



OSSERVATORI
E RAPPORTI

Sistema camerale 2011

*Strutture e servizi
per l'impresa*

Abstract

■ a cura
dell'**Osservatorio camerale**

UNIONCAMERE

CAMERE DI COMMERCIO D'ITALIA

Sistema camerale 2011

Strutture e servizi per l'impresa

Abstract

a cura dell'Osservatorio camerale

Gruppo di lavoro:

Alberto Caporale, Eugenio Spina, Daniela Tauro

Hanno collaborato alle attività dell'Osservatorio:

i dirigenti e i funzionari delle competenti Aree Unioncamere

Supporto tecnico:

Nebo Ricerche PA

Produzione e coordinamento editoriale:

Retecamere Scrl

Materiali e approfondimenti sul sito: www.osservatoriocamerale.it

© 2011 Retecamere, Roma

Finito di stampare nel mese di giugno 2011

dalla tipografia Poligrafica Ruggiero srl, Avellino

ISBN 978-88-6077-112-4

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

Sommario

Premessa	7
<hr/>	
I NUMERI, IL GOVERNO, LE PERSONE	9
<hr/>	
LE ATTIVITÀ, LE RISORSE, I RISULTATI	25
Nota metodologica	59

Premessa

Essere un sistema di amministrazioni al servizio del mondo delle imprese comporta, di certo, responsabilità e oneri in parte diversi da quelli che comunemente una pubblica amministrazione è tenuta ad assumere nei riguardi dei propri “portatori di interesse”.

Al tempo stesso, però, è anche una grande opportunità e un continuo stimolo a interrogarsi sulla propria *mission*, a testarne l’adeguamento alle istanze e ai problemi del mondo cui si è rivolti, nonché alle dinamiche e alle “sofferenze” che lo agitano. Un processo che può condurre, laddove necessario, a ripensare strategie e programmi senza tutti quegli indugi che spesso finiscono per frapporsi rispetto ai cambiamenti, sicuramente faticosi ma inevitabili, che il mondo economico, produttivo e sociale chiede con forza sempre maggiore alle realtà pubbliche, ora anche con il frequente supporto di rigorosi input legislativi.

La fotografia che emerge dall’Osservatorio camerale rispetto all’annualità appena trascorsa è, appunto, quella di un sistema in continua evoluzione e ricettivo di fronte agli stimoli di nuovi e consistenti impegni da assumere – e investimenti correlati da compiere – tutti in un ristretto arco di tempo: il 2010, infatti, è stato l’anno dell’avvio a regime della Comunicazione Unica e dello Sportello unico per le attività produttive, della mediazione, civile e commerciale, oltre che della riforma dell’ordinamento delle Camere di commercio, con il conseguente lavoro sui provvedimenti attuativi.

Un sistema che, a fronte di queste sollecitazioni, da un lato lavora al suo interno per rendere le proprie articolazioni più funzionali alla realizzazione del disegno di posizionamento strategico voluto dall’attuale programma di mandato; dall’altro, diversifica e amplia la propria “offerta” di servizi al tessuto produttivo, sfruttando appieno l’evoluzione delle tecnologie e il know-how delle sue risorse professionali.

Far conoscere questo fermento, e i risultati che determina, rendendolo noto e comprensibile al mondo delle imprese, degli interlocutori istituzionali e dei vari organismi impegnati, a più livelli, in favore dello sviluppo, è l'intento del Rapporto – elaborato ogni anno a valere sulle rilevazioni dell'Osservatorio camerale – di cui il presente volume costituisce un estratto che mira a rappresentare le principali dimensioni, e relative dinamiche, dell'impegno camerale per il 2010.

I numeri, il governo,
le persone

Un sistema di istituzioni capillarmente diffuso sul territorio, a servizio delle imprese e del mercato; una rete di strutture che, al 31 dicembre 2010, si sviluppa attorno a 105 nodi provinciali, organizzati e integrati sul piano regionale, nazionale ed europeo, per offrire al tessuto produttivo servizi sempre più evoluti e in grado di rispondere, in modo tempestivo ed efficace, ai bisogni e alle esigenze di sviluppo e di crescita locale; un complesso di enti a cui si aggiungono le 110 realtà camerali miste, italo-estere e italiane all'estero, canale tra i più importanti per l'accesso dell'imprenditorialità italiana all'economia globale.

È questa l'immagine che emerge dall'ultima rilevazione dell'Osservatorio sulle strutture e i servizi del Sistema camerale italiano (tav. 1), un quadro che sintetizza la realtà delle Camere di commercio quale esempio di PA dinamica, moderna e "in rete", in grado di porsi concretamente a fianco delle imprese – grazie anche a un complesso di strutture di prossimità che rappresentano altrettanti punti di servizio a elevato contenuto specialistico – ma, al contempo, attenta a fare proprie le istanze di riforma che pongono i temi del miglioramento organizzativo e dell'efficienza quali elementi chiave dell'agire del comparto pubblico.

In questo senso, i dati dell'Osservatorio camerale confermano, per il 2010, il trend riscontrato negli ultimi anni verso una riorganizzazione degli assetti strutturali del Sistema che possa favorire il necessario contenimento dei costi, senza tuttavia compromettere – e, anzi, migliorando – la qualità e l'efficacia dell'azione: e così, l'ulteriore riduzione nei punti di accesso "fisico" ai servizi camerali (diminuisce di 20 unità il numero di sedi distaccate sul territorio, e di 8 unità il numero di Borse merci e sale di contrattazione) ha una sua ragion d'essere nelle iniziative intraprese negli ultimi anni, dalle singole Camere e a livello di sistema, per potenziare l'accessibilità e la fruibilità dei propri servizi attraverso i canali di e-government. Iniziative che hanno consentito di compensare adeguatamente la riduzione dei punti di contatto "materiali" con l'utenza.

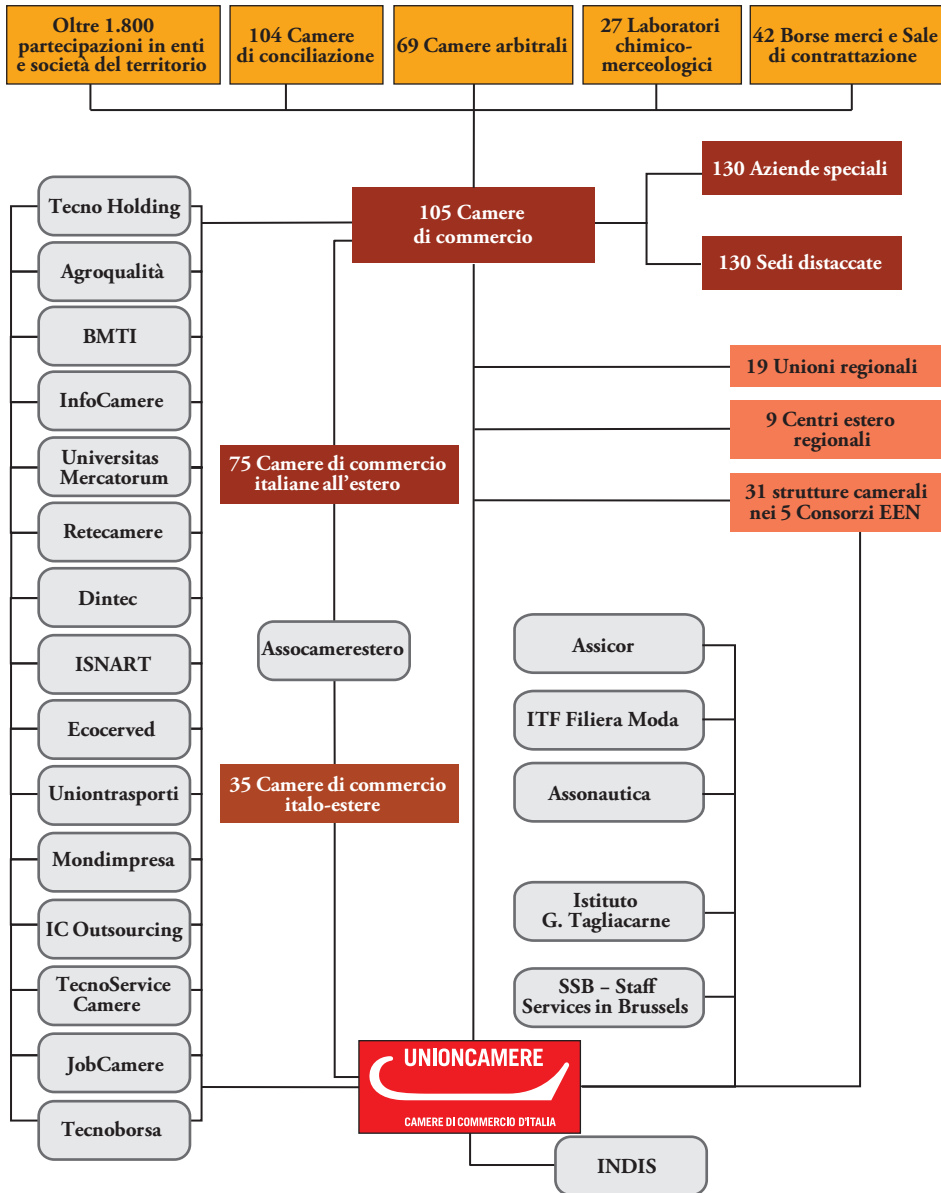
Tav. 1. I numeri del Sistema camerale al 31 dicembre 2010

105	Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura
19	Unioni regionali delle Camere di commercio
	Unioncamere
	Eurochambres
75	Camere di commercio italiane all'estero
35	Camere di commercio italo-estere
9	Centri estero-regionali
2.786	Consiglieri espressione delle strutture produttive locali
130	Sedi distaccate per l'erogazione di servizi sul territorio
130	Aziende speciali per la gestione di servizi promozionali e infrastrutture
21	Strutture di sistema
	<i>di cui 15 società di servizi</i>
1.888	Partecipazioni con altri soggetti, pubblici e privati, nell'economia
	<i>di cui 520 in enti e società per lo sviluppo delle infrastrutture</i>
104	Camere di conciliazione
69	Camere arbitrali
42	Borse merci e Sale di contrattazione
27	Laboratori chimico-merceologici
	<i>di cui 22 accreditati SINCERT</i>
21	Strutture congressuali

Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

In previsione del continuo e progressivo mutamento nei bisogni di un tessuto imprenditoriale alle prese con le evoluzioni del mercato (circostanza che impone diversificazioni e specializzazioni nei contenuti dell'azione a suo servizio), risulta di particolare rilievo la tendenza delle Camere a dotarsi di un insieme sempre più ramificato di strutture di supporto specialistico al proprio lavoro, operanti in una dimensione che va oltre il territorio provinciale – con uno sguardo attento anche alla sfera sovranazionale – e che è in grado di determinare le corrette sinergie per l'intero apparato.

Tav. 2. La mappa del Sistema camerale al 31 dicembre 2010



Tav. 3. La rete delle Aziende speciali camerali nel 2010 (numero per regione)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

Al dicembre 2010 si contano 21 strutture “di sistema” (istituti, fondazioni, associazioni e organismi consortili), di cui oltre 15 società che operano in ambiti tipici dell’azione camerale e che si contraddistinguono per il fatto di offrire alle Camere stesse una vasta gamma di servizi qualificati e di spiccato contenuto scientifico e/o tecnologico (tav. 2). Gli investimenti degli ultimi tempi nel modello organizzativo cd. in house rappresentano – in un simile quadro – la modalità attraverso la quale le Camere puntano a rafforzare il legame operativo con molte di queste strutture; ciò non solo al fine pratico di acquisire know-how e servizi, laddove la rapidità e la specializzazione del legame stesso rendono opportuna tale scelta, ma soprattutto nell’ottica di ampliare gli spazi del proprio intervento in favore del territorio.

Una spinta verso il miglioramento continuo del servizio, che si conferma nell’operatività della rete di Aziende speciali: 130 strutture attive, nel 2010, presenti in tutte le regioni e impegnate a gestire attività ad alto valore aggiunto sul versante della promozione delle economie locali e del supporto allo sviluppo delle imprese (tav. 3).

Uno strumento duttile e flessibile di cui oltre la metà delle Camere (il 57% ne ha costituita almeno una) si avvale per gestire iniziative e progetti innovativi soprattutto nei campi della formazione e dell'orientamento professionale, del sostegno all'internazionalizzazione del tessuto economico, della qualificazione delle filiere, della diffusione dell'innovazione; attività che spesso le stesse Aziende gestiscono in una logica di rete, per conseguire economie di scala e di specializzazione, mettendo a fattor comune professionalità e competenze nello svolgimento dei propri compiti specialistici.

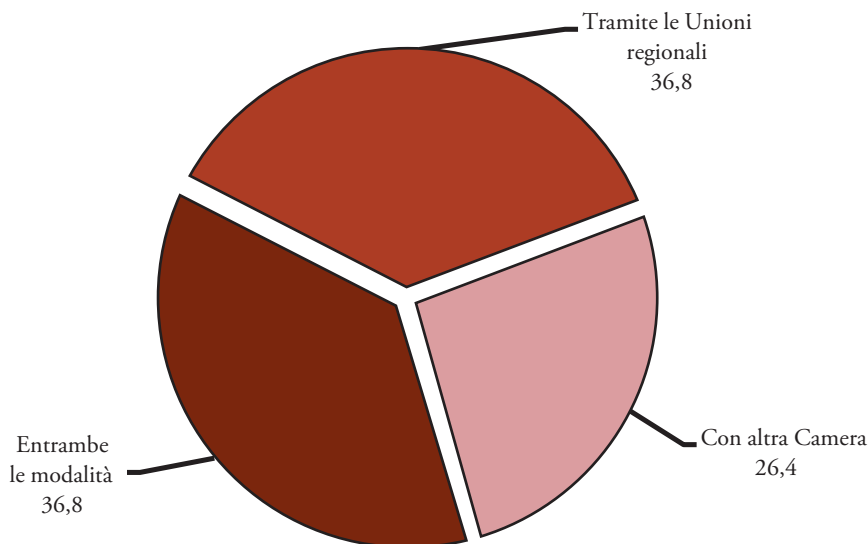
Modalità, quella del lavorare in rete, che è nel DNA stesso del Sistema camerale, quale insieme coordinato – e strettamente interconnesso – di esperienze, scelte, eccellenze, in grado di favorire sinergie e travasi di conoscenza e di risultati; una condizione di partenza di indubbio vantaggio nella continua tensione e ricerca di innovazioni organizzative in grado di migliorare e rendere più efficienti i processi di lavoro e l'erogazione dei servizi.

In questo contesto, la riforma contenuta nel d.lgs. 23/2010, nell'introdurre la modalità associativa per l'esercizio delle funzioni quale modello operativo per le realtà camerali (opzione resa obbligatoria, di fatto, per le Camere di minori dimensioni), ha in un certo senso "legittimato" un fenomeno già esistente al loro interno, sia pure in forma embrionale e spontanea. La previsione normativa, chiara nel suo intento e nelle sue motivazioni politiche, nel corso del 2010 si è tradotta in un forte impegno del Sistema nel creare le condizioni organizzative e amministrative atte a favorire la più rapida attuazione del messaggio legislativo e, quindi, nel determinare moduli organizzativi adattabili agli specifici bisogni ed esigenze delle realtà territoriali coinvolte ma, al contempo, con profili di omogeneità tali da assicurare all'interlocutore dei servizi (per sua vocazione spesso impegnato in dimensioni produttive che esulano da uno specifico territorio) le necessarie certezze nel rapporto con l'istituzione-Camera.

Le soluzioni organizzative¹ – individuate grazie al lavoro svolto dalle Camere, con il coordinamento di Unioncamere nazionale – si caratterizzano per un approccio alquanto flessibile che, di fatto, ha già prodotto i primi effetti sul fenomeno della gestione associata di funzioni. Il monitoraggio dell'Osservatorio per il 2010, infatti, ha evidenziato la presenza di questa modalità gestionale in oltre il 50% delle Camere di commercio (57 realtà), percentuale che comprende sia le Camere direttamente destinatarie del vincolo normativo – ovvero con un numero inferiore a 40.000 imprese iscritte (oltre il 60% delle realtà che hanno adottato il modello) – sia quelle non giuridicamente tenute ma che, a conferma dell'utilità dello strumento, ora consacrato in legge, hanno valutato – alcune da qualche tempo – di intraprendere questa strada per l'esercizio di alcune funzioni.

1 Soluzioni che puntano su elementi di fondo quali il preservare, comunque, il rapporto diretto con l'utenza e il conservare e tutelare la responsabilità della singola Camera, coinvolta nella gestione associata, rispetto alle funzioni che in tal modo vengono esercitate.

Tav. 4. Lo svolgimento delle funzioni in forma associata nel 2010
(% di Camere per modalità)

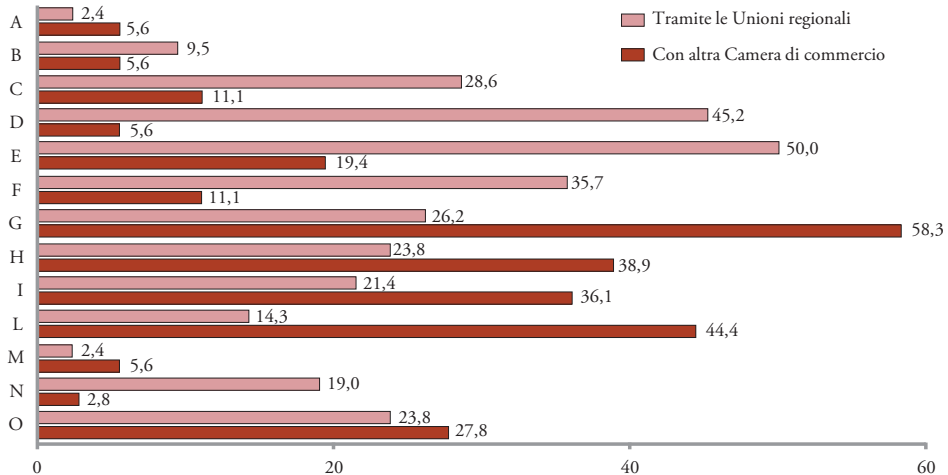


Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

Trattandosi del primo anno alle prese con la novità organizzativa, risulta degna di nota la quota di enti camerali che hanno optato per il passaggio attraverso le Unioni regionali quale modalità privilegiata di esercizio (quasi il 37% delle Camere interessate); ciò a fronte di una percentuale più bassa, pari al 26,4%, di realtà che opta per la modalità, per così dire, “una a una” con altra Camera, mentre – a dimostrazione della flessibilità di approccio di cui si diceva – sono una ventina gli enti che si sono avvalsi indistintamente di entrambe le modalità operative (anche in questo caso il 36,8%) (tav. 4).

Gli ambiti funzionali inerenti alla regolazione del mercato rappresentano quelli rispetto a cui maggiore è la propensione degli enti camerali a gestire le attività insieme a un'altra Camera (tav. 5): si tratta, in prevalenza, delle funzioni di arbitrato e di conciliazione (nel 58% dei casi), dei compiti inerenti alla vigilanza (44,4% dei casi) e alla predisposizione di contratti tipo (quasi il 39%); in parallelo, il ricorso alle Unioni regionali è più frequente per le attività di supporto all'internazionalizzazione (50% dei casi), di informazione economico-statistica (45,2%) e di diffusione dell'innovazione e del trasferimento tecnologico per le imprese (35,7%).

Tav. 5. Le funzioni svolte in forma associata nel 2010
 (% di Camere per funzione e modalità)



Legenda

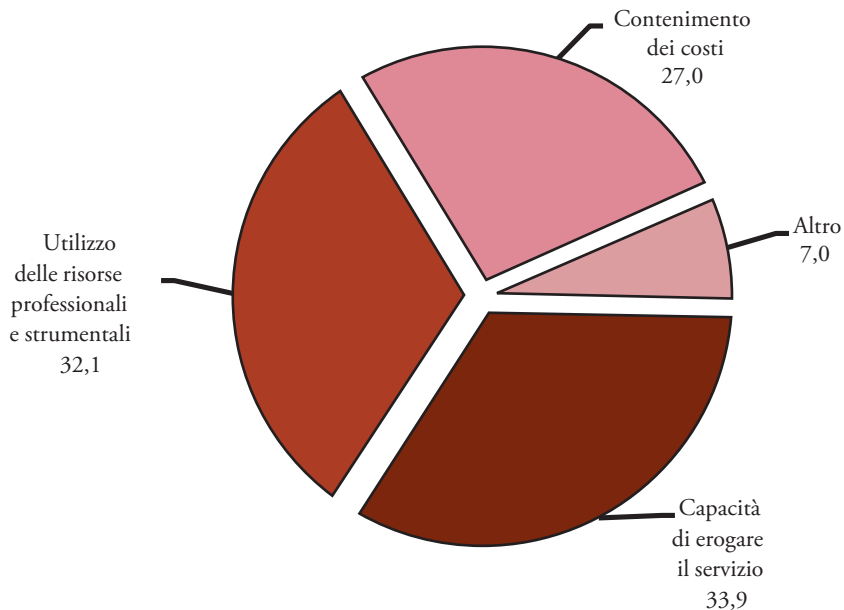
- A Tenuta del Registro delle imprese, del Repertorio economico-amministrativo e degli altri registri e albi attribuiti dalla legge
- B Promozione della semplificazione delle procedure per l'avvio e lo svolgimento di attività economiche
- C Promozione del territorio e delle economie locali al fine di accrescerne la competitività
- D Realizzazione di osservatori dell'economia locale e diffusione di informazione economica
- E Supporto all'internazionalizzazione per la promozione del sistema italiano delle imprese all'estero
- F Promozione dell'innovazione e del trasferimento tecnologico per le imprese
- G Costituzione di commissioni arbitrali e conciliative per la risoluzione delle controversie tra imprese, tra imprese e consumatori e tra utenti
- H Predisposizione di contratti tipo tra imprese, loro associazioni e associazioni di tutela degli interessi dei consumatori e degli utenti
- I Promozione di forme di controllo sulla presenza di clausole inique inserite nei contratti
- L Vigilanza e controllo sui prodotti e per la metrologia legale e rilascio dei certificati d'origine delle merci
- M Raccolta degli usi e delle consuetudini
- N Cooperazione con le istituzioni scolastiche e universitarie in materia di alternanza scuola-lavoro e per l'orientamento al lavoro e alle professioni
- O Altro

Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

Scelte diverse, sulle quali incidono, da un lato, gli specifici input di legge² e, dall'altro, i comportamenti e le scelte compiuti nel tempo dalle Camere di commercio atti a creare efficaci sinergie e partnership; il tema dell'internazionalizzazione, ad esempio, si muove in un solco consolidato di alleanze e collaborazioni di sistema orientate a mettere a fattor comune le energie professionali presenti nei diversi contesti e a esaltare, quindi, la capacità di risposta su un versante così delicato per l'intera economia, non solo a livello locale.

2 È questo – ad esempio – il caso della conciliazione, che rientra tra le funzioni che il d.lgs. 23/2010 individua esplicitamente come interessate dall'opzione associativa.

Tav. 6. I vantaggi derivanti dallo svolgimento di funzioni in forma associata
(% di Camere per motivazione)

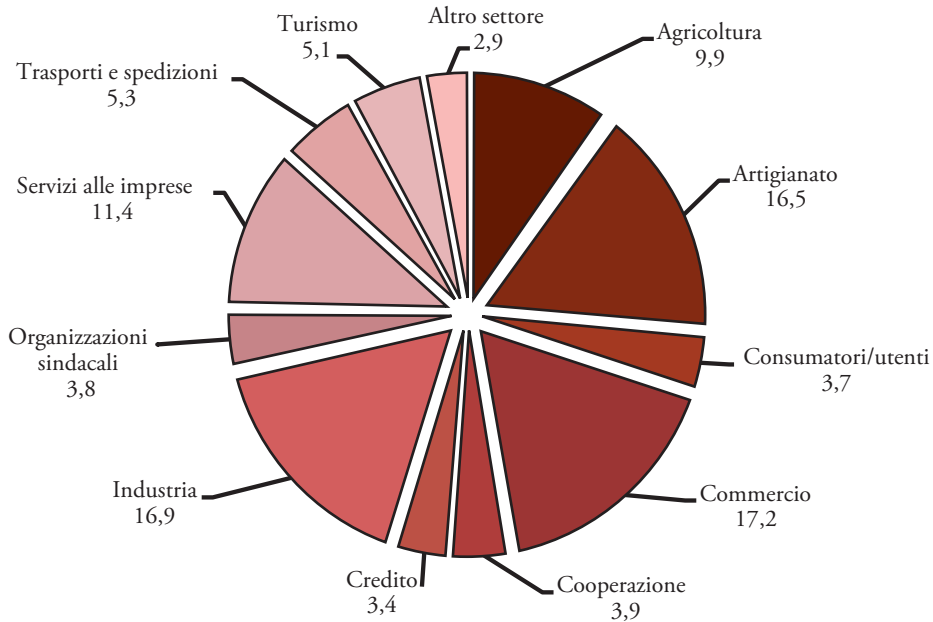


Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

I primi riscontri delle Camere interessate in merito all'impatto derivante dall'aver introdotto la modalità associativa (tav. 6), fanno emergere come – prima ancora che per aspetti oggettivi, come il contenimento dei costi – la formula adottata incida positivamente su dimensioni di carattere più tipicamente organizzativo, tra le quali spiccano l'innalzamento del livello di capacità nel prestare l'attività richiesta rispetto a quello rilevato nello svolgimento individuale della stessa (punto di vista condiviso da quasi il 34% delle Camere coinvolte), da un lato, e un miglior utilizzo delle risorse umane e strumentali, anche qui a paragone di quanto avviene in ciascuna realtà rispetto all'esercizio in forma singola della medesima funzione, dall'altro (il 32,1%).

Elaborare le strategie e gli indirizzi di un sistema così articolato e complesso – in termini di strutture e risorse – come quello delle Camere di commercio richiede un ampio lavoro di consultazione unito a una forte capacità di selezione e sintesi delle linee che meglio possono caratterizzare i programmi e le azioni dei soggetti che operano al suo interno; azioni finalizzate – per *mission* costitutiva – a tutelare e promuovere l'interesse generale delle imprese, favorendo il corretto e trasparente espletarsi delle dinamiche del mercato.

Tav. 7. La presenza dei settori economici nei Consigli camerali al 31 dicembre 2010 (%)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

La capacità politico-strategica delle Camere di assolvere a tali funzioni si fonda sul particolare meccanismo rappresentativo che rende ciascun ente un vero e proprio "luogo di democrazia economica", dove le forze che animano il territorio si incontrano per definire interventi e misure adeguati a rispondere alle esigenze di crescita, coesione e sviluppo economico che il territorio stesso esprime.

Tali dinamiche trovano espressione e risalto nei Consigli camerali, dove alla fine del 2010 siedono 2.786 membri – una numerosità leggermente superiore rispetto a quella registrata nel 2009; circostanza che si motiva nella riduzione, rispetto all'annualità precedente, del numero di Camere commissariate (1 sola realtà, contro le 2 alla fine del 2009) – di cui 1.686 (il 60,5% del totale) espressione delle principali associazioni imprenditoriali (tav. 7).

Di questi, in particolare:

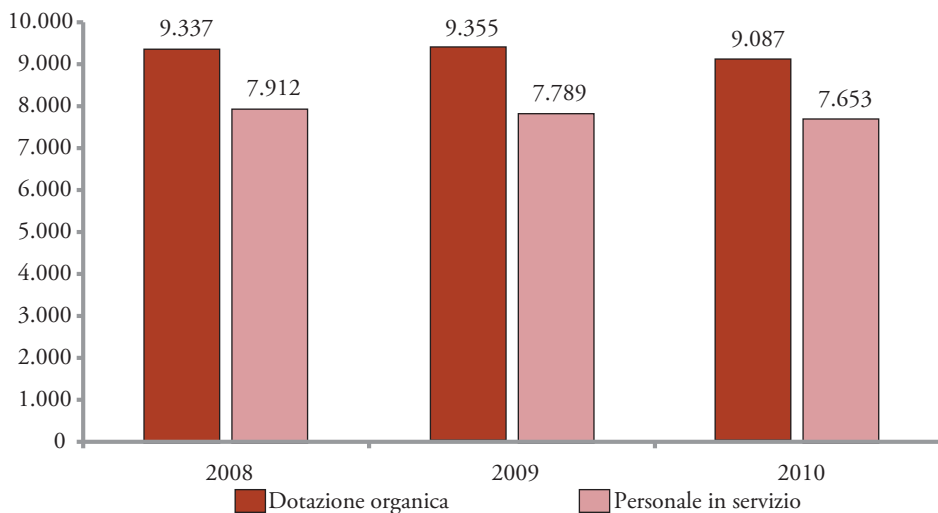
- 480 risultano espressione del settore del commercio;
- 461 del settore dell'artigianato;
- 471 del settore dell'industria;
- 274 del settore dell'agricoltura.

Gli ulteriori 1.100 membri risultano per l'81% – ovvero 893 unità – espressione degli altri settori economici che compongono il tessuto produttivo locale (servizi alle imprese, trasporti e spedizioni, turismo, cooperazione, credito, assicurazioni e altri settori), mentre il rimanente 19% – 207 unità in tutto – rappresenta, all'interno dei Consigli, il mondo dei lavoratori e dei consumatori/utenti.

Lievemente in crescita nel 2010 la rappresentanza femminile: una quota pari al 6,7% (con un incremento di 0,4 punti percentuali rispetto al dato 2009). Aumenta con decisione – a indicare una tendenza che si sta radicando all'interno del Sistema nella direzione delle pari opportunità – anche la quota di donne che occupano i vertici della struttura tecnica delle Camere: al dicembre 2010, infatti, il 15,2% dei segretari generali è costituito da femmine.

In tema di “gestione” delle strutture, è proprio sul fronte della salvaguardia e della valorizzazione delle risorse umane che si sviluppa la sfida – tra le più attuali – che il management delle Camere di commercio è chiamato ad affrontare, e vincere, per mantenere e innalzare gli standard qualitativi e quantitativi della propria “offerta” di servizi; attrarre e mantenere, cioè, il capitale umano migliore, tenerne aggiornate le competenze e continuare ad arricchirle, offrendo opportunità di valorizzazione e sviluppando il senso di appartenenza all'istituzione-Camera, di per sé comunque già molto elevato.

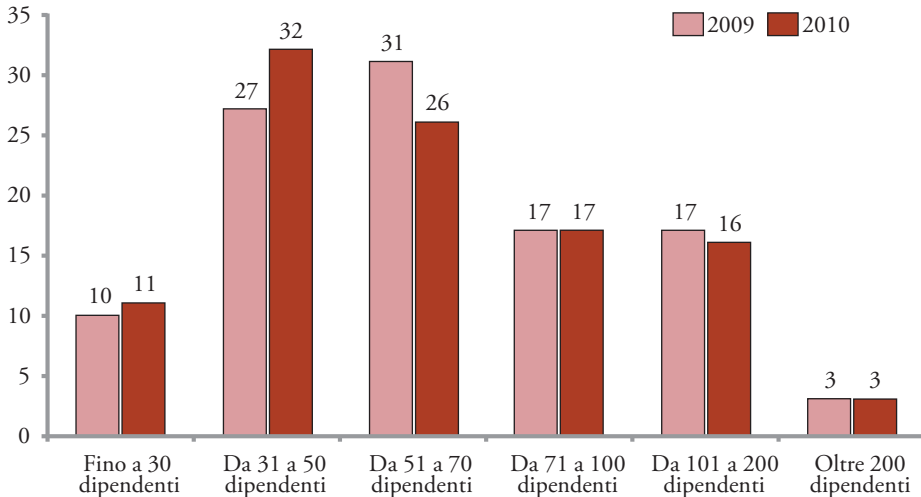
Tav. 8. Trend del personale delle Camere di commercio, 2008-2010



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

L'elemento cruciale con il quale fare i conti, in tal senso, è un contesto normativo e organizzativo “stressato” da molte variabili in movimento: reclutamenti contingen-

Tav. 9. Il personale in servizio nel biennio 2009-2010
(numero di Camere per numerosità di dipendenti)



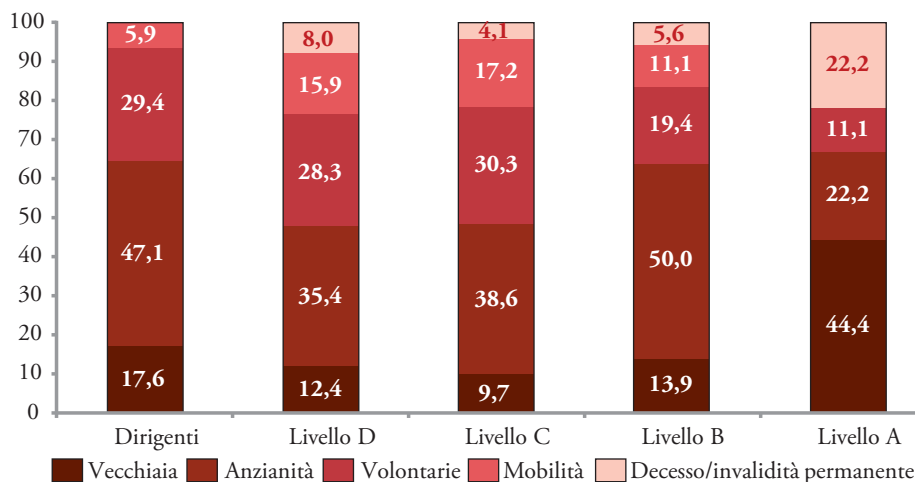
Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

tati, fondi per la contrattazione decentrata congelati nelle consistenze, trattamenti economici individuali non suscettibili di aumentare sono solo i vincoli principali, a cui si deve sommare la portata innovativa del d.lgs. 150/2009 sui temi della performance organizzativa e individuale.

I dati dell'Osservatorio confermano come per le Camere di commercio il blocco parziale del turn-over, che – grazie a una disposizione di legge dedicata – tiene comunque conto degli equilibri finanziari e dimensionali di ciascun ente, continui a tradursi in un progressivo decremento della forza lavoro complessiva (tav. 8), con le unità di personale in servizio che, nel 2010, segnano un saldo negativo di entità analoga a quella degli ultimi anni (-1,7%). Il portato di questo fenomeno si riflette, tra l'altro, nella distribuzione delle 105 Camere tra le classi di appartenenza (tav. 9), con uno scivolamento, per così dire, a scalare delle stesse verso le classi a numerosità più contenuta.

Sul versante dei reclutamenti, l'istituto della mobilità tra enti rappresenta il canale di accesso all'impiego negli enti camerali che registra l'aumento più consistente rispetto agli altri: quasi il 50% del personale di categoria C assunto nel 2010, infatti, ha questa provenienza, a dimostrazione della crescente attenzione delle Camere verso modalità alternative di copertura degli organici che siano al riparo dai limiti di legge.

Tav. 10. Le cessazioni dal servizio nel 2010
(% per causa e inquadramento)



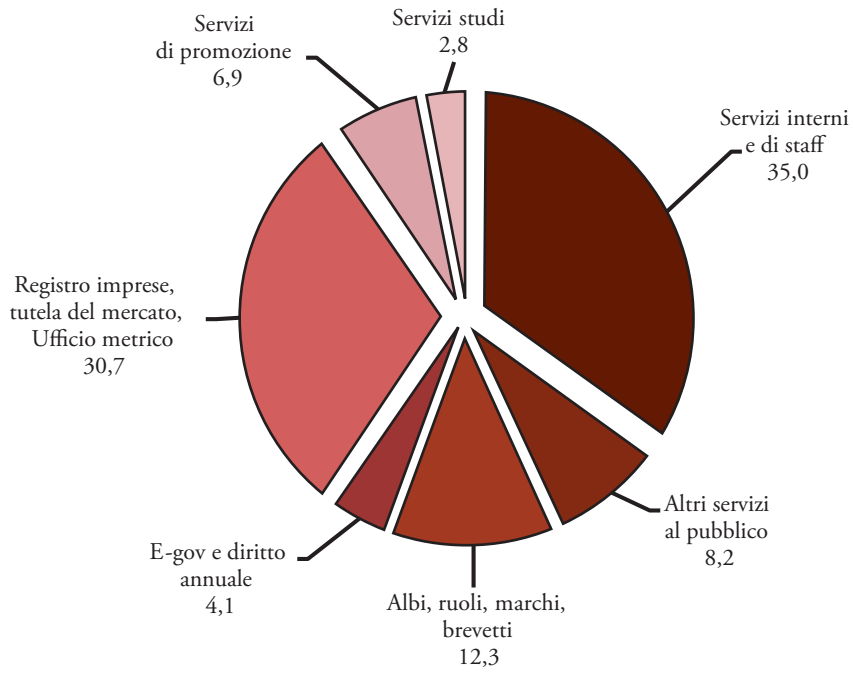
Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

L'analisi del dato sulla diminuzione del personale in servizio, oltre ai reclutamenti, impone l'esame del corrispondente fenomeno che entra nella definizione dell'equilibrio di un organico, ossia le cessazioni. In questa dinamica, sono due le causali dominanti e che evidenziano un trend crescente: l'anzianità (+5,7% rispetto al 2009) e le dimissioni (+3,5%)³. Il fenomeno della mobilità in uscita, speculare a quanto si diceva poco sopra, evidenzia un impatto maggiore nelle categorie impiegatizie più elevate (C e D; tav. 10), a conferma che il know-how di livello specialistico del personale proveniente dalla Camera di commercio è apprezzato anche oltre il Sistema camerale.

Per quanto riguarda la distribuzione per settori di attività all'interno della Camera, il dato 2010 restituisce una fotografia quasi invariata del peso percentuale di assorbimento di personale (tav. 11) rispetto al 2009. A parte alcuni lievi aggiustamenti – che rientrano nelle usuali dinamiche di adattamento alle esigenze ordinarie di organizzazione interna – l'unica segnalazione di rilievo riguarda il dato sulle risorse dedicate ai servizi interni e di staff che, assommando a oltre un terzo del totale, continuano a rappresentare l'area a più elevata concentrazione.

³ Fa eccezione, rispetto a tale dinamica, la categoria di inquadramento più bassa, dove a prevalere tra le cause di cessazione del rapporto di lavoro è la vecchiaia.

Tav. 11. Distribuzione % del personale a tempo indeterminato nelle Camere di commercio per settore di attività nel 2010
(mesi/uomo)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

Le attività, le risorse,
i risultati

Il 2010 è stato un anno cruciale per le Camere di commercio, il cui ruolo, le attività e il posizionamento nel panorama delle istituzioni si sono rafforzati e valorizzati a opera del d.lgs. 23 di riforma dell'originaria legge 580/1993.

Con la riforma – che ha ampliato e consolidato lo *status* delle Camere quali enti promotori e garanti delle regole del mercato – molte delle attività svolte, storicamente, in favore della crescita e dello sviluppo locale sono diventate vere e proprie “competenze di legge” da gestire secondo le logiche della sussidiarietà e, quindi, con accresciuta attenzione verso i bisogni e le istanze rappresentate: dall'internazionalizzazione alla promozione dell'innovazione, dalla giustizia alternativa alla vigilanza sul mercato e alla tutela dei consumatori, dall'alternanza scuola-lavoro alla semplificazione amministrativa.

Sul fronte della **razionalizzazione e semplificazione dei procedimenti** il legislatore ha riconosciuto, di fatto, un primato che le Camere di commercio si sono “guadagnate” nel corso degli anni, ponendosi, nel panorama amministrativo, come enti capofila nella promozione e concreta realizzazione di progetti volti a “facilitare” la vita delle imprese nel loro rapporto con la PA. Si tratta di un insieme di interventi volti a rendere più fluidi e agevoli i procedimenti amministrativi, le attività gestionali, le modalità di accesso e presentazione di istanze e documenti alle Camere; il tutto nell'ottica di ridurre i costi reali sostenuti dagli imprenditori nell'adempiere agli obblighi previsti dalla legge offrendo, attraverso lo sviluppo di strumenti tecnologicamente evoluti e servizi integrati, una leva importante per migliorare la competitività del sistema produttivo nella sua interezza.

Tav. 12. I principali numeri di “E-government”

90	Camere di commercio hanno realizzato/avviato progetti di e-government
90	Camere di commercio gestiscono pratiche on line (escluso il Registro delle imprese)
103	Camere di commercio in cui è disponibile modulistica on line
28	Camere di commercio in cui sono disponibili servizi on line
42	Camere di commercio hanno svolto indagini sul gradimento dei servizi, intervistando quasi 40.000 utenti
203.924	Numero di strumenti di comunicazione utilizzati
90	Camere di commercio hanno realizzato seminari sulle procedure telematiche del Registro delle imprese e degli altri servizi amministrativi
48.790	Numero totale di partecipanti ai seminari sulle procedure telematiche del Registro delle imprese e degli altri servizi amministrativi

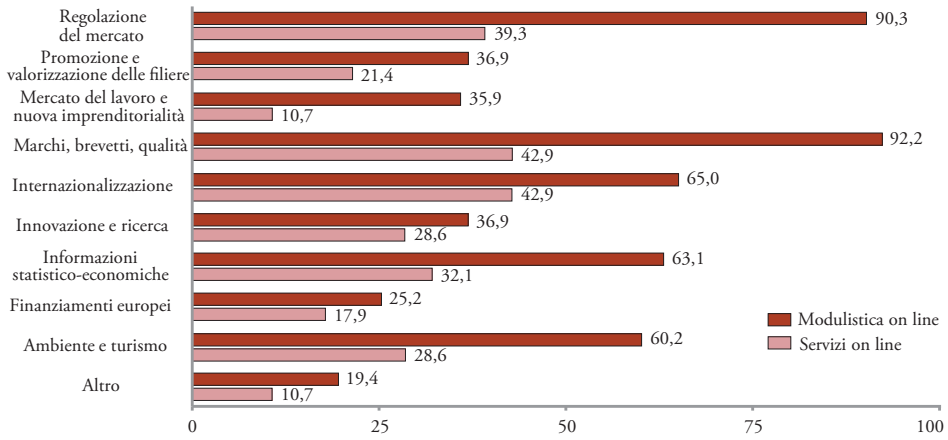
Fonte: *Unioncamere, Osservatorio camerale 2011*

Un’attenzione che i numeri dell’Osservatorio confermano anche per il 2010 (tav. 12), evidenziando ad esempio come ormai quasi la totalità delle Camere (ben 103) metta a disposizione della propria utenza modulistica on line, cui fa seguito un incremento pari al 15% sul 2009 nel numero di realtà presso le quali è possibile gestire pratiche on line (a esclusione del Registro imprese, informatizzato, per così dire, di default), e uno stabilizzarsi di modelli organizzativi in grado di collegare a tale offerta on line anche i tradizionali e correlati servizi (28 realtà). Laddove presente, in particolare, il servizio on line concerne soprattutto le attività di tutela della proprietà industriale e di sostegno all’internazionalizzazione delle imprese (ca. il 43% dei casi), e, nel 39% dei casi, i servizi offerti per la regolazione del mercato (tav. 13).

In linea generale, il 2010 è stato un anno determinante per le attività svolte dalle Camere in tema di e-government, caratterizzandosi non solo per l’entrata a regime della ComUnica¹, ma anche per l’impulso dato dal legislatore al rafforzamento del ruolo dello Sportello unico per le attività produttive (SUAP) nelle strategie di semplificazione delle procedure di avvio d’impresa nonché per l’introduzione dell’obbligo, in capo alle società di capitali, di depositare al Registro delle imprese le tabelle contabili che fanno parte del bilancio in formato elettronico elaborabile (XBRL). Tutti fronti rispetto ai quali l’impegno, e il ruolo, delle Camere risultano per ovvie ragioni determinanti.

La forte campagna di formazione posta in essere a livello di sistema per la diffusione della ComUnica, realizzata anche implementando specifici strumenti informatici (tra cui un corso di e-learning, diffuso sul sito istituzionale del Registro imprese), ad esempio, ha dato concreto supporto alle imprese e agli intermediari che le assistono

¹ La nuova procedura interamente telematica di trasmissione di modulistica che mette in comunicazione diretta le imprese con la Camera di commercio, l’Agenzia delle entrate, l’INPS e l’INAIL.

Tav. 13. Modulistica e servizi on line nel 2010 (% per ambito di attività)

Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

nella presentazione delle domande agli uffici del Registro imprese, che risultano essere oltre 2 milioni nei primi 9 mesi di piena operatività della procedura (dal 1° aprile al 31 dicembre 2010); a partire dal mese di aprile 2010 è stato attivato il portale impresa.ungiorno.gov.it² per offrire assistenza dedicata ai prestatori di servizi del mercato interno, continuamente aggiornato nel corso dell'anno per sviluppare le ulteriori funzioni previste dalla riforma del SUAP.

Per quanto riguarda la nuova modalità di deposito in formato XBRL, alla fine del 2010 il volume di bilanci depositati alle Camere di commercio risultava pari a 1.007.520 unità, di cui 875.226 (ben l'87%) contenente un'istanza XBRL; di questi, il 97,8% risulta correttamente presentato nel nuovo formato, a dimostrazione dell'agevole gestione dello stesso. Tuttavia, al fine di migliorare ulteriormente la qualità dei dati contenuti nelle tabelle contabili, rendere ancora più agevole l'utilizzo di tale modello e completare il percorso avviato nell'ultimo quinquennio, nel 2010 è stata promossa una modifica della tassonomia (consegnata all'Organismo italiano di contabilità per gli ulteriori adempimenti previsti dalla legge) ed è stato elaborato – a cura di un apposito Tavolo di lavoro coordinato dall'Unioncamere – uno schema di tassonomia della Nota integrativa al bilancio, sempre in XBRL.

La collaborazione con le altre pubbliche amministrazioni ha poi reso possibile il costante miglioramento della qualità dei dati contenuti negli archivi camerali. In par-

² Lo strumento attraverso cui le Camere sono chiamate a svolgere le funzioni dei Comuni che non istituiscono il proprio sportello, e che, tra l'altro, rappresenta il Punto di contatto nazionale previsto dalla cd. Direttiva servizi.

ticolare, nel 2010 sono stati acquisiti dall'Agenzia delle entrate i codici aggiornati di attività (codifica ATECO 007) presenti nell'Anagrafe tributaria, in modo da poter confrontare tali informazioni con quelle iscritte nel Registro delle imprese e di recuperare la descrizione delle attività economiche non denunciate alle Camere di commercio, mentre con l'INPS è stato consolidato il flusso di informazioni relativo al numero degli addetti presenti in ciascuna impresa, che attualmente viene pertanto fornito con cadenza semestrale e con un grado di affidabilità e di tempestività maggiore rispetto al passato.

Le attività amministrative gestite dalle Camere di commercio e inerenti agli adempimenti relativi alle operazioni doganali (tra cui il rilascio dei Carnets ATA e le attività relative al rilascio dei certificati di origine) risultano determinanti in tema di semplificazione, rappresentando tra l'altro un concreto supporto al commercio internazionale. Complessivamente, il 2010 ha registrato un aumento nell'emissione dei documenti per l'export superiore al 20%, se comparato al 2009; un dato perfettamente in linea con l'incremento delle attività di esportazione, segnale positivo rispetto alla precedente stagnazione determinata dalla congiuntura negativa dell'ultimo biennio, anche se non si è ancora in linea con i valori del 2008.

Una delle principali evoluzioni attese in questo settore riguarda la spinta alla progressiva diffusione di procedure telematizzate. Sebbene, a oggi, il grado di applicazione di tecnologie informatiche nei vari Stati di destinazione coinvolti si presenti talmente diversificato da non consentire l'ipotesi di una dematerializzazione integrale dei certificati d'origine, presso 35 realtà camerali già esistono esperienze di telematizzazione della domanda del certificato, inoltrabile dalle imprese interessate attraverso un'apposita piattaforma in tecnologia web, che prevede l'impiego della firma digitale e gestisce l'intero iter della domanda, sino all'emissione formale del documento richiesto. Un passo importante che si sta compiendo verso una migliore integrazione di questa tipologia di servizi che, in futuro, le Camere potranno anche svolgere in forma associata.

La conferma data dal legislatore alla centralità del ruolo delle Camere quali veri e propri enti di **regolazione del mercato** rappresenta il punto di caduta del forte investimento compiuto in questi anni dal Sistema per promuovere la trasparenza, la certezza e l'equità delle relazioni economiche tra gli operatori del mercato; impegno consistente, che trova la sua eccellenza nella gestione stragiudiziale e rapida delle controversie tra imprese, e tra imprese e consumatori, attraverso le procedure di **arbitrato** e **conciliazione**.

Gli enti camerali si collocano, oggi, tra i principali interlocutori dell'utenza in un ambito finora improntato esclusivamente a una volontarietà delle scelte individuali per affrontare e risolvere un conflitto destinato a sfociare in un giudizio civile; ed è proprio grazie a questa esperienza, consolidatasi nel tempo, che nel 2010 le Camere hanno saputo affrontare gli impegni connessi alla "preparazione" della propria offerta di servizi con tempestività rispetto all'impatto delle nuove norme sulla mediazione civile

e commerciale (operative dal novembre 2010), che rendono la ricerca preventiva della composizione del contrasto – a opera delle parti coinvolte – una condizione di procedibilità della domanda giudiziale, da esperire in sedi qualificate.

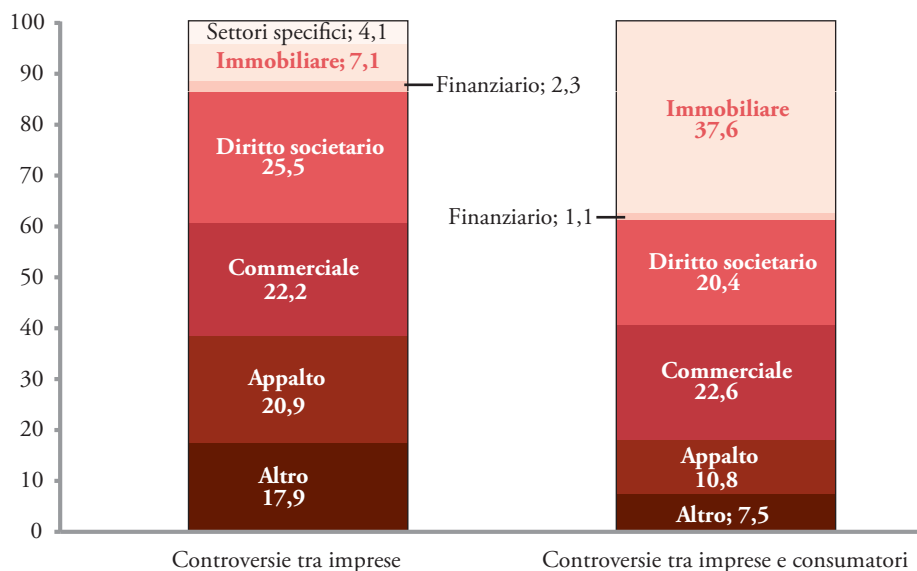
Tav. 14. I principali numeri di “Regolazione del mercato”

485	Arbitrati gestiti
131	Giorni di durata media degli arbitrati conclusi
531,8	mila € di valore medio delle controversie arbitrali concluse
9	Camere di commercio hanno realizzato corsi di formazione sull'arbitrato
354	Arbitri formati
17.251	Conciliazioni gestite
52	Giorni di durata media delle conciliazioni concluse
11,4	mila € di valore medio delle conciliazioni concluse
30	Camere di commercio hanno realizzato corsi di formazione sulla conciliazione
1.068	Conciliatori formati
	<i>di cui 77 in materia di diritto societario</i>
7.175	Iscritti all'Albo conciliatori al 31/12/2010
	<i>di cui 1.682 accreditati al Registro degli organismi di mediazione civile e commerciale del Ministero della Giustizia</i>
99	Iniziative/procedure attivate per il controllo sulla presenza delle clausole inique inserite nei contratti
	<i>di cui 55 su istanza di parte</i>
71	Iniziative/procedure concluse per il controllo sulla presenza delle clausole inique inserite nei contratti
41	Iniziative/procedure attivate in materia di predisposizione e promozione di contratti tipo
	<i>di cui 2 su istanza di parte</i>
18	Iniziative/procedure concluse in materia di predisposizione e promozione di contratti tipo

Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

Uno sforzo innovativo che, come mostrano gli ultimi dati dell'Osservatorio (tav. 14), si è aggiunto al consistente lavoro svolto dal Sistema sui filoni consolidati – e *ante* riforma – della conciliazione, oltre che dell'arbitrato.

Tav. 15. Gli arbitrati nel 2010 (% per settore e tipologia di controversia)



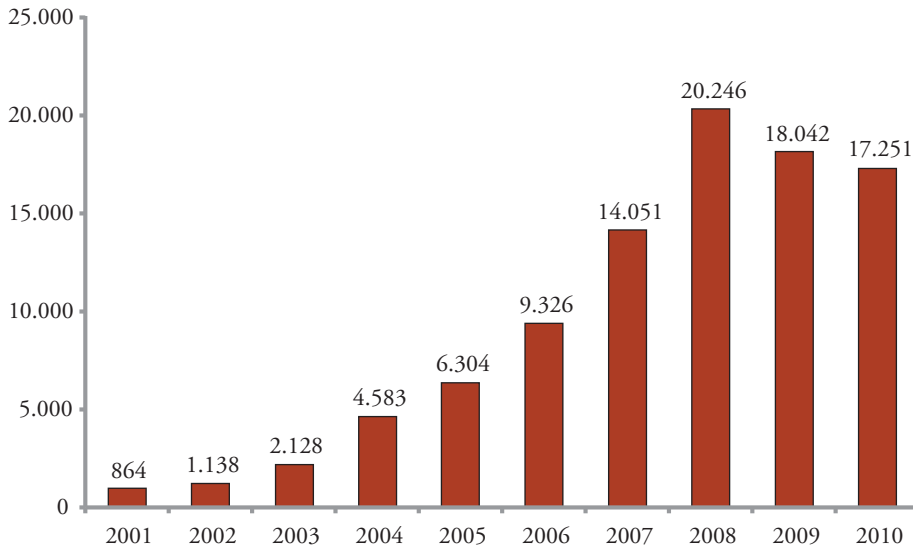
Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

In particolare, nel corso del 2010 le 69 Camere arbitrali hanno gestito complessivamente 485 procedure, di cui 392 tra imprese e 93 tra imprese e consumatori; cifre che consolidano un numero complessivo di 4.231 arbitrati gestiti nel periodo 1999-2010, di cui oltre l'80% relativo a rapporti tra imprese e circa il 20% a rapporti tra imprese e consumatori, con un valore economico medio delle domande pari a 531.800 euro e una durata di definizione, sempre media, pari a 131 giorni (oltre 30 giorni in meno rispetto allo stesso dato 2009).

La sfera del diritto societario, il campo commerciale e il settore degli appalti rappresentano gli ambiti più ricorrenti delle domande di arbitrato tra imprese; rispetto al dato 2009, per le specifiche tipologie di controversia si registra una significativa riduzione (di oltre 5 punti percentuali, sul precedente 31,3%) degli arbitrati relativi a questioni di diritto societario, che invece risultano in crescita nelle procedure tra imprese e consumatori (erano il 17,5% nel 2009) (tav. 15).

Per quanto riguarda le conciliazioni, nel periodo 2001-2010 le Camere di commercio hanno gestito un numero pari a 93.933 procedure (tav. 16), il 75% delle quali relativo a controversie nascenti da rapporti tra imprese e consumatori – soprattutto nel settore delle telecomunicazioni – e per il restante 25% da rapporti tra imprese. Solo nel 2010, le domande di conciliazione gestite dalle Camere sono state 17.251, con un valore medio di 11.400 euro e una durata media di 52 giorni, cosa che conferma i tempi contenuti

Tav. 16. Il numero delle conciliazioni negli anni 2001-2010



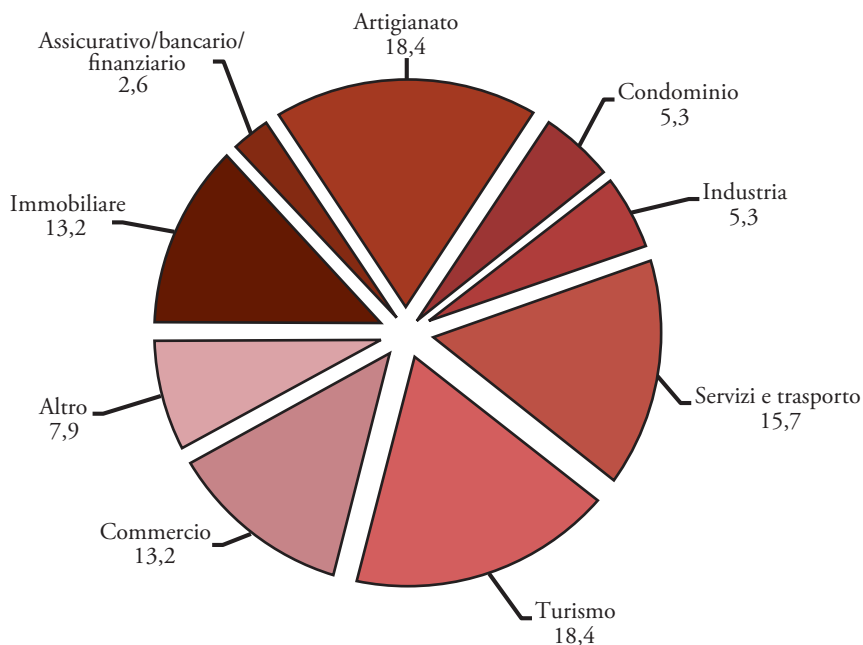
Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

della procedura conciliativa: una durata sensibilmente ridotta rispetto a quella del 2009 (68 giorni).

Sempre in tema di regolazione del mercato, nel 2010 è proseguito l'impegno del Sistema per la **predisposizione e divulgazione di contratti tipo e pareri di controllo sull'uso di clausole inique** tra imprese, loro associazioni e associazioni dei consumatori e degli utenti; un'attività che consente di assicurare regole di trasparenza e di equità nella fase di stesura del documento contrattuale, grazie alla collaborazione delle diverse componenti economiche e sociali che trovano nelle Camere una sede ideale per raggiungere un accordo.

Un gruppo di lavoro costituito *ad hoc* a livello nazionale – composto da enti camerali e coordinato dall'Unioncamere – ha definito nel corso dell'anno un Codice di etica commerciale, un parere sulle clausole inique e 8 contratti tipo (nei settori del Commercio, dei Servizi e del Turismo), che si vanno ad aggiungere agli altri già condivisi in precedenza a livello nazionale e oggi tutti consultabili nel portale web tematico www.contratti-tipo.camcom.it. Nello specifico (tav. 17) sono stati predisposti 41 modelli contrattuali, con particolare attenzione ai settori dell'Artigianato, del Turismo e dei Servizi, con i primi due in netta crescita rispetto al 2009, e una sensibile "riduzione" dell'intervento nel settore Immobiliare, che dal 32,5% del 2009 passa al 13,2% dell'anno successivo, che si spiega con il forte coordinamento delle Unioni regionali e Unioncamere nel mettere a

Tav. 17. La predisposizione dei contratti tipo nel 2010 (% per settore)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

disposizione delle singole Camere e degli operatori modelli contrattuali già predisposti a livello regionale e/o nazionale nel settore specifico.

Per ciò che concerne le attività di **controllo sull'uso di clausole inique**, nel 2010 sono state attivate 99 procedure amministrative sui diversi settori (tra cui quelli della mediazione immobiliare, del commercio, e i settori assicurativo, bancario e finanziario): un dato significativo – soprattutto se si considera che i controlli erano 40 nel 2008 e 46 nel 2009, con un aumento più che doppio in un anno – dovuto quasi certamente alla maggiore conoscenza del servizio camerale, come testimoniano le 55 procedure avviate su iniziative di parte.

In merito alle funzioni di **vigilanza del mercato** – ambito di attività di delicata rilevanza istituzionale, che le Camere svolgono al fine di garantire la pubblica fede in ogni tipo di rapporto economico tra più parti, e la cui importanza risulta confermata anche dalla recente riforma dell'ordinamento camerale – e, più in particolare, in tema di metrologia legale, vale la pena porre in evidenza come, nell'arco di pochi anni, le Camere si siano dotate sul territorio di una rete di circa 300 ispettori, che verificano annualmente oltre 300.000 strumenti di misura (con verifiche prime e controlli metro-

logici successivi, periodici o casuali, a seconda della normativa applicabile in relazione ai diversi strumenti di misura) assicurando un mercato più trasparente a beneficio delle imprese e dei consumatori.

In questo ambito, il protocollo d'intesa siglato nel giugno 2009 tra Unioncamere e Ministero dello Sviluppo economico – cui, a oggi, ha aderito il 73% delle realtà camerali, con un'adesione completa degli enti delle Regioni Abruzzo, Molise, Trentino Alto Adige, Valle d'Aosta, Veneto e un sostanziale equilibrio nella distribuzione geografica delle partecipazioni tra le Camere del Nord (32) e del Centro (29), seguite infine da quelle del Sud (13) – rappresenta un'occasione importante per potenziare ulteriormente l'impegno già assunto, ma anche per creare le condizioni che consentano alle Camere stesse di svolgere le funzioni di competenza in modo più efficace, con una diffusione maggiore sul territorio nell'ambito di un piano nazionale di coordinamento.

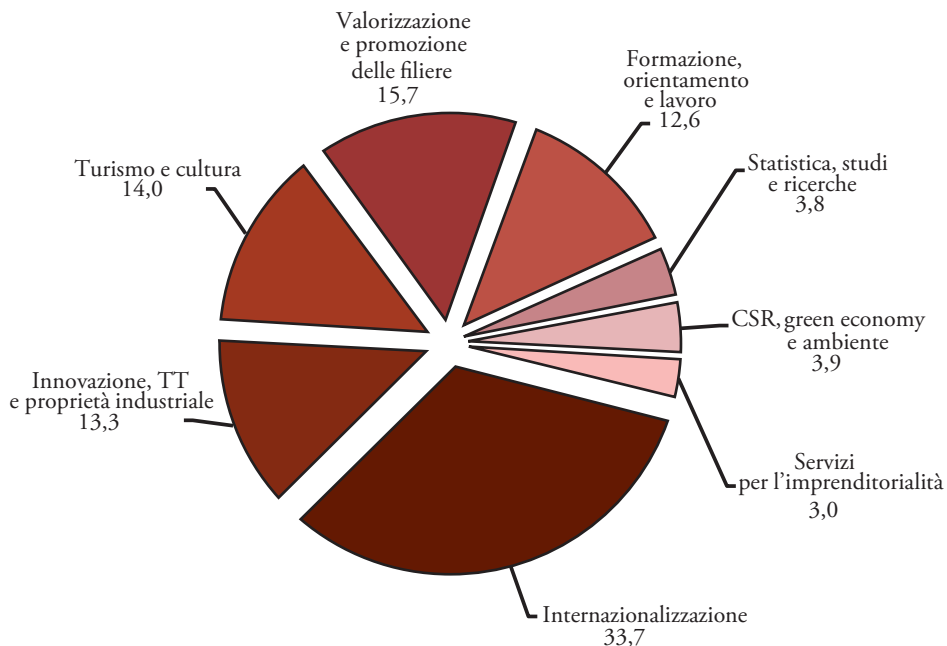
Nel novero delle funzioni svolte per creare condizioni di contesto migliori in favore della crescita competitiva, uno degli elementi che maggiormente impegnano la programmazione degli interventi delle Camere riguarda il corretto equilibrio nella gestione delle risorse finanziarie affidate loro dal sistema delle imprese sotto forma di diritto annuale, nella consapevolezza che il rapporto con il tessuto economico locale si gioca, fundamentalmente, sulla capacità di "restituire" al territorio in modo efficace e produttivo quanto versato dagli attori che in esso operano.

In merito – e malgrado il leggero contenimento³ delle risorse disponibili derivante dal combinarsi di fattori sia strutturali, come è il caso delle imposizioni di contenimento della spesa delle PA presenti nelle ultime manovre di finanza pubblica e che prescindono dalla "qualità" delle spese stesse, sia contingenti, tra cui il perdurare di una crisi economica che, di fatto, incide sui bilanci camerali – il monitoraggio dell'Osservatorio evidenzia una sostanziale tenuta del volume di risorse impiegate dalle Camere per lo svolgimento di funzioni di carattere in senso ampio "promozionale": nel corso del 2010, infatti, il Sistema ha speso nel complesso **circa 248 milioni di euro** per finanziare una vasta gamma di iniziative, facendo registrare con ciò una flessione di appena il 3% rispetto al dato 2009, con uno sforzo teso ad aggregare e concentrare finanziamenti e azioni sulle linee di lavoro che maggiormente rispondono alla domanda di servizi da parte del mondo imprenditoriale.

In particolare (tav. 18), l'analisi delle destinazioni di spesa mostra con evidenza una concentrazione dell'impegno verso leve di intervento che, dati i connotati della crisi e le caratteristiche del sistema produttivo nazionale, più di altre possono contribuire a sostenere le peculiarità e tipicità delle imprese italiane nel percorso verso la piena ripresa: in quest'ottica, i progetti e le attività volti a proiettare i nostri imprenditori sui mercati internazionali, si confermano l'asse portante dell'attività delle Camere, alle quali nel 2010 è stato destinato oltre il 33% delle risorse disponibili (ben 83,5 milioni di

3 Contenimento, peraltro, compensato dalle Camere con l'aumentata capacità delle stesse di reperire risorse "terze" (tav. 20).

Tav. 18. Le risorse spese nel 2010 per la promozione dell'economia locale
(% per ambito di intervento)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

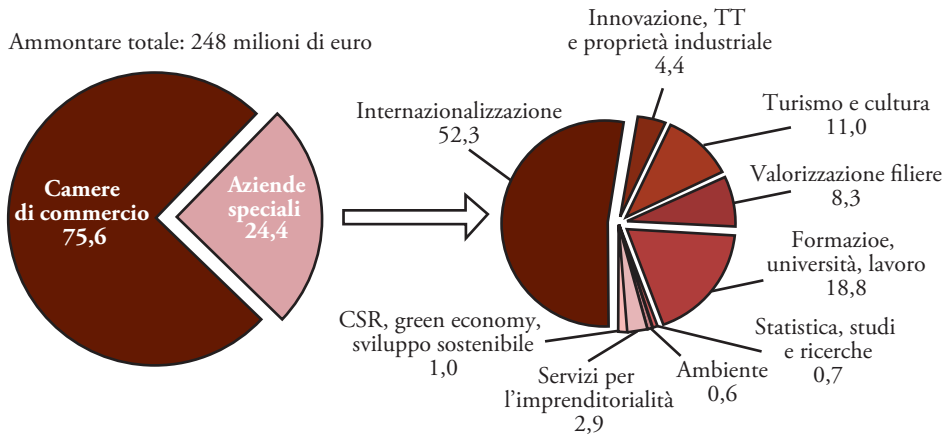
euro, +7% sul 2009), cui fa *pendant* l'azione volta a promuovere il made in Italy su tali mercati, attraverso attività orientate a qualificare e valorizzare le filiere di eccellenza (quasi 40 milioni di euro nel 2010, il 15,7% del totale, con un incremento del 13,6% rispetto alle risorse impiegate nel 2009).

A questa evidente strategia di riposizionamento si abbina l'insieme di iniziative e attività poste in essere dal Sistema per aumentare l'attrattività turistica del territorio, con interventi di valorizzazione del patrimonio paesaggistico e culturale finalizzati, tra l'altro, a dare concreto sostegno alle imprese operanti nel settore turistico e nel suo indotto: quasi 35 milioni di euro nel 2010, il 14% del totale in disponibilità.

Significativo, con 33 milioni di euro di spesa (oltre il 13% del totale), il presidio mantenuto dal Sistema sui temi dell'innovazione, del trasferimento tecnologico e della tutela della proprietà industriale: ambiti di punta su cui da sempre le Camere sono impegnate per sostenere il migliore posizionamento delle imprese nazionali in uno scenario competitivo in continua evoluzione e all'avanguardia.

Sul medesimo filone concettuale, orientato all'innovazione e, più in generale, alla qualità del "fare impresa", si evidenzia uno stabile impegno nel promuovere la soste-

Tav. 19. Le risorse spese nel 2010 per la promozione dell'economia locale: dettaglio delle Aziende speciali (% per ambito di intervento)



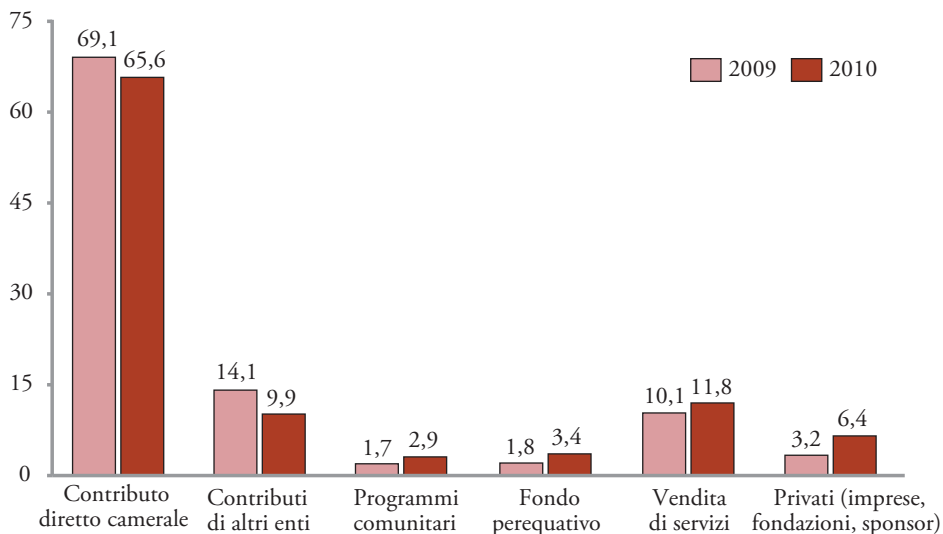
Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

nibilità – ambientale ed etica – del modello imprenditoriale nostrano; responsabilità sociale (CSR), green economy, sviluppo sostenibile, attività informative e formative per la tutela ambientale sono settori cui le Camere hanno destinato quasi 10 milioni di euro nel 2010, ammontare che quasi equivale a quanto veicolato verso quelle attività di monitoraggio e informazione che le Camere, tradizionalmente, svolgono quali osservatori privilegiati dei fenomeni economico-sociali locali.

Le iniziative finalizzate alla qualificazione e valorizzazione del capitale umano, fattore determinante per il concreto rilancio di lungo periodo del sistema economico, hanno assorbito un volume di risorse pari a oltre 31 milioni di euro, di cui oltre il 36% (11 milioni) “restituito” al territorio attraverso la rete delle Aziende speciali. Medesimo ragionamento sul versante relativo all’insieme di attività e di servizi che il Sistema pone in essere per sostenere l’imprenditorialità nazionale: dalla nascita di nuove imprese al loro armonioso sviluppo (quali fattori di coesione e inclusione sociale), finanche alla loro sopravvivenza: oltre 7 milioni di euro anche per il 2010, di cui quasi il 24% (1,7 milioni) impiegati tramite le proprie strutture operative.

In generale (tav. 19) si conferma il ruolo delle Aziende speciali, di cui si è detto all’inizio, quali strutture operative delle Camere sul territorio, segmenti specializzati che – in un’ottica di sussidiarietà – sono in grado di interloquire direttamente con il sistema delle imprese. Nel 2010, infatti, circa 1/4 delle risorse destinate alla promozione locale è stato tradotto in specifici interventi attraverso la rete delle Aziende; un importo di 60,4 milioni di euro (quasi 10 in più rispetto al dato 2009), che ha consentito di generare sul territorio azioni mirate di sviluppo di cui più della metà destinate a specifiche

Tav. 20. La dinamica delle fonti di copertura degli interventi di promozione dell'economia locale nel biennio 2009-2010 (% per tipologia di fonte)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

iniziative sui temi dell'internazionalizzazione (il 52%, oltre 31 milioni di euro), seguite dalle iniziative nell'ambito del mercato del lavoro.

Per quanto riguarda la copertura economica degli interventi promozionali (tav. 20), il trend 2009-2010, pur confermando la netta prevalenza delle risorse proprie delle Camere (in larga misura i diritti versati alle stesse dal sistema imprenditoriale, quale fonte di finanziamento pressoché esclusiva), pone in luce una dinamica che, sebbene attesa, sarà interessante verificare in futuro: al ridursi delle quote di risorse provenienti direttamente dai bilanci del comparto pubblico (delle Camere, con una flessione del 3,5%, e di altri enti, per una riduzione di oltre il 4%), aumenta la capacità del Sistema di reperire risorse dalla sfera privatistica sia attraverso accordi, collaborazioni e sponsorizzazioni (+3,2%), sia rivolgendosi direttamente al mercato con attività di carattere commerciale che, pur non caratterizzando la *mission* delle Camere, possono assicurare forme di copertura di alcuni costi delle attività istituzionali in favore del territorio (+1,7%).

Entrando nel merito delle diverse componenti dell'azione di servizio, i dati 2010 mettono in luce come quasi ogni Camera (il 96% del totale) abbia svolto attività di **sostegno all'internazionalizzazione** (tav. 21).

Tav. 21. I principali numeri di “Internazionalizzazione”

101	Camere di commercio hanno svolto, nel corso del 2010, attività per l'internazionalizzazione delle imprese italiane
84	Sportelli al pubblico dedicati all'internazionalizzazione
113	Antenne e desk all'estero gestiti direttamente dal Sistema camerale
68	Camere di commercio hanno realizzato iniziative con sistemi camerali internazionali
441	Iniziative di collaborazione con Camere di commercio di altri paesi
749	Attività formative per le imprese del territorio e gli operatori esteri
20.640	Partecipanti ad attività formative inerenti all'internazionalizzazione
83,5	Milioni di € liquidati

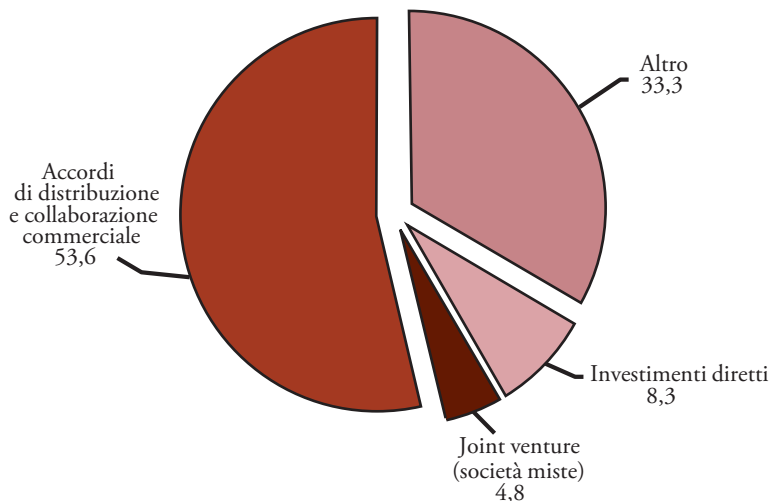
Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

Un impegno che si è articolato in una vasta gamma di attività – di carattere prozionale, formativo e informativo⁴ – che nel 2010 contribuisce a mettere in evidenza la sempre maggiore integrazione del Sistema camerale italiano con la sua componente estera. Un'integrazione, sancita peraltro dal decreto di riforma, che si manifesta nel sempre più stretto partenariato delle Camere di commercio italiane con le “sorelle” italiane all'estero, e che si conferma nel sensibile incremento del numero di “antenne desk” collocate presso le sedi delle Camere italiane all'estero (113 nel 2010, +7 rispetto al 2009), ma anche nell'impulso – grazie al coordinamento di queste ultime – alle iniziative di collaborazione con le Camere di altri paesi (441 nel 2010, contro le 264 del 2009), aventi l'obiettivo prevalente di sviluppare e consolidare specifici accordi di distribuzione e collaborazione commerciale (tav. 22).

Anche per il 2010, la filiera agroalimentare rimane prioritaria nelle logiche di intervento delle Camere in favore dell'internazionalizzazione (tav. 23); circa 1/3 del complesso delle iniziative poste in essere, infatti, mira a promuovere e/o consolidare la presenza sui mercati internazionali delle imprese del comparto, mentre oltre il 45% delle restanti progettualità ha interessato i comparti della meccanica (17,2%), dell'abitare (15,8%) e del tessile e dell'abbigliamento (12,6%); la quota “residuale” del 25% si è indirizzata in prevalenza verso i settori energetico-ambientale (8,1%), della nautica (6,7%) e dell'oreficeria (4,2%).

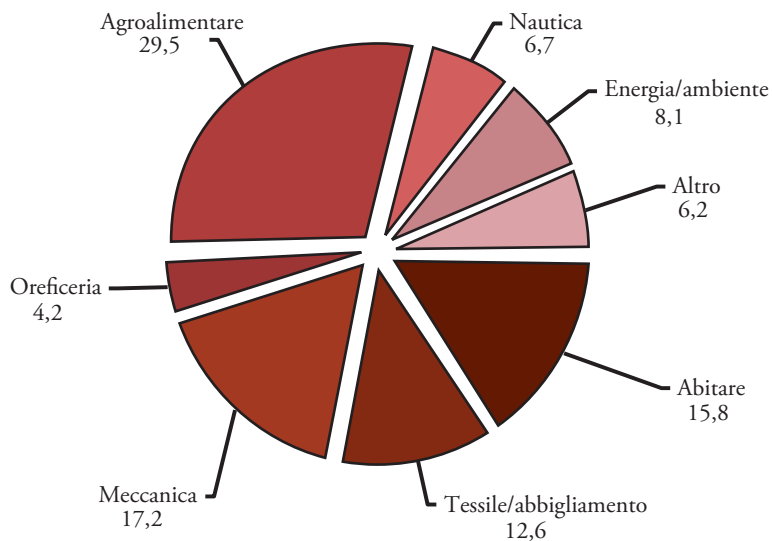
4 Tra cui la partecipazione/organizzazione a/di oltre 500 fiere ed eventi all'estero, l'organizzazione di più di 600 missioni commerciali con operatori all'estero e attività di ricevimento di delegazioni estere in Italia, le iniziative specifiche di sostegno agli investimenti diretti all'estero (oltre 600 anche in questo caso, con un incremento significativo rispetto alle quasi 250 del 2009) e allo sviluppo di accordi di acquisto di licenze, marchi e brevetti ecc.

Tav. 22. Le iniziative di collaborazione con le Camere di commercio di altri paesi nel 2010 (% per obiettivo)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

Tav. 23. Le iniziative di internazionalizzazione nel 2010 (% per filiera obiettivo)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

Tav. 24. I principali numeri di “Valorizzazione e promozione delle filiere”

97	Camere di commercio hanno svolto, nel corso del 2010, attività per la promozione delle filiere
712	Attività promozionali svolte dalle Camere di commercio per la valorizzazione delle filiere
13.438	Partecipanti alle attività promozionali realizzate dalle Camere di commercio per la valorizzazione delle filiere
38,8	Milioni di € liquidati

Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

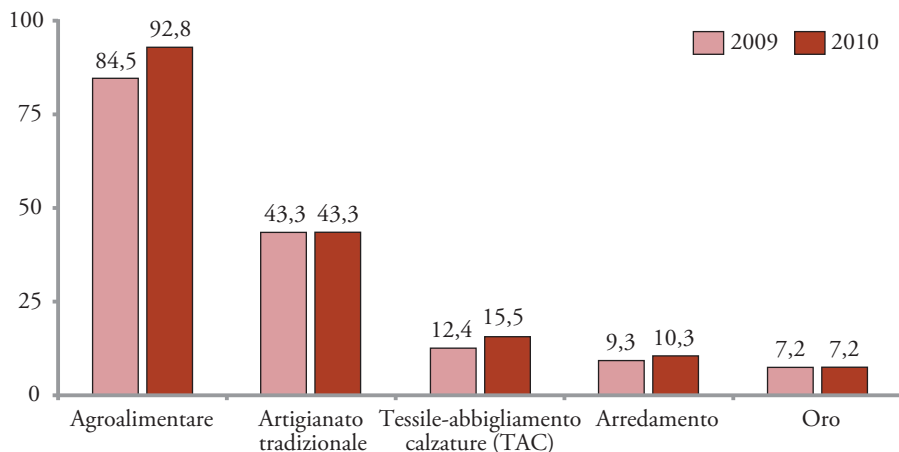
Questi dati mettono in luce una precisa strategia di intervento che fa leva su un insieme di attività volte a qualificare e valorizzare le produzioni del made in Italy, e ad accompagnare il sistema imprenditoriale italiano che se ne fa portavoce nel necessario percorso di riposizionamento competitivo sui mercati esteri.

Più in generale, i dati dell'Osservatorio confermano il diffuso impegno del Sistema sul fronte della **valorizzazione e promozione delle eccellenze locali**; anche sul versante per così dire interno, infatti, quasi ogni Camera si è fatta parte attiva nel porre in essere un complesso di oltre 700 iniziative inerenti all'organizzazione di eventi fieristico-espositivi sul territorio – a livello nazionale e provinciale – che hanno visto aderire quasi 13.500 imprese: una partecipazione superiore di circa 20 punti percentuali rispetto all'equivalente dato 2009 (tav. 24).

Scommettere sulla qualità finale – e certificata – dell'offerta di filiera quale asset determinante attraverso cui aiutare le imprese a vincere le sfide competitive del mercato, ha inoltre portato le Camere ad avviare un insieme di iniziative volte a progettare e implementare schemi di tracciabilità delle filiere produttive; ciò a partire, in primo luogo, dalla filiera agroalimentare, verso la quale l'Osservatorio registra un sensibile incremento dell'impegno di sistema (+8% di Camere attive rispetto al 2009; tav. 25).

Grande attenzione, in particolare, si è concentrata nel promuovere la certificazione dei prodotti del settore vitivinicolo, investito nel 2010 dalle radicali novità normative conseguenti all'emanazione della nuova Organizzazione comune di mercato (OCM) da parte dell'Unione Europea. Attualmente sono 30 gli enti camerali autorizzati a effettuare i controlli previsti dalla nuova OCM vino per complessive 100 denominazioni, circa il 29% del totale delle denominazioni riconosciute; mentre sono 12 le Camere di commercio che nel 2010 hanno promosso la registrazione di marchi collettivi geografici – altro importante strumento di tutela delle produzioni locali, che si è particolarmente affermato, oltre che nel comparto agroalimentare, anche nel tessile, nelle lavorazioni in ferro, intarsi, lavorazioni in pietra e in legno, oreficeria, ceramiche e vetri, valorizzando complessivamente 108 prodotti tipici e tradizionali, con interventi nelle fasi di redazione dei disciplinari e dei regolamenti per l'uso dei marchi, oltre che con riferimento al sistema dei controlli.

Tav. 25. Le iniziative per la valorizzazione e promozione delle filiere nel biennio 2009-2010 (% di Camere per filiera d'intervento)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

Sempre in tema di filiere, forte è l'impegno del Sistema per la qualificazione e il potenziamento degli attrattori ambientali e culturali del territorio, con interventi orientati, in ultima analisi, a **sostenere la vitalità e la competitività dell'offerta turistica** (tav. 26) e a migliorare le condizioni di contesto per un comparto che – con oltre 383.000 imprese nel 2010 (13.000 in più del 2009), 54,4 miliardi di euro di valore aggiunto e 752.000 dipendenti (pari al 6,5% di tutti gli occupati dell'industria e dei servizi) – rappresenta un asset strategico per realizzare il potenziale di crescita del Paese.

Nel 2010, pertanto, ben il 90% delle Camere ha realizzato iniziative in questo particolare ambito di attività, sia con investimenti diretti a garantire l'accessibilità del territorio e a promuoverne il migliore assetto (oltre 15 milioni di euro investiti a tal fine), sia attraverso una pluralità di azioni destinate agli attori strategici nel settore: dalla formazione e l'aggiornamento professionale per gli operatori dei vari sottocomparti alla promozione del partenariato tra le istituzioni, pubbliche e private, cui compete definire e attuare le politiche di settore.

Un complesso di interventi cui si aggiunge la specifica attività di monitoraggio svolta dalle Camere attraverso la rete degli Osservatori provinciali sul turismo che – adottando una metodologia uniforme per l'analisi delle dinamiche e dei fenomeni che interessano i vari sottocomparti, a livello territoriale – forniscono con regolarità informazioni sull'andamento del settore, consentendo il benchmarking tra le varie realtà locali e garantendo con ciò informazioni utili alla definizione di adeguate policy di sviluppo e alla programmazione di iniziative promozionali coerenti sul territorio.

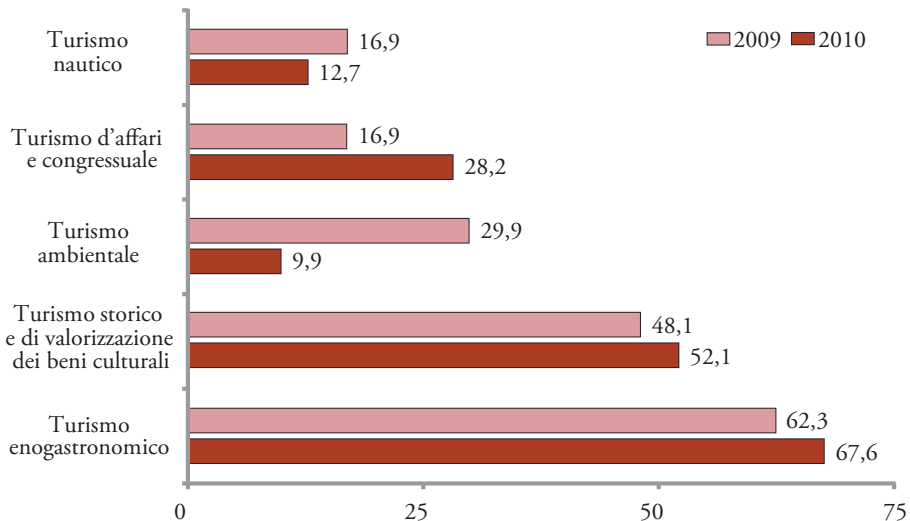
Tav. 26. I principali numeri di "Turismo e cultura"

95	Camere di commercio svolgono attività per la promozione turistica
70	Investimenti diretti delle Camere di commercio per la promozione del settore turistico
	<i>di cui</i>
	46 per lo sviluppo infrastrutturale (12,6 mln di €)
	24 per l'assetto del territorio (2,5 mln di €)
74	Camere di commercio hanno sponsorizzato/sostenuto iniziative culturali
449	Iniziative realizzate in ambito culturale
34,7	Milioni di € liquidati

Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

Interventi e iniziative orientati a sostenere i vari "turismi" e brand territoriali in cui si articola l'offerta italiana, con un'attenzione che, pur rimanendo focalizzata sui comparti dell'enogastronomia e del turismo storico e culturale, guarda con sempre maggiore

Tav. 27. Le iniziative per la valorizzazione turistica del territorio nel biennio 2009-2010 (% di Camere per tipologia di investimento)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

interesse al turismo congressuale quale strumento cardine per la destagionalizzazione dell'offerta, nonché possibile, e ulteriore, perno per le relazioni strategiche e industriali del Sistema Italia (+11% di Camere attive in questo ambito rispetto al 2009; tav. 27).

A fianco di questi interventi, che si potrebbero definire "settoriali" poiché destinati a specifici comparti o dimensioni di operatività del tessuto produttivo, si collocano le attività che le Camere svolgono in ambiti di profilo trasversale e strategico per promuovere e alimentare un circuito virtuoso – e stabile – di crescita di lungo periodo.

Al riguardo si conferma per il 2010 il ruolo delle Camere in tema di **promozione dell'innovazione** e di **tutela della proprietà industriale**, esercitato anche attraverso le attività degli Uffici brevetti e marchi che svolgono sia funzioni di sportello per il deposito delle domande di brevetto e la registrazione dei marchi, sia di prima informazione e orientamento sugli strumenti e le modalità per il trasferimento tecnologico e tutela della proprietà industriale: si tratta di una rete di 103 uffici sul territorio nazionale (tav. 28) che nel 2010 hanno offerto servizi a oltre 98.500 utenti, di cui principalmente imprese (soprattutto di piccole dimensioni, ca. il 57% del totale utenti), singoli imprenditori e cittadini (rispettivamente ca. il 19% e il 10%), mandatari di proprietà industriale o professionisti (quasi il 12%) e università (2%).

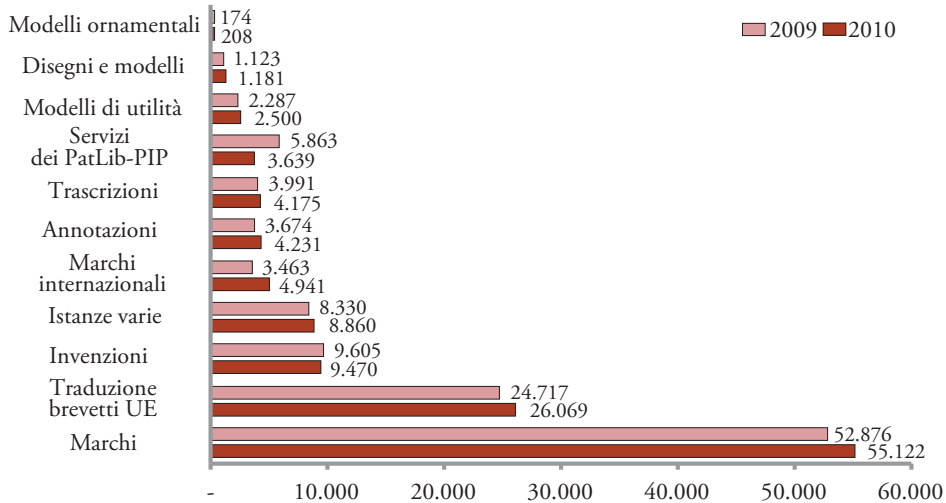
Tav. 28. I principali numeri di "Innovazione, trasferimento tecnologico e proprietà industriale"

76	Camere di commercio svolgono azioni di supporto all'innovazione, al trasferimento tecnologico e alla proprietà industriale
103	Uffici brevetti e marchi sul territorio
98.585	Utenti degli Uffici brevetti e marchi
19	Centri di documentazione brevettuale (PatLib) sul territorio
	<i>di cui 14 nelle Camere di commercio</i>
4.268	Utenti dei Centri di documentazione brevettuale (PatLib) camerali
34	Punti di informazione brevettuale (PIP) sul territorio
	<i>di cui 26 nelle Camere di commercio</i>
3.998	Utenti dei Punti di informazione brevettuale (PIP) camerali
33,0	Milioni di € liquidati per l'innovazione, il trasferimento tecnologico e la proprietà industriale

Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

Sensibile è la crescita del numero di domande di deposito dei brevetti per modelli di utilità, invenzioni, disegni e modelli (+3,7% sul 2009), e soprattutto di registrazione di nuovi marchi di impresa (il 4,2% di domande in più sul 2010, oltre 2.200 in valore assoluto) (tav. 29); un aumento che si spiega anche con la maggiore agilità delle ope-

Tav. 29. Le domande di deposito agli Uffici brevetti e marchi nel biennio 2009-2010 (numero depositi per tipologia)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

razioni di deposito che – a partire dal 2006 – possono avvenire telematicamente grazie alle procedure informatiche attivate dal Sistema camerale attraverso il servizio web Telemaco e i meccanismi di firma digitale.

A riguardo, nel 2010 il numero di pratiche depositate telematicamente ha superato di alcune migliaia di unità il deposito cartaceo (36.032 pratiche web contro 33.753 su carta), mentre per i cd. seguiti, ovvero i documenti integrativi alle domande di deposito e relative ulteriori pratiche amministrative, il rapporto risulta ancora più alto: 15.826 pratiche telematiche, il doppio rispetto a quelle su carta (7.086).

Significativa l'assistenza alle imprese svolta dai 40 centri di informazione brevettuale PatLib e PIP⁵ attivi presso le Camere di commercio che nel 2010 hanno erogato servizi e informazioni in favore di oltre 8.000 utenti; a queste attività specifiche si aggiungono le iniziative "promozionali" realizzate in funzione delle esigenze del territorio, tra cui

5 Nel dettaglio, i PatLib (Patent Library) sono biblioteche brevettuali, collegate in rete con gli altri uffici europei per una consultazione puntuale dei database, che forniscono servizi specializzati come il monitoraggio a livello internazionale sui singoli settori tecnologici, mentre i centri PIP (Patent Information Point) sono punti di accesso informativo con l'obiettivo di diffondere l'informazione per la tutela della proprietà industriale. Tali centri di informazione, accreditati dall'Ufficio europeo dei brevetti (EPO), sono nati dall'esigenza europea e dei singoli Uffici brevetti nazionali di poter disporre di organismi specialistici in grado di fornire informazioni sul sistema di proprietà industriale, e su temi strettamente connessi, e di operare in un contesto locale.

iniziative di comunicazione e progetti di varia natura (dagli audit tecnologici alla creazione di poli innovativi, dalla costituzione dei Business Angel Network, alla promozione di studi di fattibilità per l'innovazione di processi produttivi).

I temi dell'innovazione, del miglioramento competitivo e della **salvaguardia dell'ambiente** quale risorsa determinante per lo sviluppo del Paese sono seguiti in stretta correlazione tra loro da parte delle Camere, enti di riferimento operativo, indirizzo e informazione per le imprese anche riguardo agli adempimenti previsti dal legislatore in materia di tutela e controllo del patrimonio ambientale, oltre che per la raccolta di dati dalle imprese, il loro trasferimento alla pubblica amministrazione (tav. 30), centrale e locale, e la promozione di una più profonda attenzione al tema con apposite iniziative divulgative.

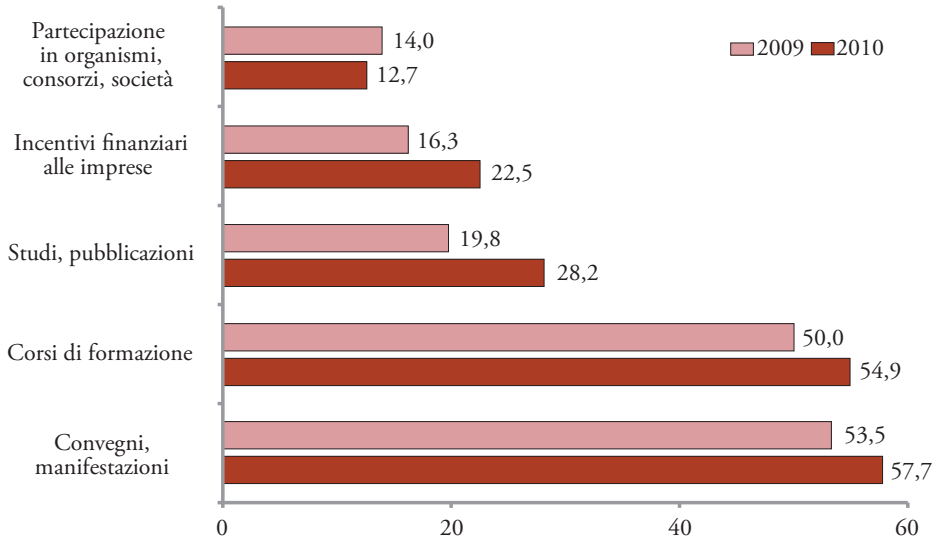
Tav. 30. I principali numeri di "Ambiente"

92	Camere di commercio hanno effettuato attività in campo ambientale
82	Sportelli Ambiente attivati dalle Camere di commercio
314.992	Dichiarazioni MUD presentate per via informatica
100.838	Dichiarazioni MUD presentate per via cartacea
2.648	Dichiarazioni PRTR trasmesse via web
520	Nuove imprese iscritte nel Registro AEETEL
633	Variazioni di dati comunicati al Registro AEETEL
3.842	Comunicazioni annuali trasmesse al Registro AEETEL
359	Nuove imprese iscritte nel Registro pile
299	Variazioni di dati comunicati al Registro pile
1.846	Comunicazioni annuali trasmesse al Registro pile
283.749	Dispositivi SISTRI consegnati dalle Camere relativi a 247.157 pratiche
98.507	Dispositivi SISTRI consegnati dalle sezioni relativi a 17.694 pratiche
5,0	Milioni di € liquidati

Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

Su questo ambito di attività, i dati 2010 dell'Osservatorio mostrano una sensibile crescita nel numero di realtà camerali attive in materia (l'88%, +6 punti percentuali rispetto al 2009) che anche attraverso la propria rete di sportelli sul territorio (82)

Tav. 31. Le iniziative intraprese per sostenere l'ambiente nel biennio 2009-2010 (% di Camere per tipologia di intervento)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

svolgono attività di supporto, informazione e sensibilizzazione, realizzando incontri sul territorio (+4,2% di iniziative sul 2009), specifici momenti formativi (+4,9%) e studi e pubblicazioni sui temi ambientali (+8,4%) (tav. 31).

Il recente impulso alla realizzazione di attività formative e informative si giustifica alla luce della forte evoluzione che ha conosciuto il settore negli ultimi anni, in concomitanza con l'accresciuta sensibilità maturata ai diversi livelli verso i temi dell'ambiente e della tutela del suo patrimonio, e alla conseguente necessità di procedere anche alla riqualificazione e all'aggiornamento del personale interno per sostenere gli operatori del settore e le imprese sulla corretta applicazione delle norme; il 2010, in particolare, ha visto l'entrata in vigore del SISTRI, il nuovo sistema di tracciabilità dei rifiuti che affida alle Camere il compito della distribuzione ai soggetti previsti dalla normativa dei dispositivi necessari al suo funzionamento. Attraverso un sistema di controllo dei dati delle iscrizioni al SISTRI con quelli del Registro delle imprese, le Camere hanno consegnato, nei mesi da luglio a dicembre 2010, circa 360.000 dispositivi ed espletato circa 270.000 pratiche su tutto il territorio nazionale.

In tema di **formazione, orientamento e lavoro**, nel 2010 l'impegno del Sistema – anche alla luce dei processi di riforma in atto e dei nuovi spazi e opportunità che si sono venuti prefigurando negli ultimi anni – si è rivolto soprattutto al potenziamento delle iniziative di rete tese a rafforzare i rapporti tra scuola, università e territorio.

Tav. 32. I principali numeri di “Formazione, orientamento, alternanza, università e lavoro”

100	Camere di commercio hanno svolto attività di formazione
4.310	Corsi e/o seminari realizzati direttamente per un totale di oltre 97.000 ore di formazione (di cui quasi 9.500 di stage) in favore di ca. 85.000 partecipanti
83	Camere di commercio hanno utilizzato uno o più strumenti per l'analisi dei fabbisogni professionali e formativi
67	Camere di commercio hanno svolto servizi/attività di informazione e orientamento formativo e lavorativo e per l'alternanza scuola lavoro (ex art. 4, legge 53/2003), in favore – queste ultime – di quasi 20.000 studenti
62	Camere di commercio hanno realizzato servizi/attività di tirocini, accompagnamento e incontro domanda/offerta di lavoro
24	Camere di commercio hanno svolto servizi/attività per la formazione continua di lavoratori occupati, in favore di oltre 15.000 partecipanti
88	Camere di commercio hanno collaborato con università
34,1	Milioni di € liquidati

Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

I dati dell'Osservatorio (tav. 32) mostrano come la quasi totalità delle Camere di commercio – oltre il 95% del totale, ben 100 realtà contro le 87 del 2009 – assicuri lo svolgimento di attività formative, destinate in prevalenza a lavoratori autonomi, imprenditori o aspiranti tali e nuovi imprenditori (nel complesso oltre il 40% degli utenti), avvalendosi del network di strutture distribuite capillarmente su tutto il territorio nazionale; si tratta di un impegno in sensibile e in continua crescita, con oltre 4.300 azioni di formazione, tra corsi e seminari realizzati direttamente dalle Camere, per un totale che supera le 97.000 ore (di cui poco meno del 10% in tirocinio o stage aziendale), frequentate da quasi 85.000 allievi, e per un costo complessivo dichiarato che supera i 34 milioni di euro.

Per tutti gli indicatori si registrano considerevoli incrementi rispetto al 2009, circostanza che dimostra il crescente impegno del Sistema nei vari settori dell'azione formativa sul territorio, con un'enfasi da porre sulle attività svolte dalle Aziende speciali, organismi che di fatto moltiplicano l'intervento delle Camere alimentando i propri servizi anche con risorse provenienti dal mercato.

Tra questi, la **formazione continua** di chi già è occupato, cui si sono dedicate lo scorso anno 24 Camere, realizzando iniziative a beneficio di un totale di oltre 15.000 utenti; i servizi e le attività nel campo dell'**informazione** e dell'**orientamento formativo e lavorativo**, che nel 2010 hanno visto 67 Camere di commercio (+7 realtà sul 2009) integrare e arricchire la propria offerta, destinata a utenti finali (persone in cerca di lavoro, studenti, giovani e loro famiglie) e operatori di settore, raggiungendo in complesso più di 55.000 utenti; mentre 62 Camere (contro le 53 del 2009), inoltre, hanno garantito tra le componenti del proprio portafoglio formativo attività specifiche

Tav. 33. La mappa delle collaborazioni tra Camere di commercio e università nel 2010



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

nel campo dei tirocini e di altre azioni di accompagnamento per favorire l'**incontro tra la domanda e l'offerta di lavoro**, destinate a un totale di oltre 20.000 utenti.

Da evidenziare poi come la stragrande maggioranza delle Camere (88) intrattenga da tempo rapporti di **collaborazione con il sistema universitario** (tav. 33) – che si sostanziano nella concessione di contributi per specifiche iniziative, ovvero nell'adesione a consorzi, fondazioni o società di sostegno all'università – per un totale di 170 iniziative di natura per lo più sistematica, nell'80% dei casi formalizzate in appositi accordi o convenzioni.

La prosecuzione – per l'ottavo anno consecutivo – di attività di progettazione e sperimentazione di percorsi di **alternanza scuola-lavoro** (realizzati in collaborazione con le scuole e gli Uffici scolastici regionali) conferma, per il 2010, l'importante ruolo del Sistema quale primo (e per ora unico) network realmente nazionale di questa tipologia di servizi; un totale di 67 Province coinvolte in progetti di alternanza scuola-lavoro con il concorso delle strutture camerali⁶, per un numero complessivo di 1.082 percorsi

6 Ogni iniziativa ha visto la costituzione, o il rafforzamento, a livello territoriale di network relazionali e organizzativi, spesso sulla base di apposite convenzioni e accordi operativi (più di 200 sottoscritti solo nell'ultimo anno). Le reti territoriali per l'alternanza hanno interessato normalmente almeno 4 tipologie di soggetti: le singole Camere o l'Unione regionale; l'Ufficio scolastico regionale; le singole scuole; le singole aziende. Spesso ai suddetti attori si sono affiancati le associazioni di categoria e/o i competenti

realizzati che hanno impegnato 439 scuole (licei, istituti tecnici, professionali e d'arte), 19.594 alunni partecipanti (con una media di 36 alunni in alternanza per scuola) e più di 2.700 imprese coinvolte.

Queste attività di orientamento, formazione e assistenza si inseriscono nel quadro complessivo dell'azione delle Camere quali punti nodali per l'offerta al territorio di servizi di **sostegno alla creazione d'impresa**: attività che si caratterizzano per una forte trasversalità con altri ambiti dell'azione camerale, arricchendone l'efficacia, e che sono volte a promuovere la diffusione dello spirito e delle competenze imprenditoriali e gestionali, **migliorare l'accesso al credito** per le PMI e la loro capacità di crescita, consolidarne il dialogo e la consultazione nelle sedi della programmazione locale e regionale.

In merito cresce nel 2010 il numero di Camere di commercio che dichiara di aver svolto attività riguardanti la promozione di nuove imprese (tav. 34); 94 realtà che nel corso dell'anno hanno posto in essere oltre 80 iniziative per sostenere le imprese nel fronteggiare il protrarsi della difficile situazione economica e occupazionale, con un impiego di risorse pari a oltre 7 milioni di euro (importo quattro volte superiore rispetto a quanto registrato solo tre anni fa).

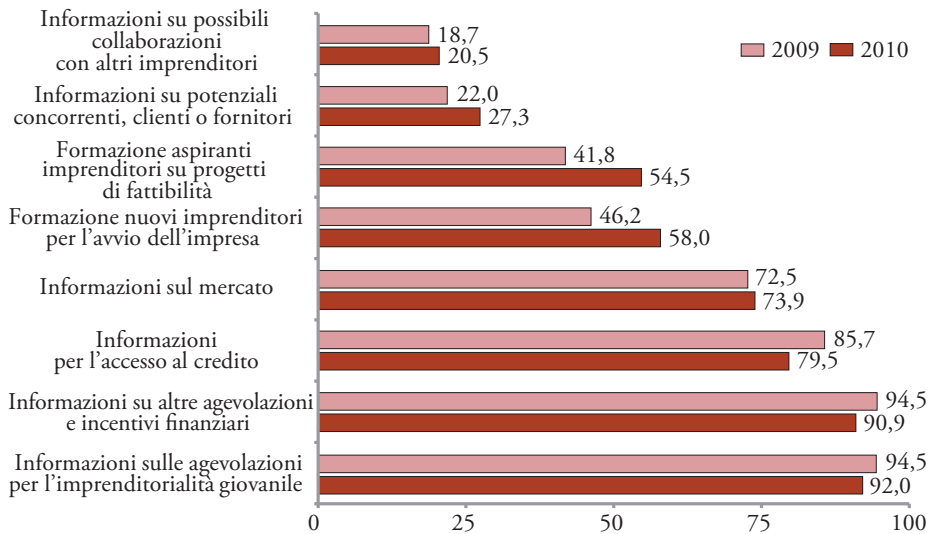
Tav. 34. I principali numeri di "Servizi per l'imprenditorialità"

94	Camere di commercio hanno svolto attività inerenti alla promozione di nuove imprese
82	Attività di supporto per lo sviluppo di nuove imprese
	<i>di cui:</i>
	<i>31 convegni</i>
	<i>51 seminari, riunioni e incontri tecnici</i>
51	Camere di commercio hanno svolto attività inerenti alla promozione nell'ambito dell'imprenditoria giovanile
86	Camere di commercio hanno svolto attività inerenti alla promozione nell'ambito dell'imprenditoria femminile
18	Camere di commercio hanno svolto attività inerenti alla promozione delle nuove imprese degli immigrati
14	Camere di commercio hanno svolto attività inerenti al passaggio generazionale d'impresa
24	Camere di commercio hanno svolto attività e servizi a sostegno delle imprese in crisi o in difficoltà
2.287	Partecipanti alle attività e ai servizi a sostegno delle imprese in crisi o in difficoltà
4,2	Milioni di € liquidati per le attività e i servizi a sostegno delle imprese in crisi o in difficoltà
7,4	Milioni di € liquidati

Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

uffici degli enti locali (Regioni, Province, Centri per l'impiego, Comuni). Più raro il coinvolgimento di altri soggetti quali sindacati, centri di formazione professionale o strutture tecniche territoriali specializzate.

Tav. 35. I servizi di informazione e le attività formative per gli aspiranti imprenditori nel biennio 2009-2010
(% di Camere per tipologia di attività)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

Con una costante attenzione ai bisogni dell'utenza e alla capacità di interpretare le evoluzioni in atto, nel 2010 i "Punti nuova impresa" camerali hanno provveduto a fornire al territorio una complessa e articolata quantità di servizi (tav. 35): dall'orientamento e l'informazione sulle agevolazioni e sugli incentivi finanziari, in particolare per l'imprenditorialità giovanile e l'accesso al credito (oltre il 90% delle Camere attive in tal senso), alle informazioni generali inerenti agli assetti di mercato, finanche a informazioni di maggiore dettaglio su potenziali concorrenti, clienti o fornitori in esso presenti. Da evidenziare il forte incremento, rispetto al passato, delle attività di formazione destinate agli aspiranti imprenditori per la messa a punto di progetti di fattibilità e ai nuovi imprenditori nella fase di avvio dell'impresa (con aumenti, rispettivamente, di 12,8 e 11,8 punti percentuali).

Servizi sempre più specializzati, grazie ai quali le Camere si confermano quale interfaccia per utenti portatori di specifiche esigenze: spicca, in questo senso, l'assistenza verso i giovani imprenditori, che richiedono in prevalenza informazioni sulle modalità di erogazione dei contributi e sui settori ammessi ai finanziamenti, verso gli imprenditori stranieri (extracomunitari o neocomunitari), con informazioni di primo livello e/o mirate all'avvio di precise attività d'impresa, e verso l'imprenditoria femminile, con attività

di orientamento e informazione sugli strumenti agevolativi, ovvero specifici servizi alle imprenditrici o aspiranti tali. Nel 2010, in particolare, diverse Camere hanno intrapreso misure innovative per il sostegno e l'assistenza personalizzata, di natura economica, professionale, consulenziale e tutoriale – talora anche sul piano più strettamente umano e personale – a imprenditori e imprese in difficoltà (24 realtà sul totale); un insieme di iniziative di cui hanno usufruito oltre 2.200 utenti, con un impegno economico delle Camere pari a oltre 4 milioni di euro.

Parte consistente delle azioni realizzate nell'ultimo anno negli ambiti della formazione e del sostegno all'imprenditorialità si è collegata con l'attuazione dell'Accordo di programma tra Unioncamere e Ministero dello Sviluppo economico del luglio 2009, volto a creare nuove imprese, a sostenere l'occupazione e a favorire la crescita del microcredito. Una complessa gamma di iniziative con le quali si integrano le attività realizzate per **favorire l'incontro tra la domanda e l'offerta di credito**, volte ad arginare quelle situazioni di criticità emerse nelle relazioni tra banche e imprese a causa dell'impatto della crisi economica sui mercati creditizi.

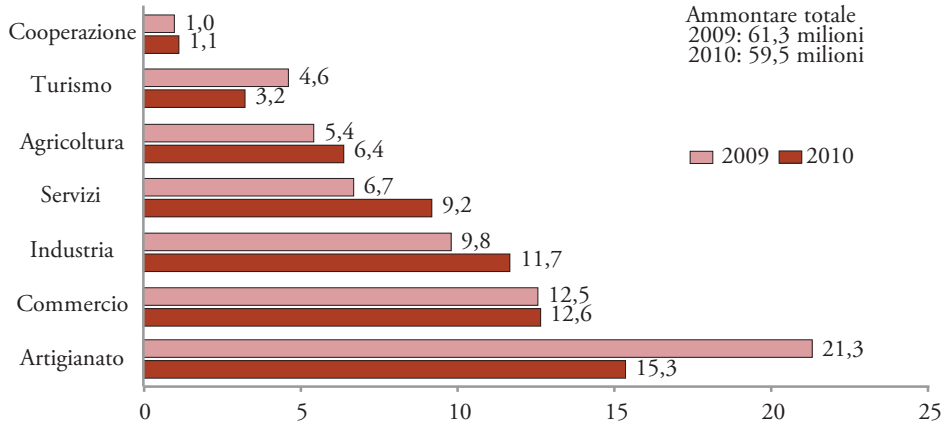
Tav. 36. I principali numeri di “Finanza e credito”

90	Camere di commercio hanno svolto, nel corso del 2010, attività relative alla finanza e al credito
18.190	Imprese beneficiarie dei contributi finanziari diretti erogati
59,5	Milioni di € di contributi finanziari diretti erogati dalle Camere di commercio alle imprese
	<i>di cui:</i>
	<i>15,3 destinati al settore Artigianato</i>
	<i>12,6 destinati al settore Commercio</i>
	<i>11,7 destinati al settore Industria</i>
	<i>9,2 destinati al settore Servizi</i>
	<i>6,4 destinati al settore Agricoltura</i>
	<i>3,2 destinati al settore Turismo</i>
	<i>1,1 destinati al settore Cooperazione</i>
<i>Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011</i>	

Nel 2010 la maggior parte delle Camere ha infatti realizzato azioni in tale ambito (tav. 36): in particolare, ben 90 realtà hanno adottato interventi mirati di supporto all'economia, producendo oltre 600 azioni che hanno condotto all'erogazione di quasi 60 milioni di euro di contributi diretti a beneficio di più di 18.000 imprese (un volume di risorse, da notare, che non comprende il tradizionale sostegno ai confidi).

Il settore dell'artigianato continua ad assorbire la maggior parte dei contributi (oltre 15 milioni di euro, pari al 26% del totale), sebbene la distribuzione settoriale delle risorse nel 2010 risulti maggiormente equilibrata rispetto all'annualità precedente; stabile, invece, l'entità complessiva dei contributi alle imprese del commercio, mentre più

Tav. 37. Contributi finanziari diretti erogati dalle Camere di commercio per settore economico nel biennio 2009-2010 (mln di €)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

incisivo, rispetto al 2009, il sostegno alle imprese dell'industria e dei servizi (rispettivamente il 19% e il 37% in più delle risorse allora conferite); a seguire le imprese dei comparti dell'agricoltura, del turismo e della cooperazione (tav. 37).

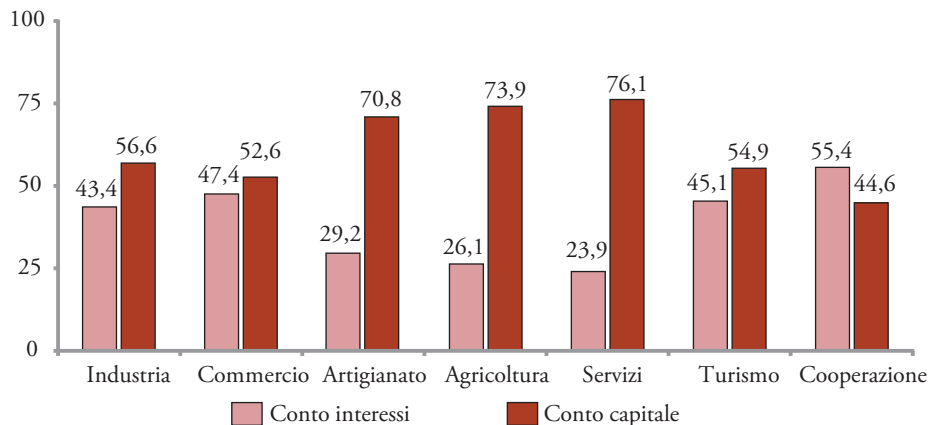
Per quanto riguarda la forma tecnica utilizzata per l'erogazione dei contributi, data la discesa dei tassi di interesse nel corso del 2010, le Camere hanno privilegiato nella quasi totalità dei settori economici (a eccezione del settore cooperativo) la contribuzione in conto capitale rispetto a quella in abbattimento dei tassi di interesse, sopperendo con efficacia anche alla riduzione degli interventi agevolativi garantiti dallo Stato e dalle Regioni alle piccole imprese (tav. 38).

In parallelo, le Camere hanno mantenuto un ruolo significativo **nel sostenere le attività del sistema dei confidi**, fornendo agli organismi di garanzia il necessario supporto non solo per ottemperare agli adeguamenti patrimoniali e organizzativi connessi all'attuazione, nel 2010, di quanto previsto nella legge quadro di riforma del settore adottata nel 2003⁷, ma anche per fare fronte a una situazione congiunturale critica che, da un lato, ha accresciuto la domanda da parte delle imprese di garanzie e, dall'altro, ha visto aumentare le insolvenze, e quindi le perdite, dei confidi stessi. Il Sistema camerale è andato incontro a questa maggiore necessità di risorse finanziarie assicurando l'erogazione di quasi 28 milioni di contributi ai fondi di garanzia.

Rilevante l'ammontare, pari a circa 12 milioni di euro, destinato dalle Camere all'abbattimento degli interessi pagati dalle imprese sui finanziamenti garantiti; una modalità

⁷ A fronte della quale circa 40 enti mutualistici si sono trasformati in veri e propri intermediari finanziari vigilati dalla Banca d'Italia.

Tav. 38. Contributi finanziari diretti erogati nel 2010 dalle Camere di commercio (% per settore economico e modalità)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

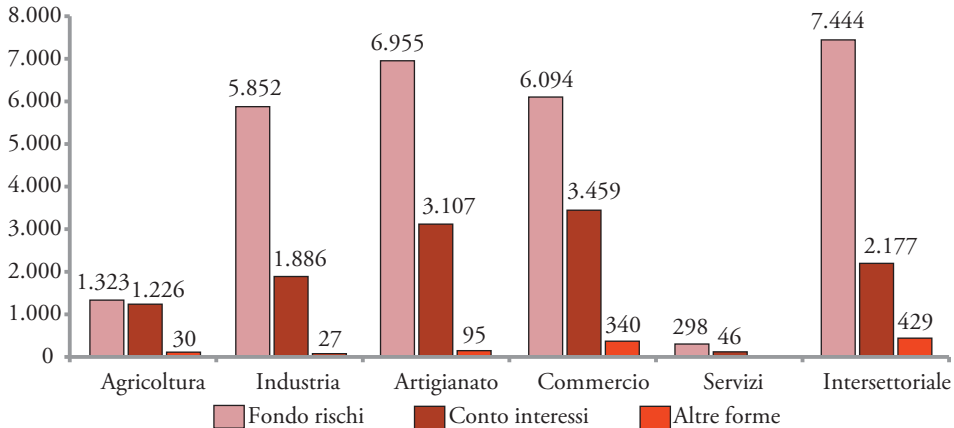
di sostegno che rappresenta un aiuto indiretto ai confidi, che vedono la loro garanzia valorizzata e resa più appetibile alle imprese grazie alla riduzione del tasso di interesse applicato. Un importo ulteriore, ancorché residuale, è stato destinato ad altre forme di contributo: si tratta, per lo più, di risorse destinate a coprire i costi di gestione degli organismi di garanzia, oppure a sostenere parte delle spese legate ai processi di fusione o di razionalizzazione della rete.

Dall'analisi del riparto di tali contributi rispetto ai diversi settori economici di operatività delle strutture (tav. 39) emerge come i primi beneficiari delle somme siano i confidi dell'artigianato (25% del totale), quasi a pari merito con la quota concessa ai confidi intersettoriali (un notevole incremento rispetto al 16% del 2009); tale circostanza testimonia l'evoluzione dei confidi verso aggregazioni che superano i confini non solo territoriali, ma anche settoriali, e il crescente interesse delle Camere verso tali strutture innovative di garanzia.

Occorre ricordare come, accanto alle forme contributive "tradizionali" dei fondi di garanzia e dell'abbattimento tassi, nel corso del 2010 si siano consolidati i fondi di cogaranzia e controgaranzia costituiti nel 2009 per fronteggiare la grave crisi finanziaria ed economica. Tali strumenti, per la cui creazione le Camere hanno investito oltre 50 milioni di euro, assicurano una copertura patrimoniale significativa per i confidi che ne beneficiano pur non prevedendo un trasferimento diretto di risorse agli stessi (se non in caso di default).

Il sostegno alla crescita e lo sviluppo dei territori passa anche da investimenti di carattere più strutturale, che si affiancano agli interventi annuali fin qui rappresentati e che si sostanziano in una fitta **rete di partecipazioni** delle Camere in enti, società, consorzi che operano nel mercato in ambiti determinanti per lo sviluppo territoriale.

Tav. 39. Contributi erogati ai confidi nel 2010
(migliaia di € per tipologia)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

Risulta in crescita, per il 2010, il volume di risorse investite secondo queste modalità (tav. 40); oltre 740 milioni di euro (+20% rispetto ai circa 600 del 2009) ripartiti su un numero tuttavia più contenuto di partecipazioni (1.888, contro le oltre 2.000 del 2009), a conferma di un percorso orientato a razionalizzare l'impiego di risorse, riducendone la "dispersione" in favore di un impegno più concentrato su settori a maggiore "valenza competitiva".

Tav. 40. Il quadro delle partecipazioni camerali nel 2010 (mln di €)

Partecipazioni	Numero	Capitale investito
Infrastrutture	520	612,00
Istituti di credito/fondazioni bancarie	53	0,45
Confidi	324	0,65
Altre	991	126,96
Totale partecipazioni	1.888	740,06

Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

Ingenti le risorse investite dal Sistema per sostenere la realizzazione e la gestione di opere infrastrutturali di logistica e trasporto, nonché di supporto all'economia: fiere e spazi espositivi, centri commerciali e mercati agroalimentari (612 milioni di euro in totale, oltre l'80% del capitale complessivamente investito, con un incremento di 5 punti percentuali sul 2009). Gli investimenti nelle altre partecipazioni, invece, riguarda-

no in prevalenza le quote sottoscritte in organismi di promozione dello sviluppo locale (oltre 62 milioni di euro, per 276 partecipazioni); rilevanti anche le partecipazioni in enti e organismi attivi nei settori della tutela e della valorizzazione delle produzioni tipiche (164 partecipazioni, per 7 milioni di euro di investimenti), nella promozione della cultura e della ricerca (159 partecipazioni, per 9 milioni di euro di investimenti) e dell'innovazione tecnologica (122 partecipazioni, per un capitale investito pari a circa il 13,5% del totale destinato alle "altre" partecipazioni, con una quota associativa di quasi 1,5 milioni di euro), dati che testimoniano l'importanza attribuita dalle Camere ai fattori immateriali alla base dello sviluppo.

Tav. 41. Partecipazioni nelle infrastrutture per macroripartizione territoriale nel 2010

Area	N. Cdc	N. partecipazioni	Capitale medio investito (€)	Capitale investito (€)
Nord Ovest	22	136	744.278,1	101.221.827,8
Nord Est	22	165	956.274,6	157.785.316,0
Centro	25	134	2.152.554,0	288.442.230,0
Sud e Isole	31	85	759.443,1	64.552.665,6
Italia	100	520	1.176.927,0	612.002.039,3

Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

Il dato relativo alla distribuzione territoriale delle partecipazioni (tav. 41) conferma il posizionamento delle Camere del Centro Italia quali enti in prima linea sul fronte degli investimenti (oltre 288 milioni di euro, circa il 47% del capitale investito dal Sistema, con un incremento dei flussi pari a circa il 20% rispetto al 2009), sebbene il numero maggiore di quote sia detenuto dalle Camere del Nord Est che, insieme, convogliano quasi il 26% del capitale investito dall'intera rete camerale, con quote medie poco al di sotto del milione di euro. In sensibile aumento, invece, gli investimenti riconducibili alle realtà del Nord Ovest (+2,4 milioni di euro investiti rispetto al 2009), mentre il quadro che caratterizza il Sud e le Isole mostra un minor numero di partecipazioni e un valore più ridotto del capitale investito, anche se a fronte di un maggior numero di Camere interessate.

Oltre che per forme di intervento diretto nell'economia, il contributo dato dalle Camere a sostegno dello sviluppo è anche fatto di disseminazione di conoscenze: la capacità degli Uffici studi camerali di fornire precise e articolate informazioni sull'assetto economico del territorio – attraverso le proprie attività di studio, ricerca e informazione economico-statistica – e una qualificata lettura delle sue dinamiche rappresenta, infatti, un servizio ad alto valore aggiunto in grado di dare supporto, assistere e orientare le strategie e le decisioni degli attori (pubblici e privati) che, sul territorio, concretamente operano (tav. 42).

Tav. 42. I principali numeri di “Studi, ricerche e informazione economico-statistica”

101	Camere di commercio con un ufficio studi che effettua attività di informazione e divulgazione al pubblico
636	Studi e ricerche autonomamente effettuate dalle Camere di commercio
300	Osservatori economici realizzati
505	Riviste e pubblicazioni edite dalle Camere di commercio
	<i>di cui:</i>
	383 periodiche
	122 non periodiche
56	Camere di commercio hanno realizzato progetti/iniziative in collaborazione con enti locali o ad essi rivolti
9,8	Milioni di € liquidati

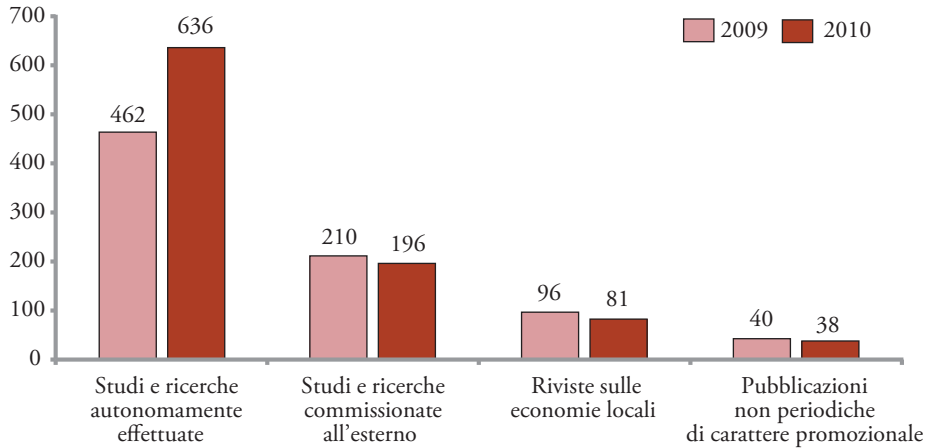
Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

La gravità e la velocità con cui la crisi finanziaria internazionale ha investito il mondo delle imprese, hanno enfatizzato ancor di più l'importanza del ruolo dell'"informazione" per interpretare in modo tempestivo e accurato i fenomeni economici. Le Camere, pertanto, anche a fronte dell'avvenuto incremento della domanda di analisi e di elaborazione statistica di dati e informazioni che contribuissero a comprendere i cambiamenti in atto, hanno intensificato negli ultimi due anni, e in particolare nel 2010 (tav. 43), la produzione di studi e ricerche originali in grado di spiegare gli avvenimenti economici *in itinere*, nonché le relative implicazioni nei diversi settori di attività; ciò, fra l'altro, al fine di mettere a disposizione dei decisori politici ed economici informazioni sempre più aggiornate e dettagliate per orientare le loro scelte in termini di misure economiche a sostegno delle imprese e, per estensione, dei sistemi produttivi locali.

Tra gli ambiti di approfondimento maggiormente presidiati si confermano le tematiche legate all'analisi del territorio, con particolare rilievo assunto dagli studi sulla demografia delle imprese, sulle dinamiche dei prezzi, sul turismo e il commercio con l'estero, dagli osservatori e dalle analisi congiunturali, nonché dalle ricerche sul mercato del lavoro e sui fabbisogni occupazionali e formativi espressi dalle imprese. La particolare fase congiunturale che sta attraversando il Paese, soprattutto sul versante dell'occupazione, ha inoltre portato a esaminare alcuni indicatori relativi al mercato del lavoro quali la Cassa integrazione guadagni, mentre l'analisi di misure per il rilancio della competitività ha favorito l'approfondimento di temi nuovi, tra cui la green economy.

Si diffonde la tendenza tra le Camere a realizzare iniziative/progetti di studio e ricerca in collaborazione con le istituzioni locali e gli enti del territorio; iniziative

Tav. 43. Studi e pubblicazioni realizzati nel biennio 2009-2010
(numero per tipologia)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

che, se nella maggioranza dei casi riguardano la realizzazione di osservatori economici (dedicati ai temi congiunturali, al mercato del lavoro o al monitoraggio di alcuni settori economici), in alcuni casi si concentrano su ambiti di interesse che risentono di attenzioni e di interessi legati alla congiuntura e/o alla specificità del territorio, credito e internazionalizzazione in primo luogo.

Nota metodologica

Il presente volume è stato realizzato considerando alcune delle principali informazioni raccolte, attraverso la rilevazione 2011 dell'Osservatorio camerale, sulle attività svolte dalle Camere di commercio nel 2010 anche con il coinvolgimento delle Aziende speciali camerale.

Il questionario somministrato alle Camere si compone di 18 schede ed è stato aperto alla compilazione on line dal 14 marzo al 27 aprile 2011 tramite il sito internet www.osservatoriocamerale.it; il patrimonio informativo, aggiornato al 31 dicembre 2010 è attualmente contenuto nel database Osservatorio camerale; la popolazione di riferimento per la rilevazione è costituita da tutte le Camere di commercio (105 enti) e dalle loro Aziende speciali (130 organismi nel 2010).

Di seguito si riporta il numero di Camere di commercio che hanno risposto al questionario, per singola scheda.

N. di Camere di commercio al 31 dicembre 2010		105
N. di Camere di commercio che hanno compilato il questionario		105
N. di Camere di commercio che hanno chiuso la rilevazione		104
Numero scheda	Denominazione	Dettaglio delle Camere che hanno risposto a ciascuna scheda
1	Organi	105 ¹
2	Organizzazione	104
3	Personale	105
4	Servizi amministrativi, comunicazione ed e-government	104
5	Internazionalizzazione	104
6	Formazione, orientamento, alternanza, università, lavoro	104
7	Valorizzazione e promozione delle filiere	104
8	Finanza	104
9	Partecipazioni camerale	104
10	Innovazione, trasferimento tecnologico e proprietà industriale	104
11	Ambiente	104
12	Servizi per l'imprenditorialità	104
13	Sviluppo locale, programmazione e progettazione comunitaria	104
14	Turismo e cultura	104
15	Statistica, studi, ricerche e documentazione	104
16	Biblioteche e gestione documentale	104
17	Regolazione del mercato	104
18	Green economy, sviluppo sostenibile e responsabilità sociale d'impresa (CSR)	104
1	Al 31 dicembre 2010 una Camera di commercio risulta commissariata.	