese sulla demografia delle imprese, i nuovi imprenditori e gli osservatori su imprenditoria femminile e immigrata. Particolare interesse ha suscitato presso l'opinione pubblica l'analisi economica e finanziaria delle medie imprese, attraverso i dati di bilancio e dei gruppi di impresa desunti dagli archivi camerali.

Dai dati statistici forniti nel Rapporto è stato possibile analizzare, inoltre, il bilancio dell'attività produttiva nel 2004, utilizzando dati inediti di contabilità economica territoriale, e delineare i possibili scenari economici previsionali per il 2005 e 2006.

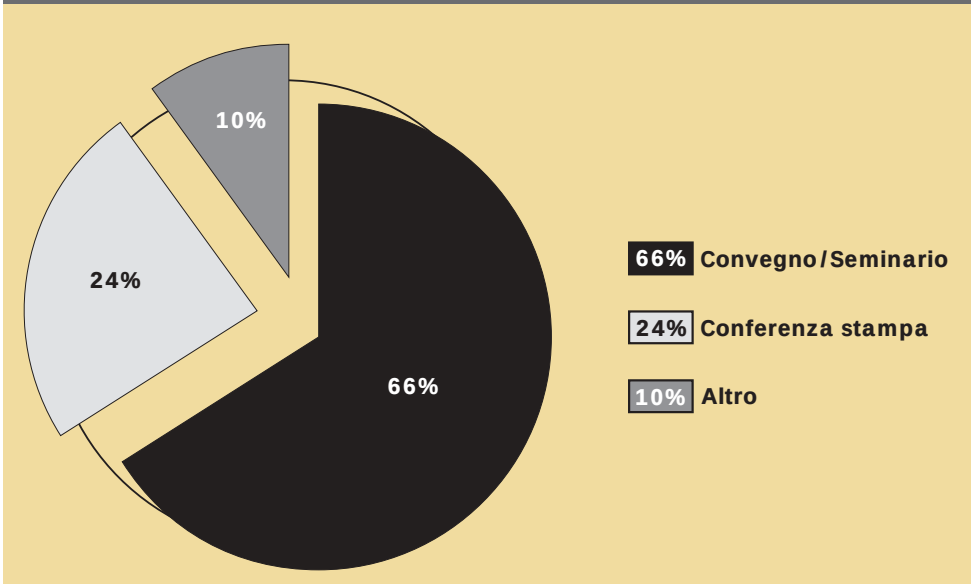
Più di una sezione è stata dedicata, infine, alle leve della competizione del "Sistema Paese", integrando e valorizzando dati di diverse fonti interne (Excelsior, bilanci, infrastrutture) ed esterne (UIC, Banca d'Italia) al sistema camerale: lavoro qualificato, innovazione tecnologica e cambiamento organizzativo.

All'evento hanno aderito pressoché tutte le Camere di Commercio, ciascuna delle quali ha presentato il proprio Rapporto sulle tendenze evolutive dei sistemi produttivi locali, ed in particolare:

- 64 Camere hanno organizzato un Convegno/Seminario con le massime autorità locali;
- 24 Camere di Commercio hanno organizzato una Conferenza stampa o un comunicato stampa;
- 10 Camere hanno utilizzato altri canali/modalità.

Analogamente alle scorse edizioni, particolarmente apprezzato è stato il Rapporto economico provinciale che ha suscitato un notevole interesse presso i media e l'opinione pubblica. Oltre 100 testate giornalistiche nazionali e locali hanno dato, infatti, risalto ai temi trattati nel Rapporto, spesso con servizi molto ampi e dettagliati. I dati elaborati in occasione della Giornata dell'economia sono stati pubblicati sul portale statistico del sistema camerale www.starnet.unioncamere.it.

Figura 3.11.3. Tipologia di evento organizzato dalle Camere di Commercio in occasione della 3^ Giornata dell'Economia



Fonte: *Unioncamere, Ufficio studi*

I progetti sul territorio

Camera	Titolo progetto	Partenariato
Alessandria	Indagine sul mercato del lavoro in Provincia di Alessandria	Provincia di Alessandria
Ancona	Giornata dell'economia 2004	
Arezzo	Osservatorio del settore moda	Provincia di Arezzo, Istituzione Distretti aretini, Asssociazioni di categoria
Bari	Osservatorio prezzi	Prefettura di bari, Comuni locali, Sindacati, Associazioni dei consumatori
Benevento	Rapporto Benevento in cifre 2004	
Bologna	Giornata dell'economia 2004	Università di Bologna
Catanzaro	Relazione economica provinciale	
Crotone	Rapporto dell'Osservatorio sul turismo	Provincia di Crotone
Foggia	Rapporto dell'Osservatorio economico provinciale	
Forlì	Simet - sistema monitoraggio economia del territorio	Fondazione Cassa di Risparmo, Provincia Forli-Cesena
Genova	Progetto "Dautic" - diffusione e miglioramento dell'utilizzo delle tecnologie ict da parte delle imprese	CdC della Liguria, Piemonte, Provenza (co-finanziamento dell'UE)
Imperia	Censimento strutture ricettive	Università di Genova
La Spezia	Progetto piano di studi 2004	
L'Aquila	Osservatorio sul credito	Istituto G. Tagliacarne
Latina	Analisi congiunturale dell'economia provinciale quadrimestrale	Nomisma Bologna
Lucca	Osservatorio bilanci della Provincia di Lucca - Rapporto triennio 2000-2002	
Mantova	Studio di approfondimento dati Excelsior	
Milano	Progetto "Specula" (FSE)	Università milanesi, Regione Lombardia
Napoli	Giornata dell'economia 2004	Università di Napoli
Oristano	Studio di approfondimento dati Excelsior	
Padova	Studio sulla struttura ed evoluzione del sistema produttivo (censimenti 1991-2001)	Istat Veneto, Unioncamere Veneto
Parma	Giornata dell'economia 2004	Università degli Studi di Parma, Istituto Tagliacarne
Perugia	Giornata dell'economia 2004	
Pesaro e Urbino	Realizzazione di un Compendio statistico	
Pescara	Rapporto sull'economia della Provincia di Pescara	
Pisa	Analisi censuarie territoriali area interprovinciale area vasta (Lucca - Livorno - Pisa - Massa Carrara)	Istat, Università di Pisa, Prefetture, Province, Comuni e CdC dell'Area Vasta
Potenza	Rilevazione dei prezzi all'ingrosso / prodotti petroliferi	Associazioni di categoria

segue I progetti sul territorio

Camera	Titolo progetto	Partenariato
Reggio Calabria	Rapporto sull'economia provinciale - la competitività tra tradizione e innovazione	
Rieti	Progetto "Polos 2004"	
Rimini	Rapporto economico 2003/2004	
Roma	Osservatorio dell'economia civile della Provincia di Roma	Asseforcamere, IRFI
Rovigo	Osservatorio provinciale prezzi	Provincia di Rovigo
Sassari	Osservatorio provinciale sul commercio	
Savona	Osservatorio dell'economia	
Siena	Rapporto sull'imprenditoria straniera nella Provincia	
Siracusa	Rapporto sull'economia in Sicilia	
Sondrio	Giornata dell'economia 2004	
Terni	Progetto Excelsior	Provincia di Terni
Torino	Progetto "Dautic" - diffusione e miglioramento dell'utilizzo delle tecnologie ict da parte delle imprese	CCI Nizza, Chambre Regional du Provence-Alpes-Cot e d'azur, CCI Marsiglia, Deputazione di Malaga, CdC Cuneo, Genova e Savona, Unioncamere Piemonte e Liguria
Trento	Indagine telematica sulla congiuntura	
Treviso	Analisi delle performance delle società di capitali trevigiane mediante lettura statistica dei bilanci aggregati	Università di Venezia
Udine	situazione e prospettive del distretto della sedia	comitato di distretto promosedia, categorie economiche
Venezia	Valorizzazione dei risultati del Censimento 2001 delle attività produttive	Rete camerale del Veneto, Istat Veneto
Verbania	Osservatorio prezzi	Comune di Verbania, Prefettura, sindacati, associazioni dei consumatori
Vercelli	Progetto CSR-sc responsabilità sociale delle imprese	
Viterbo	Pubblicazione dati censimento agricoltura per Comuni	Provincia di Viterbo

N.B. I progetti sono stati segnalati direttamente dalle Camere di Commercio

Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

3.12

ARBITRATO E CONCILIAZIONE

La regolazione del mercato: i dati del 2004

La rete conciliativa

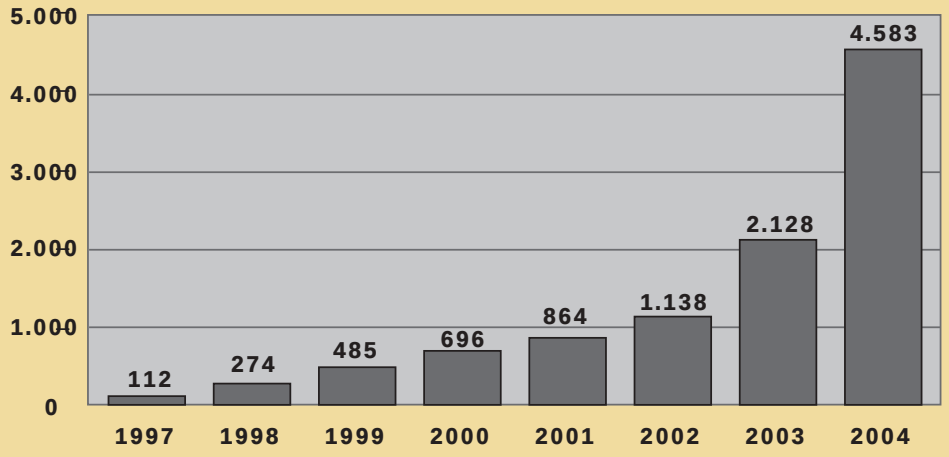
Le Camere di Commercio nel periodo 1997-2004 hanno gestito complessivamente 10.280 conciliazioni di cui 2.252 relative a controversie nascenti da rapporti tra imprese e 8.028 controversie in materia di consumo.
Nel 2004 le domande di conciliazione gestite dalle Camere di Commercio sono risultate 4.583. 966 relative a controversie nascenti da rapporti tra imprese e 3.617 relative a rapporti tra imprese e consumatori.
Ciò conferma il *trend* di crescita del numero delle domande che rispetto al 2003 hanno avuto un incremento di più del doppio.
Il valore medio delle conciliazioni è risultato pari a 49.631 euro mentre la durata media di 43 giorni.
Per quanto riguarda le controversie relative a rapporti tra imprese il valore medio è stato di 83.478 euro e la durata media di 43 giorni.
Mentre per le controversie relative a rapporti tra imprese e consumatori il valore medio è risultato di 24.714 euro e la durata media di 43 giorni.
Si è registrato rispetto all'anno precedente un incremento del valore medio delle controversie in materia di consumo cui ha corrisposto un lieve aumento della durata media.
Nel 2004 le Camere di Commercio hanno gestito circa 40 domande di conciliazione in materia di subfornitura. La durata media di questi casi è stata di 39 giorni ed il valore medio di euro 182.356.
Per quanto riguarda invece il settore delle telecomunicazioni risulta che nel 2004 sono state amministrate complessivamente 2.316 conciliazioni (circa il 50% del numero complessivo delle conciliazioni gestite nel 2004) di cui 470 relative a rapporti tra imprese e 1.846 relative a rapporti tra imprese e consumatori.
Il valore medio di quelle che hanno coinvolto un consumatore è risultato di 4.688 euro e la durata media di 45 giorni.
Complessivamente le domande di conciliazione gestite dalle Camere di Commercio riguardavano sostanzialmente contratti stipulati nell'ambito dei settori individuati nelle figure 3.12.2 e 3.12.3.
Rispetto all'attività di formazione in materia di conciliazione risulta che 62 Camere di Commercio hanno realizzato nel 2004 iniziative di formazione in linea con gli standard definiti a livello nazionale dall'Unioncamere, sia di livello base sia di livello avanzato, che hanno contribuito a formare 1.467 conciliatori.

Tabella 3.12.1. I numeri di Arbitrato e Conciliazione

313	Arbitrati gestiti nel 2004
158	Giorni di durata media degli arbitrati conclusi nel 2004
221,9	Mila € di valore medio delle controversie arbitrati concluse nel 2004
58	Camere hanno svolto azione di promozione dell'arbitrato
16	Camere hanno realizzato corsi di formazione sull'arbitrato nel bienno 2003-2004
1.288	Arbitri formati nel 2004
4.583	Conciliazioni gestite nel 2004
49,6	Mila € di valore medio delle conciliazioni concluse nel 2004
43	Giorni di durata media delle conciliazioni concluse nel 2004
62	Camere di Commercio hanno realizzato corsi di formazione sulla conciliazione nel 2004
1.467	Conciliatori formati nel 2004
39	Camere hanno promosso iniziative per la predisposizione di contratti-tipo
44	Camere hanno istituito un servizio per il controllo delle clausole vessatorie nei contratti

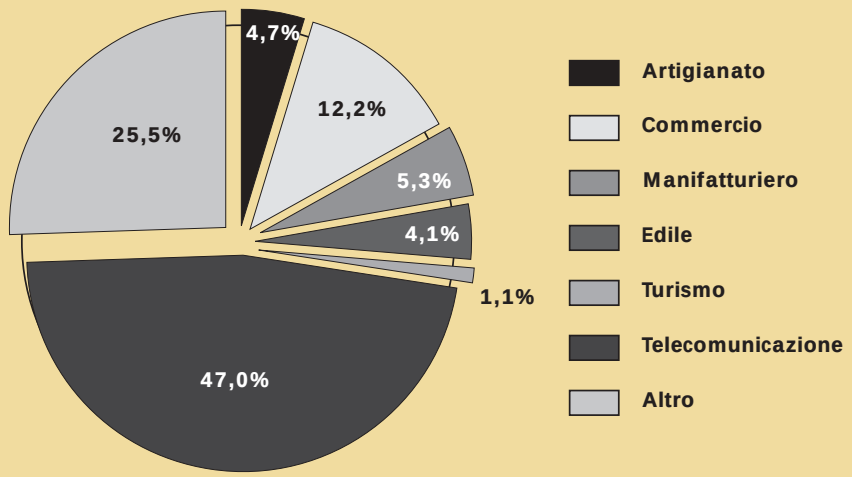
Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

Figura 3.12.1. Il numero delle conciliazioni negli anni 1997- 2004



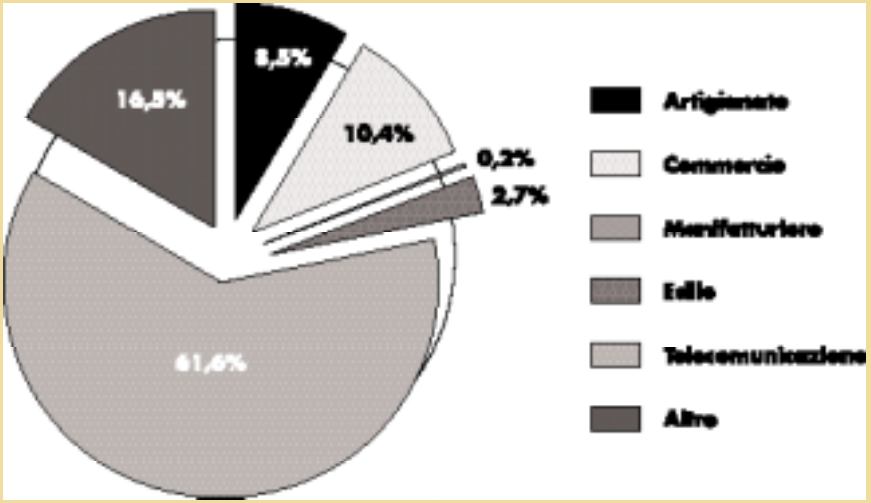
Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

Figura 3.12.2. La distribuzione percentuale delle conciliazioni tra imprese per settore nel 2004



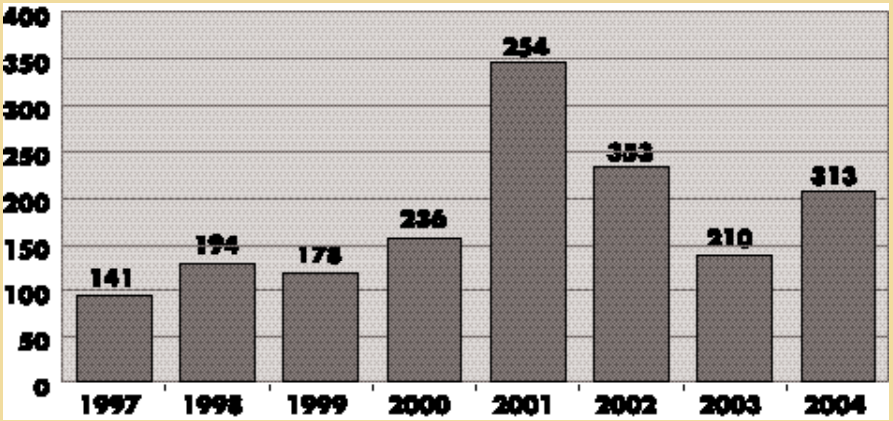
Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

Figura 3.12.3. La distribuzione percentuale delle conciliazioni tra imprese e consumatori per settore nel 2004



Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

Figura 3.12.4. Il numero degli arbitrati negli anni 1997- 2004 (valori assoluti)



Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

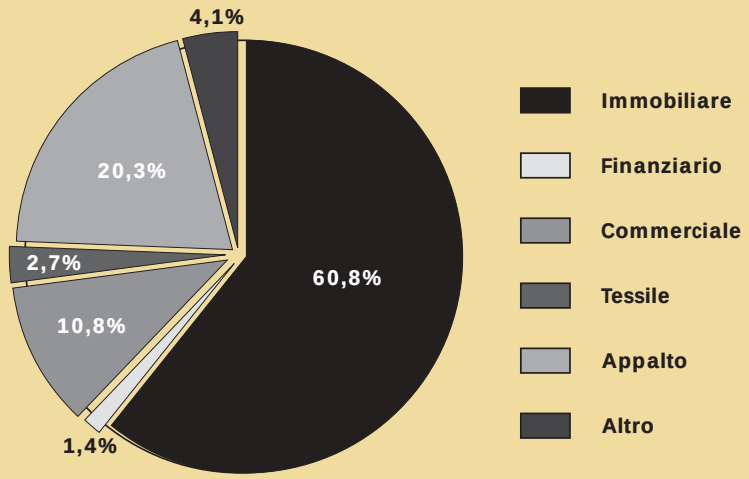
La rete arbitrale

Nel 2004 il numero delle Camere Arbitrali risulta sostanzialmente invariato rispetto a quello del 2003.
Rispetto alla natura giuridica dei servizi i dati confermano quelli dell'anno precedente ovvero:

- la maggior parte delle Camere Arbitrali sono organizzate come ufficio camerale;
- 5 sono risultate le Camere Arbitrali organizzate in Aziende Speciali (Bolzano, Como, Mantova, Milano e Roma);
- mentre 6 Camere Arbitrali hanno costituito associazioni con altre Camere Arbitrali oppure con le categorie e gli ordini professionali.

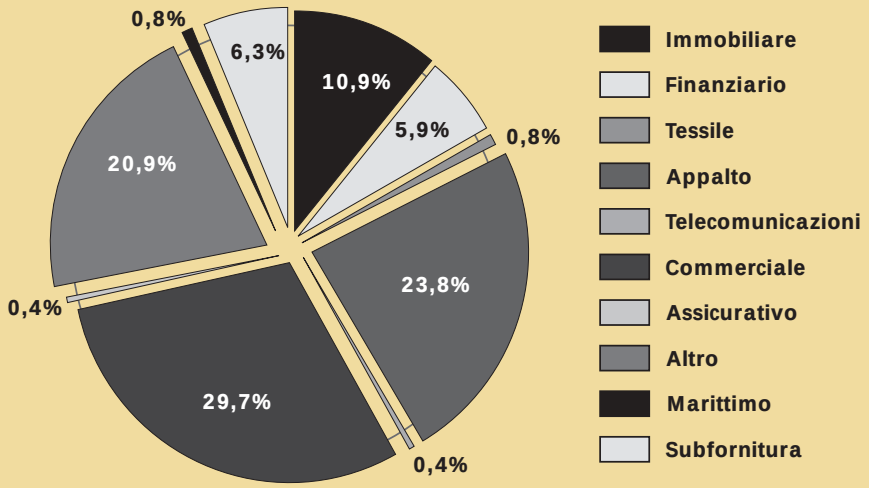
Le 69 Camere Arbitrali nel periodo 1997-2004 hanno gestito complessivamente 1.879

Figura 3.12.5. La distribuzione percentuale degli arbitrati tra imprese e consumatori per settore nel 2004



Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

Figura 3.12.6. La distribuzione percentuale degli arbitrati tra imprese per settore nel 2004



Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

arbitrati, di questi 1.435 relativi a rapporti tra imprese e 444 relativi a rapporti tra imprese e consumatori.

Nel 2004 sono stati amministrati 313 arbitrati: 239 relativi a controversie tra imprese e 74 relativi a controversie tra imprese e consumatori.

Il valore medio delle domande di arbitrato amministrate nel 2004 è risultato di 221.897 euro mentre la durata media è stata di 158 giorni.

Per quanto riguarda, in particolare, gli arbitrati tra le imprese il valore medio è risultato di 312.985 euro e la durata media di 145 giorni. Mentre per gli arbitrati tra imprese e consumatori il valore medio è stato di 58.914 euro e la durata media di 149 giorni.

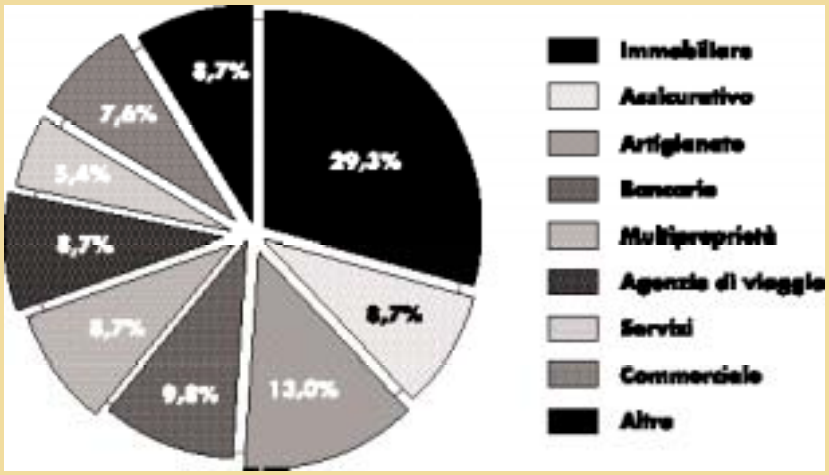
Rispetto all'attività di formazione in materia di arbitrato risulta che 16 Camere di Commercio hanno realizzato nel 2004 iniziative di formazione che hanno contribuito a formare 1288 arbitri.

Nelle figure 3.12.5. e 3.12.6. sono riportati in valore percentuale i settori più ricorrenti oggetto delle domande di arbitrato.

Si ritiene opportuno evidenziare i motivi che hanno indotto una o entrambe le parti a rivolgersi al servizio di arbitrato delle Camere di Commercio:

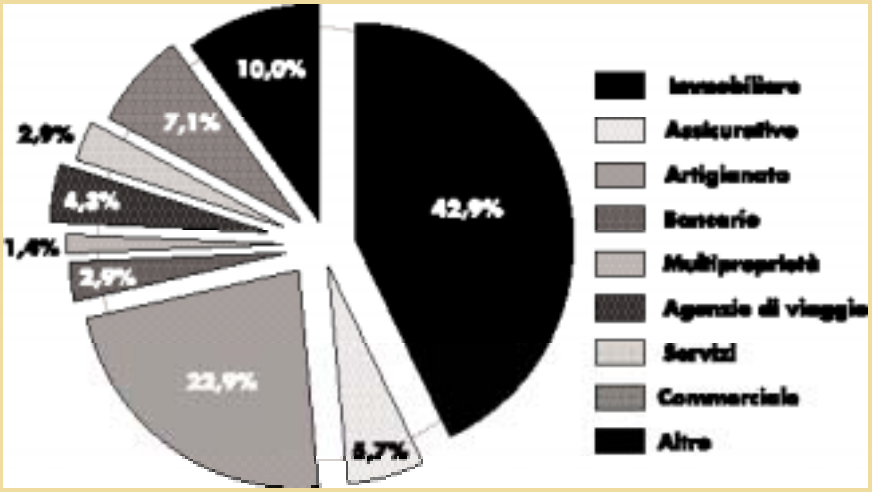
- 45% per la rapidità della procedura;
- 35% per l'economicità del servizio;
- 20% per l'affidabilità del servizio.

Figura 3.12.7. La distribuzione percentuale dell'attività di controllo dei contratti-tipo per settore nel 2004



Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

Figura 3.12.8. La distribuzione percentuale sulla rilevazione delle clausole abusive nei contratti per settore nel 2004



Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

La predisposizione dei contratti-tipo e il controllo sulle clausole abusive

Nel 2004, 39 Camere di Commercio hanno dichiarato di aver promosso iniziative rivolte a favorire la predisposizione di contratti-tipo, e i settori di riferimento sono indicati nella figura 3.12.7.

44 Camere invece hanno istituito un servizio per il controllo delle clausole inique nei contratti; di queste 35 hanno adottato uno specifico regolamento per la gestione della procedura di controllo.

L'attività di controllo è avvenuta nei confronti di contratti relativi ai settori illustrati in figura 3.12.8.

Dai dati risulta che 7 Camere di Commercio hanno presentato l'azione inibitoria ovvero quelle di: Ancona, Bergamo, Bologna, Macerata, Padova e Sassari.

LA CAMERA DI CONCILIAZIONE DI NAPOLI: LE ATTIVITÀ DEL 2004

Il *trend* positivo di crescita della domanda di conciliazione registrato nel 2004 dalla Camera di Conciliazione della Camera di Commercio di Napoli è il risultato di una intensa attività di sensibilizzazione svolta sul territorio che ha visto coinvolti in varia misura enti pubblici, imprese, loro associazioni e associazioni dei consumatori, senza dimenticare Ordini Professionali e Università.

Enti territoriali

In questo ambito si inseriscono le convenzioni stipulate dalla Camera con le Amministrazioni comunali di Napoli e di Castellammare di Stabia (uno dei Comuni più grandi, per dimensioni e densità abitativa, dell'hinterland napoletano).

L'Ente camerale, a seguito dell'aggiudicazione di una procedura ad evidenza pubblica, ha stipulato una convenzione per la gestione del contenzioso avente ad oggetto il risarcimento dei danni, con la facoltà per l'ente locale di assumere nelle controversie sia la veste di convenuto che di "istante".

Si tratta di un'esperienza nuova che consente di applicare l'istituto della conciliazione anche agli enti della PA, portando per molti di essi all'inserimento, nei contratti con le imprese appaltatrici, della clausola che prevede di espletare un tentativo di conciliazione in caso di controversia.

Su un numero complessivo di circa 400 domande gestite dalla Camera di Conciliazione nel 2004, che hanno avuto prevalentemente ad oggetto controversie nel settore delle telecomunicazioni, il 25% costituisce il frutto delle convenzioni siglate nel corso degli ultimi due anni con gli enti locali.

Tali accordi con i Comuni consentono, poi, la promozione e diffusione del servizio conciliativo svolto dalla Camera verso una potenziale utenza quanto mai ampia di cittadini.

Associazioni di categoria

È stato sottoscritto un accordo per la risoluzione delle controversie in materia di turismo con "Assotravel Campania", l'Associazione di riferimento delle Agenzie di viaggio, che fa seguito a quelle stipulate con l'Unione degli Industriali e con la Sezione Turismo della stessa Unione.

Sono in fase di avanzata definizione ulteriori convenzioni con Associazioni del settore prevedendo la possibilità per la Camera di svolgere conciliazioni anche con procedure on-line.

Ordini Professionali

Si è consolidato in tale ambito un rapporto di cooperazione avviato già da tempo con l'Ordine dei Dottori Commercialisti di Napoli che ha portato alla operatività nel 2004 di un Protocollo d'Intesa per la realizzazione di iniziative congiunte di informazione e di divulgazione degli strumenti di giustizia alternativa presso le aziende assistite.

Promozione

Crescente e continuativa è stata l'attività di promozione dei servizi di conciliazione.

L'iniziativa dei "Venerdì della conciliazione", incontri aperti alle categorie professionali, enti pubblici e privati ed associazioni di categoria, si è aggiunta alle iniziative realizzate nel corso della "Settimana nazionale dei servizi di conciliazione", promossa dall'Unioncamere.

Sono state poi organizzate iniziative promozionali presso i distretti commerciali e industriali di maggior rilievo per l'economia locale, allo scopo di una più diretta sensibilizzazione all'uso dello strumento della conciliazione da parte delle società fornitrici di servizi pubblici essenziali e degli imprenditori locali.

Rapporti con Università e centri di ricerca

Forte è l'esigenza di una formazione sempre più specialistica e di valore: in tale direzione va l'accordo siglato a fine 2004 tra l'Ente camerale e l'Università degli Studi di Napoli Federico II, Facoltà di Scienze Politiche, per la realizzazione di attività di ricerca, giornate di studio, seminari e l'organizzazione di un Master in "Conciliazione ed Arbitrato interno ed internazionale".

Analogamente, è stata avviata una collaborazione con l'Istituto Universitario Suor Orsola Benincasa nell'ambito del Master dedicato alla "Mediazione dei conflitti".

LA CAMERA ARBITRALE NAZIONALE E INTERNAZIONALE DI MILANO: LE ATTIVITÀ DEL 2004

Il 2004 ha segnato per la Camera Arbitrale di Milano, Azienda Speciale della Camera di Commercio istituita nel 1986, un anno di svolta. L'idea di fondo che accompagna la strategia dell'Azienda è che l'arbitrato e in generale gli strumenti di ADR offerti, pur essendo nuovi e giovani per il mercato italiano, debbano continuamente rinnovarsi ed essere conosciuti ed utilizzati da nuovi destinatari. I progetti innovativi attuati nel 2004 sono stati:

1. Nuovo Regolamento arbitrale

Non solo un nuovo piccolo codice degli arbitrati amministrati a Milano, ma un vero strumento di innovazione capace di recepire gli elementi di elasticità e di snellezza dell'istituto arbitrale: è previsto un unico regolamento applicabile sia alle liti nazionali sia alle liti internazionali, anticipando, in questo senso, l'orientamento del legislatore, favorevole ad estendere all'arbitrato nazionale i benefici già previsti per l'arbitrato internazionale. L'ottica è quella di fornire agli arbitri e alle parti un ventaglio di strumenti elastici e facoltativi da utilizzare di volta in volta, in base alle esigenze del singolo caso. Le garanzie che l'istituzione arbitrale fornisce sono: la qualità degli arbitri (loro indipendenza e competenza), un procedimento corretto e ben organizzato, il controllo dei tempi e il controllo dei costi.

2. Nuova prassi societaria

L'introduzione, nel gennaio 2004, della riforma societaria e del nuovo arbitrato societario ha permesso alla Camera di sviluppare una prassi specifica sulla gestione delle liti societarie. In questo settore la Camera Arbitrale si presenta come principale punto di riferimento pratico sia per la dottrina sia per la giurisprudenza. La materia societaria è già divenuta, dopo la riforma, la materia del contendere più ricorrente tra quelle trattate in Camera Arbitrale (sono già 25 gli arbitrati ricevuti nel periodo settembre 2004-aprile 2005 in materia societaria).

3. Convenzioni con altre Camere di Commercio

Sono 8 le Camere oggi convenzionate (Pavia, Lodi, Lecco, Sondrio, Novara, Firenze, Forlì-Cesena, Grosseto) sul fronte arbitrale con la Camera milanese. Le convenzioni prevedono la gestione comune degli arbitrati tra Milano e la singola camera convenzionata: agli utenti del singolo territorio è offerto un unico servizio integrato e altamente qualitativo.

4. Nuova strategia internazionale

Si è già detto come il nuovo Regolamento sia stato pensato per un sistema di arbitrato non solo italiano, bensì internazionale. Ma la vera novità sul fronte internazionale è data da una strategia con la quale la Camera Arbitrale ambisce ad un ruolo di riferimento nei servizi ADR su nuovi mercati quali la Cina e il Mediterraneo. I più recenti progetti internazionali di cooperazione, infatti, riguardano:

4.1. CINA: nel dicembre 2004 è stato firmato un accordo di cooperazione per la creazione della Camera di Conciliazione tra Italia e Cina. Il progetto si pone l'obiettivo di diffondere la conoscenza e l'utilizzo della conciliazione quale strumento che consente di superare le barriere imposte dalle differenze culturali e legislative;

4.2. MEDITERRANEO: il "Progetto Mediterraneo" mira a fornire "servizi giustizia" veloci, economici e riservati alle aziende milanesi interessate a promuovere la loro attività nei Paesi del Mediterraneo; ad attivare possibili collaborazioni tra sistema imprenditoriale, bancario e associativo italiano e mediterraneo nella promozione dell'arbitrato commerciale internazionale.

5. Innovazione e cultura dell'Arbitrato

La Camera Arbitrale di Milano ha avviato rapporti di collaborazione sul fronte formativo e informativo con le Università milanesi (Università Statale, Università Cattolica del Sacro Cuore ed Università Commerciale L. Bocconi), con l'Università del Piemonte Orientale (Alessandria) e con il C.I.R.C. (Centro Interdipartimentale per la Risoluzione dei Conflitti) dell'Università di Pavia.

I dati

Arbitrati	**N°**	**%**
Nuovi casi attivati nel 2004	105	
Arbitrati terminati nel 2004	69	
Lodi	27	39,13
Transazioni prima della costituzione del Tribunale Arbitrale	11	15,94
Transazioni dopo la costituzione del Tribunale Arbitrale	9	13,04
Archiviati (per rinuncia o mancato pagamento)	22	31,88
Valore economico (Euro)		
Valore totale	198.153.488,00	
Valore medio	1.981.535,00	
Durata media generale (mesi)		**11,7**
Dalla domanda alla costituzione del Tribunale Arbitrale		1,7
Dalla costituzione del T.A. alla fine del procedimento		10

3.13

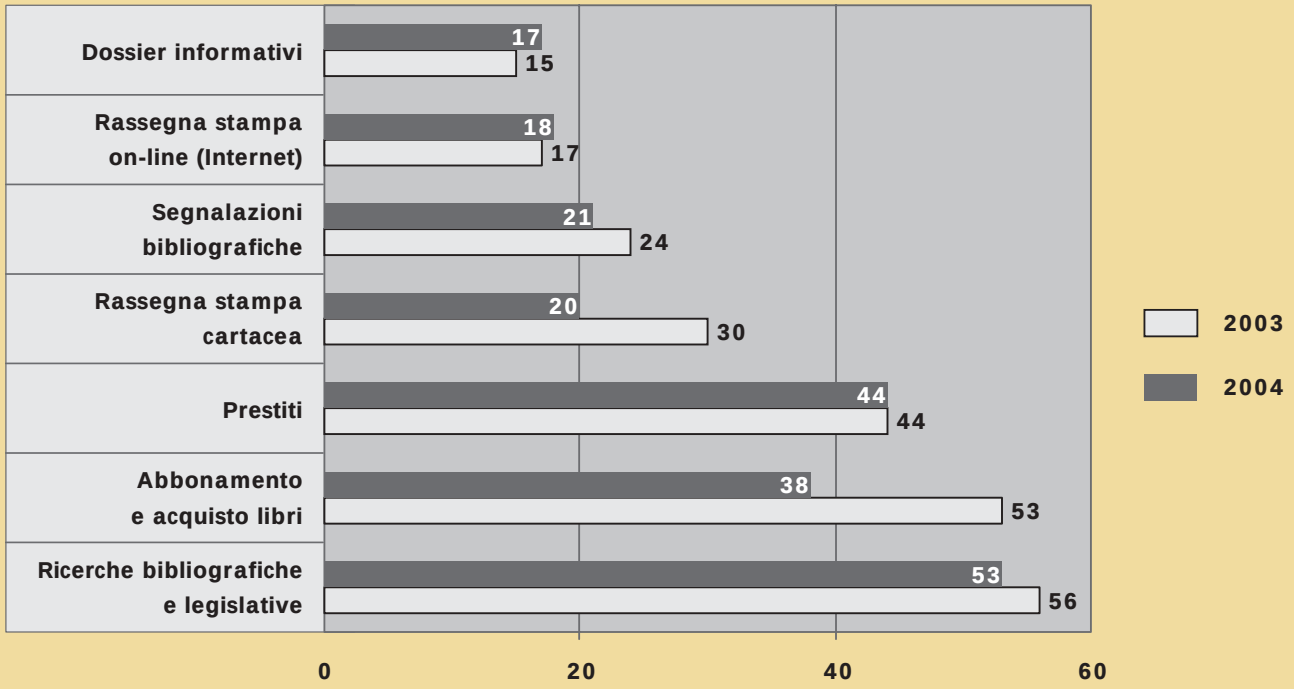
BIBLIOTECHE E ARCHIVI

Tabella 3.13.1. I numeri delle biblioteche

65	Servizi di biblioteca attivi
54	Sale di consultazione aperte al pubblico
85	Addetti al servizio di cui 23 specializzati
450	Mila volumi inventariati
2.905	Cd-rom e oltre 200 abbonamenti a banche dati on-line
53	Camere di Commercio realizzano ricerche bibliografiche e legislative
38	Camere di Commercio offrono servizi di abbonamento e acquisto libri
44	Camere di Commercio effettuano prestiti di libri
74	Partecipazioni a iniziative di cooperazione interbibliotecaria con enti locali, Università, centri di ricerca e associazioni di categoria
1,1	Milioni di € di stanziamento annuale

Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

Figura 3.13.1. Il numero di Camere di Commercio per tipo di servizi offerti nel biennio 2003-2004 (valori assoluti)



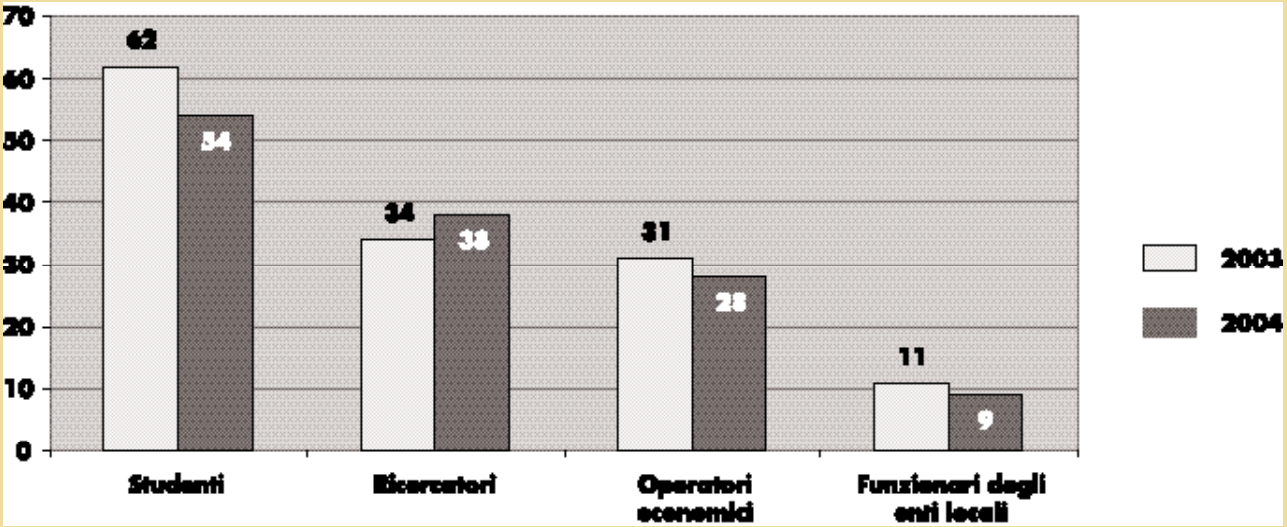
Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

Tabella 3.13.2. I numeri di Archivi e Protocollo

1,8	Milioni di documenti registrati in arrivo
725	Mila documenti registrati in partenza
88	Camere di Commercio classificano i documenti protocollati
48	Camere di Commercio effettuano la formazione di fascicoli
25	Camere di Commercio utilizzano un manuale di gestione fatto in proprio
37	Camere di Commercio utilizzano il manuale InfoCamere di gestione

Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

Figura 3.13.2. Il numero di Camere di Commercio per tipologia di utenza dichiarata nei servizi di biblioteca nel biennio 2003-2004 (valori assoluti)



Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2005*

NOTA METODOLOGIA

Il "Rapporto sul sistema camerale 2005" è stato realizzato attraverso la raccolta di un complesso di informazioni relative a strutture e servizi delle Camere di Commercio.
Il questionario, aperto alla compilazione on-line dal 6 gennaio al 15 maggio 2005 al sito www.unioncamere.net, è articolato in 15 schede (in tabella riportiamo il dettaglio del numero di Camere di Commercio che hanno compilato ciascuna scheda).

Camere di Commercio soggette alla rilevazione	***102***
Camere di Commercio rispondenti	***101***

Scheda	***Denominazione***	***CCIAA rispondenti***
1	Organi	101
2	Strutture e Personale	101
3	E-Government	98
4	Internazionalizzazione	97
5	Formazione	92
6	Promozione delle Filiere	88
7	Finanza e Partecipazioni	95
8	Innovazione	97
9	Ambiente	93
10	Promozione Nuove Imprese	93
11	Sviluppo locale e progetti comunitari	90
12	Turismo	97
13	Studi, ricerche e documentazione	100
14a	Biblioteche	96
14b	Archivi e protocollo	93
15a	Arbitrato	85
15b	Conciliazione	98

N.B.: Diversamente dall'edizione precedente "Rapporto sul sistema camerale 2004", le informazioni rilevate dalle Camere di Commercio non sono state integrate con quelle delle Aziende Speciali in quanto oggetto di una rilevazione tuttora in corso. Si precisa che tali informazioni saranno argomento, nei prossimi mesi, di uno specifico focus d'approfondimento della linea editoriale "Osservatorio camerale".

Camera di Commercio - Microsoft Internet Explorer
File Modifica Visualizza Preferiti Strumenti ?
Indietro Cerca Preferiti Multimedia
Indirizzo http://www.cameradicommercio.it/
Vai Collegamenti
cameradicommercio
IL PORTALE DEL SISTEMA DELLE CAMERE DI COMMERCIO, INDUSTRIA, ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
MAPPA ENGLISH
come e cosa fare per..
APRIRE UN'IMPRESA
CERTIFICARLA
INFORMARLA
PROMUOVERLA
FORMARE IL PERSONALE
INVESTIRE ALL'ESTERO
CONOSCERE IL TERRITORIO
TUTELARE L'IMPRESA E IL CONSUMATORE
UTILIZZARE I SERVIZI ON-LINE
news
ARCHIVIO
Sicilia – In distribuzione la newsletter "Sapori & Gusti di Sicilia"
Bergamo – "Mettersi in proprio", proseguono i seminari
Ravenna – Diritto annuale 2005, da pagare entro il 20 giugno
Roma – Presentata ricerca "Marketing territoriale. Soggetti e progetti"
Lecco – Formare ingegneri stranieri in Italia, al via progetto
Torino – Sistemi qualità e competitività, presentazione ricerca
Vicenza – Automazione e industriale e azionamenti elettrici, seminario
Benevento – Registro Imprese: da sportello a open-office
Registro Imprese della Camera di Commercio di Benevento: dal tradizionale
DOV SIAMO
PARTNER
LINK ISTITUZIONALI
ricerca
UNA CAMERA DI COMMERCIO
--- seleziona ---
UN'ATTIVITÀ
i servizi offerti dalle CCIAA
UN EVENTO
il calendario del sistema camerale
giugno 05
UN'IMPRESA
Infoimprese l'archivio ufficiale delle imprese italiane
informazioni e calcolo
SISTEMA camerale
in evidenza
* On line i materiali del convegno Basilea 2: l'affidabilità delle imprese minori (Unioncamere, 8 giugno 2005)
* 3a Giornata dell'economia - Il Rapporto Unioncamere 2005
* On line il numero di giugno della newsletter AdHoc
impresa.gov
progetti
pubblicazioni
CONTATTI
SEZIONE
INTRANET
AGGIUNGI IL NOSTRO BANNER SUL TUO SITO
Operazione completata
Internet

Unioncamere.it - Microsoft Internet Explorer

File Modifica Visualizza Preferiti Strumenti ?

Indietro Cerca Preferiti Multimedia

Indirizzo http://www.unioncamere.it/ Vai Collegamenti

Contatti Mappa del sito

UNIONE ITALIANA DELLE CAMERE DI COMMERCIO, INDUSTRIA, ARTIGIANATO E AGRICOLTURA

UNIONCAMERE

Ufficio stampa
Centro Studi
Indis
Biblioteca
Riviste camerali
Osservatorio camerale

Gestione

- Il Presidente
- Il Comitato di Presidenza
- Il Consiglio
- Il Segretario Generale

- Le relazioni istituzionali
- Lo statuto
- La normativa
- La storia

- Il programma 2005
- Convegni e Interventi
- Concorsi e Bandi di gara

- Unioncamere di Roma
- Unioncamere Bruxelles

La Rete delle Camere di Commercio

CALENDARIO EVENTI

giugno 05 VAI

Basilea2 L'affidabilità delle Imprese Minori

Roma 8 giugno 2005

AREE DI ATTIVITÀ

Presidenza e Segreteria generale
Diritto di impresa e finanza
Ricerca, innovazione e formazione
Politiche europee
Formalità per il commercio internazionale
Organizzazione ed e-government
Servizi Finanziari e Infrastrutture
Le relazioni istituzionali

SERVIZI

- Agroalimentare e Qualità
- Ambiente
- Commercio
- Conciliazione e Arbitrato
- Diritti e tributi
- Documenti per il commercio estero
- Economia e Statistica
- Finanza, Credito e Infrastrutture
- Internazionalizzazione
- Lavoro, Formazione, Orientamento
- Responsabilità sociale delle imprese

ATTUALITA'

16/06/2005 - EuroP.A., Salone delle Autonomie Locali
Verrà presentata oggi, nel corso di una Conferenza Stampa presso Unioncamere, la quinta edizione de...

14/06/2005 - Estate 2005: vacanze all'insegna del risparmio
Quasi 17 milioni di italiani pronti a partire per le vacanze. Diverse, rispetto agli anni passato, l...

08/06/2005 - Basilea 2: basso rischio per le microimprese italiane
96 ditte individuali italiane su 100 sono

IN PRIMO PIANO

Sanzioni per Diritto annuale
In GU il Regolamento per tardivo od omesso pagamento

Diritto annuale
In GU il Decreto 2005 sulle misure dovute dalle imprese

Responsabilità sociale
L'assistenza alle imprese per la diffusione della CSR

Basilea 2: L'affidabilità delle Imprese Minori
I materiali del Convegno Basilea 2, tenutosi l'8 giugno a Roma

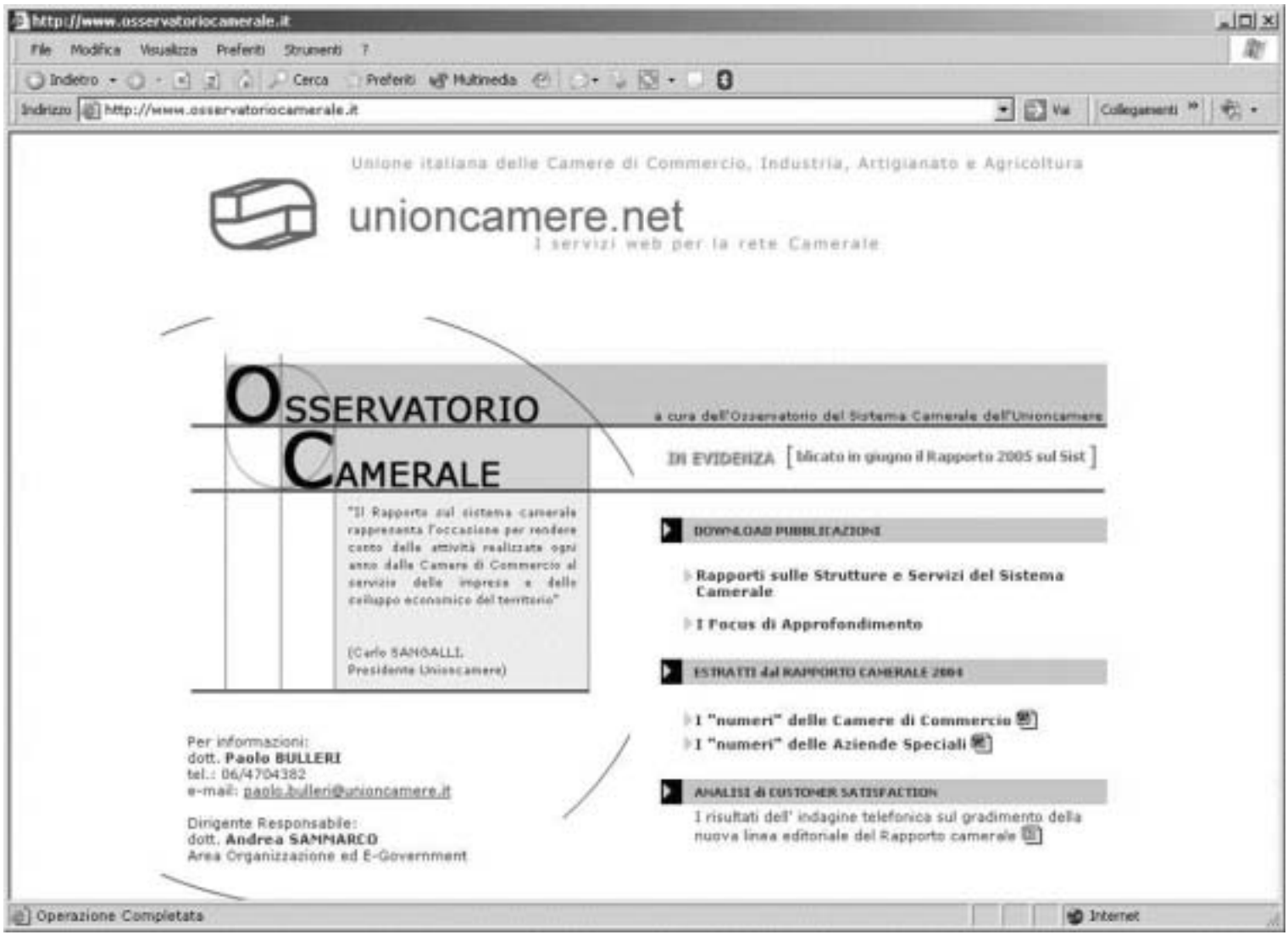
Cerca nel sito Vai

Il Sistema si presenta

INTRANET login

Per informazioni e aggiornamenti contattateci
© 2001 Unioncamere. Tutti i diritti riservati. - Crediti
Sito ottimizzato per Explorer 4+ Ris. video 800x600

Internet


http://www.osservatoriocamerale.it
File Modifica Visualizza Preferiti Strumenti ?
Indietro Cerca Preferiti Multimedia
Indirizzo http://www.osservatoriocamerale.it
Vai Collegamenti
Unione italiana delle Camere di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura
unioncamere.net
I servizi web per la rete Camerale
OSSERVATORIO CAMERALE
a cura dell'Osservatorio del Sistema Camerale dell'Unioncamere
IN EVIDENZA [Uscito in giugno il Rapporto 2005 sul Sist]
"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 dello sviluppo economico del territorio"
(Carlo SANGALLI, Presidente Unioncamere)
DOWNLOAD PUBBLICAZIONI
Rapporti sulle Strutture e Servizi del Sistema Camerale
I Focus di Approfondimento
ESTRATTI dal RAPPORTO CAMERALE 2004
I "numeri" delle Camere di Commercio
I "numeri" delle Aziende Speciali
ANALISI di CUSTOMER SATISFACTION
I risultati dell' indagine telefonica sul gradimento della nuova linea editoriale del Rapporto camerale
Per informazioni:
dott. Paolo BULLERI
tel.: 06/4704382
e-mail: paolo.bulleri@unioncamere.it
Dirigente Responsabile:
dott. Andrea SAMMARCO
Area Organizzazione ed E-Government
Operazione Completata
Internet

Lavoropa.it - Il Portale di Unioncamere per la Gestione delle Risorse Umane - Microsoft Internet Explorer
File Modifica Visualizza Preferiti Strumenti ?
Chiudi
Indietro Cerca Preferiti Multimedia
Indirizzo http://www.lavoropa.it/home/
Vai Collegamenti
lavoro p.a.
IL PORTALE DEL SISTEMA CAMERALE PER LA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE
cerca
home newsletter articoli links
redazione le camere unioncamere contattaci
consulenze
news
:: Incompatibilità:
in l'Esperto Risponde la risposta al quesito della Camera di Commercio di Torino
:: Consiglio di Stato:
Commissione Speciale Pubblico Impiego - onnicomprensività della retribuzione dei dirigenti pubblici . Art. 24 del decreto legislativo 30 marzo 2001, n. 165.
:: CCNL 2002 - 2005:
firmata il 9 giugno l'ipotesi di CCNL 2002-2005 (parte economica 2002-2003) per il personale dirigente del comparto autonomie
:: Note circolari INPDAP:
tutela, ai fini pensionistici, nei confronti dei dipendenti sospesi dal servizio e indicazioni operative in ordine alle prestazioni pensionistiche provvisorie indebitamente corrisposte
archivio
il lavoro pubblico
le norme
i contratti
la giurisprudenza
la dottrina
i regolamenti
i sistemi di gestione
le politiche di direzione
la privacy
percorsi di formazione
formazione a distanza
formazione in aula
auto-formazione
parliamo di
:: Modelli di amministrazione e gestione del personale: faccia a faccia con le Camere di Commercio di Firenze e Venezia
Programmazione del personale, flessibilità, modelli di amministrazione e relazioni sindacali: sono molti e interessanti gli spunti emersi dall'incontro tra i Direttori del Personale delle Camere di Commercio promosso da Unioncamere lo scorso maggio nel corso della XVI^ edizione di Forum P.A.. Tra gli atti del convegno ci sembra interessante proporvi le riflessioni dei Segretari Generali delle Camere di Commercio di Firenze e di Venezia
archivio
home newsletter articoli links
redazione le camere unioncamere contattaci
Operazione completata
Internet

A CURA DELL'OSSERVATORIO DEL SISTEMA CAMERALE DELL'UNIONCAMERE
Coordinamento: Andrea Sammarco, Paolo Bulleri, Domenico Ficco, Stefania Mele
Hanno collaborato: Elisabetta Bidischini, Alberto Caporale, Stefano Casagrande, Orietta Castellacci, Riccardo Maria Dante, Giuseppe Del Medico, Amedeo Del Principe, Daniele De Rita, Carlo De Vincentiis, Sabrina Diella, Gabriella Di Girolamo, Simona Faraglia, Roberto Frisari, Barbara Longo, Domenico Mauriello, Sandro Pettinato, Fabio Pizzino, Tiziana Pompei, Claudia Samarelli, Giuseppe Salonia, Bruno Scarcella, Daniela Tauro, Enzo Maria Tripodi, Francesco Vernaci

COORDINAMENTO EDITORIALE

Società consortile delle Camere di Commercio italiane

Finito di stampare nel mese di giugno 2005
Studio Centrone S.r.l. - Roma