

AREZZO	Viale Giotto 4	-	FOAR (Formazione) SAGOR (Laboratorio)
FIRENZE	P.zza Giudici, 3	Firenze Nord Empoli Borgo S.Lorenzo	Promo – Firenze Laboratorio chimico
GROSSETO	Via Cairoli, 10	-	COAP
LIVORNO	P.zza Municipio, 48	Cecina	Sala cont.ne merci
LUCCA	Corte Campana, 10	Castelnuovo Garf. Fornaci di Borgia Viareggio	CEPIF (Formazione)
MASSA E CARRARA	P.zza 2 Giugno	Aulla	IST. FOR. (Formazione)
PISA	P.zza V. Emanuele II n. 5	S. Croce s.a. Volterra	A.S.SE.FI. (Ass. Finanziaria)
PISTOIA	Corso Silvano Fedi 38	Valdinievole	COSP (Formazione)
PRATO	Via Valentini, 14	-	
SIENA	P.zza Matteotti, 30	Poggibonsi Montepulciano	SIENA MOSTRE

La partecipazione delle camere di commercio della Toscana ad organismi associativi, appare di notevole portata. Tale partecipazione spazia da un massimo di 25 organismi per Firenze ad un minimo di 5 per Prato. Per una buona parte si tratta di organismi associativi del sistema camerale, nazionale e regionale, ma per gran parte si tratta di organismi di interesse locale a testimonianza del radicamento dell'attività camerale sul tessuto economico e sociale.

Le camere di commercio appaiono fra gli enti soci di tutti gli organismi che gestiscono autostrade, aeroporti, centri intermodali, ecc. poiché attribuiscono grande importanza alla realizzazione delle infrastrutture di trasporto, organismi che gestiscono mostre, esposizioni e comunque lo sviluppo economico locale.

Anzi in generale risultano le fondatrici di pressoché tutti gli enti mostre.

1) - L'attività camerale in favore della promozione economica. Un quadro regionale.

La sintesi che si riporta è curata dalla Regione Toscana. Innanzitutto in detta sintesi ci si richiama alla vocazione delle camere di commercio che, da una parte, svolgono attività nelle funzioni amministrative ed economiche relative al sistema delle imprese e dall'altra svolgono attività istituzionali a supporto e promozione degli interessi generali delle imprese.

Ulteriori competenze previste dalla legge di riforma riguardano la regolazione del mercato: 1) costituzione di commissioni arbitrali e conciliative per la risoluzione delle controversie tra imprese e tra imprese e consumatori e utenti; 2) promozione della diffusione di contratti – tipo tra imprese, loro associazioni e associazioni di consumatori; 3) promozione di forme di controllo sulla presenza di clausole inique inserite nei contratti; 4) costituzione di parte civile nei procedimenti relativi ai delitti contro l'economia pubblica, l'industria e il commercio; 5) promozione della repressione della concorrenza sleale.

Dalla relazione regionale si ritiene opportuno riportare la parte dedicata all'attività promozionale esposta come sintesi regionale.

Servizi promozionali.

- Organizzazione e partecipazione a mostre, fiere e iniziative convegnistiche in Italia (si riportano di seguito le più significative partecipazioni del sistema camerale regionale nel suo complesso):
 - Partecipazione alla 62^a edizione della Mostra Internazionale dell'Artigianato (MIA) di Firenze
 - Organizzazione del premio "Olio Toscano"
 - Partecipazione al premio "Ercole Olivario"
 - Partecipazione alla mostra SOL di Verona
 - Partecipazione alla realizzazione della 22^a edizione della "Settimana del Miele" a Montalcino (SI)
 - Partecipazione all'organizzazione in Firenze del congresso scientifico internazionale "Vino e salute"
 - Partecipazione alla realizzazione di una iniziativa promozionale all'interno del "Salone del gusto di Torino"
 - Partecipazione ad "Oleum", mostra nazionale dell'olio di oliva di alta qualità
 - Partecipazione di una rappresentanza di artigiani toscani al "Salon Art & Artisanat" di Digione, in qualità di ospiti d'onore
 - Compartecipazione all'organizzazione del progetto "Toscana: il turismo del benessere"
- Organizzazione e partecipazione a mostre, fiere e iniziative convegnistiche all'estero (attraverso il Centro Estero)
 - Partecipazione al "Marine Equipment Trade Show (METS)" a Singapore
 - Partecipazione a "Boot", mostra internazionale dell'abbigliamento a Brno
 - Partecipazione a "Shoes & Leather" mostra internazionale del settore pelle a Canton
 - Partecipazione al progetto "Home shopping Network" negli USA
 - Partecipazione a "Jewelry & Watch Fair" mostra internazionale dell'oreficeria a Hong Kong
 - Partecipazione a "Avenida moda" mostra dell'abbigliamento a Miami
 - Partecipazione a "China food" mostra dell'agroalimentare di Shangai
 - Organizzazione di una iniziativa promozionale per i vini toscani a Londra
 - Partecipazione a mostra relativa al settore legato al patrimonio artistico/museale a New York
 - Partecipazione a mostra relativa al settore legato al patrimonio artistico/museale a Miami
 - Partecipazione a iniziativa promozionale "A.Y.S.F." a Istanbul

- Partecipazione a “New Midwest International Fancy Food & Confection Show” relativa al settore alimentare a Chicago
- Partecipazione a “National Stationery Show” inerente il settore cancelleria a New York
- Attività seminariali di sostegno alla promozione economica all'estero delle aziende toscane (attraverso Centro Estero)
 - Seminario indirizzato al mercato della Repubblica Ceca per aziende produttrici di tessuti per abbigliamento (n. 17 imprese partecipanti)
 - Seminario di approfondimento sull'applicazione dell'IVA nei Paesi dell'U.E. svoltosi presso la CCIAA di Massa Carrara (n. 45 imprese partecipanti)
 - Seminari sul marketing e la contrattualistica in Cina, svoltisi presso le CCIAA di Firenze, Pistoia e Massa Carrara (n. 60 imprese partecipanti)
 - Seminario sul mercato degli agroalimentari in USA, svoltosi presso la CCIAA di Grosseto (n. 9 imprese e consorzi partecipanti)
 - Seminario su opportunità e problemi nel mercato dell'abbigliamento per bambino in USA, svoltosi presso la CCIAA di Pistoia (n. 13 imprese e consorzi partecipanti)
 - Seminari su contratti di vendita e concessioni di vendita, svoltisi presso la CCIAA di Lucca e Massa Carrara (n. 65 imprese partecipanti)
 - Seminario sulla subfornitura, svoltosi presso la CCIAA di Lucca (n. 60 imprese e consorzi partecipanti)
 - Seminario sulle forme di pagamento internazionali, svoltosi presso la CCIAA di Massa Carrara (n. 52 imprese partecipanti)
 - Seminari sul contratto di agenzia svoltisi presso la CCIAA di Prato (n. 90 imprese e consorzi partecipanti)
- Attività di consulenza giuridica a favore di imprese:
 - Iniziative di consulenza per il mercato USA (consulenze per aziende/consorzi e incontri personalizzati con aziende)
 - Iniziative di consulenza sulla contrattualistica internazionale in favore di imprese/consorzi
- Iniziative relative all'attuazione del D. Lgs. 114/1998 sulla disciplina del commercio
- Iniziative volte ad incentivare la creazione di nuova imprenditorialità dello Stato e dall'Unione Europea
- Erogazione di contributi diretti a favore di imprese, di consorzi o cooperative di garanzia fidi
- Contributi per la partecipazione a mostre e fiere in Italia e all'estero
 - Erogazione contributi alle aziende toscane partecipanti a “Mabel Mosca 98” Salone internazionale dell'arredamento
 - Erogazione contributi alle aziende toscane partecipanti a “Stonetech” di Pechino, mostra internazionale macchine per la lavorazione del marmo
- Erogazione di incentivi fiscali al commercio e turismo (credito d'imposta) su delega del Ministero dell'Industria (art. 11 L. 449/97)
- Adeguamento della soc. Toscana Ambiente in società di servizi per il sistema camerale regionale
- Partecipazione all'iniziativa della Regione Toscana per la costituzione di un'Agenzia regionale di promozione economica (APET)
- Attuazione del Reg. CE 2430/97 per il miglioramento della produzione olearia a mezzo della realizzazione di sale di degustazione presso le Camere di Commercio.

Il sistema camerale toscano nell'anno 1998, per svolgere le sue attività dispone di una entrata corrente (Tit. I) di 124,6 miliardi effettivamente riscossi (su 148,8 miliardi accertati). Il rapporto fra riscossioni e accertamenti è, nella media toscana, pari all'83,7% con punte del 91% per Massa Carrara e del 90,7% per Pisa. Tale indice è leggermente superiore a quello medio nazionale (83,3%).

Se si pone pari a 100 il totale entrate correnti del sistema camerale toscano, si rileva che il 27,8% afferisce alla sola camera di Firenze.

Contrapponendo per necessità di esposizione alle entrate correnti, le spese correnti si rileva che queste ammontano a 125,6 miliardi come impegni ma solo a 84,2 miliardi come pagamenti.

Il sistema, quindi, presenta residui attivi come residui passivi ma quest'ultimi in sensibile misura; dal che si deduce che il sistema camerale toscano presenta una certa lentezza nel realizzare le iniziative promozionali in particolare. Infatti il rapporto pagamenti/impegni x 100 è pari al 78,8% per le spese per servizi generali e istituzionali e solo del 46% per le spese di intervento economico.

Un altro dato interessante è quello relativo al rapporto fra il complesso delle spese correnti (espresso in impegni) e il complesso delle spese per interventi promozionali.

Questo indice nella media regionale è pari al 36% con alcuni scostamenti anche significativi come Arezzo (47,3%) dovuto probabilmente al criterio di classificazione delle spese. In alcune camere di commercio lo scostamento in diminuzione sta a testimoniare (Livorno, Massa) una limitata capacità di intervento.

Un esame più approfondito permette di percepire la fisionomia degli interventi promozionali, che per brevità viene esposta a livello regionale.

La voce di spesa più importante è rappresentata (11,4 miliardi su 34,2 miliardi) dagli interventi per la commercializzazione e l'internazionalizzazione delle imprese, un'attività diffusa fra tutte le camere di commercio, retaggio storico delle più diffuse forme di incentivazione. Questo tipo di intervento è tenuto in considerazione con maggior intensità nelle camere di Firenze, Arezzo, Siena, Pistoia ed è legato alla diffusione delle piccole e medie imprese che producono oggetti di pregio come quelli artigianali.

La seconda voce per importanza riguarda il sostegno alla finanza aziendale che viene realizzato con interventi in favore dei fondi rischi, con abbattimento parziale degli interessi passivi a carico delle imprese e altri sistemi. Si distinguono in questa forma di attività le camere di commercio di Firenze, Arezzo, Grosseto e Pisa.

La terza voce per importanza è rappresentata dagli interventi in favore della formazione e della assistenza tecnica. Gli importi degli interventi si mostrano confrontabili fra un ente camerale e l'altro. Tale omogeneità è certamente da collegarsi con la presenza diffusa di aziende speciali destinate alla formazione e che vivono anche del trasferimento dal bilancio camerale.

Al quarto posto per importanza si trova la voce per gli interventi in favore dello sviluppo tecnologico, della qualità, della innovazione e dell'ambiente.

Le camere di commercio che si distinguono per gli investimenti in questi campi sono quelle di Lucca, Pistoia, Prato, Firenze e Siena. Assenti o poco significativi gli investimenti nelle altre camere di commercio.

Un'altra voce significativa è rappresentata dalle iniziative in favore della costituzione e dello sviluppo di nuove imprese. Questo tipo di intervento camerale, da ritenersi innovativo, è diffuso nelle camere di Firenze, Pisa, Siena, Pistoia e Lucca e assente ad Arezzo e Prato, limitato a Grosseto e Massa.

Nelle varie tavole del rendiconto finanziario delle spese, riportate nella relazione della regione appare una voce "Promozione e sviluppo di settori di peculiare rilevanza per l'economia locale". Si tratta di iniziative gestite da alcune camere di commercio (Massa-Carrara, Prato e Arezzo) a favore di settori tipici dell'economia locale (rispettivamente: estrattivo e lapideo, tessile, orafo). Relativamente al contesto di Massa-Carrara, va detto che talune iniziative relative al "Progetto Marmo" da realizzarsi con un'azione di promozione congiunta con la società "Marmi e Macchine spa", non hanno avuto luogo. Pertanto si è registrato a consuntivo dell'anno 1998 un minor impegno di spesa rispetto allo stanziamento previsto. In questa attività si distingue la Camera di Arezzo (22,1% del totale delle spese come impegni) seguita da quella di Prato (12,4% del totale delle spese come impegni) e da quella di Massa-Carrara (8,1%). Si ritiene opportuno prendere in esame ulteriori elementi sulle modalità di acquisizione, utilizzazione e rendicontazione degli stanziamenti camerali, così utilizzati.

2) - L'unione regionale delle camere di commercio della Toscana.

Le Unioni regionali sono associazioni volontarie di camere di commercio e questa forma giuridica è stata ripetuta dalla legge di riforma (L. n. 580 del 1993).

Nascono, le Unioni, per lo sviluppo delle attività che interessano più province e per il coordinamento dei rapporti con la Regione. Nella realtà il compito delle Unioni appare molto articolato e completato da una vasta area di studi e di indagini sugli aspetti della vita economica regionale e di sviluppare quelle attività alle quali si rende più opportuno conferire una dimensione regionale.

L'Unione regionale toscana è stata costituita nel 1968 ma nel 1996 verrà dotata di un nuovo statuto, approvato dal Ministero. Gli organi, per l'Unione regionale della Toscana, sono rappresentati da:

- 1) Assemblea composta da tutti i presidenti camerali e quattro membri per ogni camera componenti di giunta camerale, in rappresentanza dei settori industria, commercio, artigianato e agricoltura ed inoltre 20 membri componenti di consiglio camerale, in rappresentanza degli altri settori sedenti nei consigli camerali (quindi in totale 70 membri)
- 2) Consiglio delle Associazioni regionali di categoria composto da presidenti e direttori delle organizzazioni professionali regionali maggiormente rappresentative
- 3) Consiglio di amministrazione composto dai presidente camerali più alcuni membri eletti, eventualmente dalla assemblea
- 4) Presidente. un presidente di camera di commercio
- 5) Comitato dei Segretari generali
- 6) Collegio dei revisori dei conti.

Nel 1998 l'Unione della Toscana ha realizzato le seguenti iniziative:

- sportello ospitalità: consiste di uno sportello, riservato agli operatori economici del turismo, per l'analisi della fattibilità di impianti di imprese turistiche;
- convegni dedicati alla grande viabilità e al consumatore come centro del sistema moda internazionale;
- studio (II fase) sul sistema infrastrutturale dei distretti produttivi toscani;
- partecipazione a mostre: MARTA (Artigianato), Salone di Digione, Sol '98;
- progetti arbitrato e conciliazione; 2) creare imprese in Toscana, 3) servizi per le imprese esportatrici; 4) progetto HCCP;

- partecipazione, con documenti di proposta, incontri, seminari, ecc., al processo di decentramento amministrativo;
- iniziative varie in favore della costituzione dello sportello unico, per le attività produttive;
- assistenza alle camere di commercio toscane con servizi in rete;
- formazione del personale camerale.

Regione Marche.

La Regione Marche ha trasmesso la relazione di cui trattasi in allegato alla propria nota n. 889/8/ENL del 3.4.2001.

La relazione è stata esaminata dalla Giunta regionale delle Marche nella seduta del 20.3.2001 che ha preso atto del suo contenuto e ne ha autorizzato l'invio allo scrivente Ministero.

La relazione prende in esame il periodo di due anni: 1998 – 1999 in ciò adeguandosi a quanto indicato dal Ministero, il quale, preso atto del ritardo con il quale le relazioni regionali vanno inviate, con propria nota n. 688325 del 19.7.2000 aveva diffuso la disposizione di estendere la valenza della relazione a due esercizi.

La relazione è organizzata in modo monografico e considera separatamente ogni ente camerale.

1) Camera di commercio di Ancona.

Detto ente è caratterizzato da una sede principale e da tre uffici distaccati (Fabriano, Jesi, Senigallia). L'ente è pure dotato di una azienda speciale: Azienda speciale per la pesca e l'agricoltura (ASPEA), da una camera arbitrale interprofessionale in forma associativa.

E' sede della camera di commercio italo – albanese e ospita la delegazione Marche della Associazione camere di commercio oltre Adriatico.

La Camera di Ancona, possiede partecipazioni sia ad organismi associativi del sistema camerale (Infocamere, Meteora, Assicor, Mediacamere) come ad organismi di interesse locale (Aeroporto Comunità dei porti Adriatici, Assoporti, Ente fieristico regionale, Interporto Marche, ecc.) tanto per citare i più importanti.

La relazione predisposta dalla Regione nel procedere all'analisi dell'attività camerale, prende in considerazione le macroaree più importanti.

Allo scopo di trasporre il contenuto di detta analisi nella presente relazione, l'attenzione verrà concentrata soprattutto sulle aree dei servizi promozionali, di quelle di studio e di statistica e di quelle di regolazione del mercato.

Nel 1999 si è completata la costituzione degli organi camerali e il 22.12.1999 il consiglio camerale ha approvato la relazione programmatica triennale prevista dalla legge di riforma delle camere di commercio.

Nel Registro imprese della Camera di Ancona sono iscritte, al 31.12.1999 n. 40999 imprese, al netto delle unità locali.

L'Ufficio del Registro delle imprese ha svolto nel periodo importanti azioni che si possono considerare assai vicine a quelle di promozione economica come l'istituzione dello sportello unico nei comuni di ancona, Jesi e Senigallia, attraverso una convenzione alla quale aderiscono anche Provincia e Prefettura, oppure la partecipazione al comitato per la gestione della borsa immobiliare, ha organizzato e gestito la domanda di incentivi fiscali al commercio ai sensi della legge finanziaria n. 449/97, ha gestito la rottamazione delle licenze in base alle disposizioni del D. Lgs. n. 114/98.

1.1) L'attività dell'area promozionale.

La spesa per attività promozionali è passata da L. 4.416 mld del 1998 a L. 4.023 mld. del 1999 corrispondente rispettivamente al 32 e al 31,7% del totale delle spese correnti.

Sempre con riferimento al 1999, l'ammontare complessivo delle spese per attività promozionali si suddivide fra la voce, quote e contributi associativi L. 1,426 mld e iniziative di promozione e informazione L. 2,569 mld.

Arrivando all'argomento delle attività promozionali si possono, in estrema sintesi, ricordare le iniziative più importanti, a partire da quelle di studio e ricerca.

- 1.1.1) La partecipazione a manifestazioni fieristiche ha coinvolto 88 imprese per 13 eventi. Gli utenti hanno gradito i risultati dell'attività camerale.
- 1.1.2) Nel settore marittimo è stata fornita collaborazione per lo sviluppo dei trasporti marittimi portuali con Croazia e Bosnia Erzegovina, secondo un piano predisposto da Regione, Comune e autorità portuale di Ancona. L'attività dovrebbe portare alla istituzione di una linea Ancona – Ploce.
- 1.1.3) Ancora in fatto di trasporti marittimi è stato concluso il progetto Short-sea in collaborazione con Unione Trasporti riguardante una ricerca sull'offerta e sulla domanda di navigazione mediterranea nel porto di Ancona.
- 1.1.4) E' stato realizzato un monitoraggio su 1.500 imprese per individuare le esigenze e i servizi più rilevanti.
- 1.1.5) Si è svolto un corso per l'iscrizione all'albo dei responsabili tecnici delle imprese esercenti l'attività di gestione dei rifiuti.
- 1.1.6) E' stato istituito l'osservatorio provinciale Eurologo e sono state sviluppate alcune iniziative collegate.
- 1.1.7) E' stato realizzato il censimento intermedio industria e servizi, ed è stata avviata la prima parte del censimento dell'agricoltura.
- 1.1.8) E' stato realizzato il progetto Excelsior, consistente nell'indagine diretta, a carico delle imprese con oltre 250 dipendenti, per individuare le nuove professionalità necessarie per il mondo del lavoro.
- 1.1.9) E' stata pubblicata la prima analisi statistica territoriale della provincia realizzata in collaborazione con Prefettura, ISTAT, Provincia e Camera di Ancona.
- 1.1.10) E' stata dedicata molta attività all'argomento della conciliazione, realizzando un convegno su "Conciliazione e sub – fornitura", organizzando un ulteriore corso di specializzazione per conciliatori camerali con la partecipazione di 40 conciliatori.

1.2) Eurosportello.

Le attività più rilevanti nella materia sono :

- 1.2.1) Attività di coordinamento e pilotaggio per l'ampliamento del sito Internet.
- 1.2.2) Avvio allo sportello per l'internazionalizzazione .
- 1.2.3) Realizzazione di corsi di formazione per la internazionalizzazione dell'impresa (in collaborazione con IFOA) per la sicurezza sui luoghi di lavoro e un seminario sulle nuove opportunità offerte alle p.m.i. dalla Banca Mondiale degli Investimenti.

1.3) Servizio nuove imprese.

L'ente camerale ha realizzato 26 seminari di orientamento al mercato del lavoro e dell'imprenditoria presso istituti superiori della provincia.

Ha poi tenuto 6 giornate in favore dei nuovi imprenditori nel settore dei servizi alle persone; 6 giornate in favore dei nuovi imprenditori del settore turismo; 4 giornate in favore dei nuovi imprenditori del settore turismo; 4 giornate in favore dei nuovi imprenditori del settore ambiente.

A favore degli aspiranti imprenditori, con il contributo del FSE e in collaborazione con IFOA di Pesaro è stato organizzato un corso di 350 ore.

Infine è stato avviato uno sportello di assistenza personalizzato con l'Unione Giovani commercialisti di Ancona e Camerino.

La Camera di commercio di Ancona ricorre con particolare intensità al fondo perequativo gestito da Unioncamere.

Nel 1998 sono stati presentati e accolti i seguenti progetti:

- 1) Sportello orientamento al lavoro;
- 2) Sportello Unico per l'internazionalizzazione delle imprese;
- 3) Promozione e diffusione della cultura in materia di brevetti (pat-lib);
- 4) Diffusione della cultura metrologica.

Nel 1999 sono stati presentati e accolti i seguenti progetti:

- 1) Sportello per l'informazione economica e statistica;
- 2) Sportello per l'internazionalizzazione delle p.m.i. (2° anno);
- 3) Diffusione della cultura conciliativa;
- 4) Orientamento all'impresa;
- 5) Creazione di un sistema informativo per l'avvio delle funzioni previste nel D. Lgs. n. 252/99 (controllo della qualità in oreficeria);
- 6) Osservatorio regionale sul commercio;
- 7) Firma digitale.

2) Camera di commercio di Ascoli Piceno.

L'Ente camerale di Ascoli Piceno svolge la sua attività oltre che nella sede principale anche nelle sedi distaccate di Fermo e di S. Benedetto del Tronto.

Inoltre già dal 1990 è in funzione una azienda speciale denominata "Servizi informativi" per le imprese Eurosportello. Nel 1998 è stata costituita una seconda azienda speciale denominata "Piceno Promozione".

In S. Benedetto del Tronto è in funzione una Borsa Merci e una Borsa Immobiliare.

L'Ente camerale ha istituito una Camera arbitrale e di conciliazione. Quest'ultima ha iniziato concretamente ad operare nel 1999.

Ancora l'ente presenta alcune partecipazioni qualificate verso il sistema camerale nazionale (Infocamere, Tecno Holding) e verso organismi di importanza locale: Centro Agroalimentare di S. Benedetto del Tronto, l'Istituto della cultura di impresa, il Consorzio universitario Piceno, l'Ente Quintana, il Consorzio sviluppo industriale di Ascoli Piceno, la Società di gestione dei Patti territoriali per l'occupazione.

L'ente presente una pianta organica di 73 persone di cui 67 in servizio, 6 unità risultano distaccate nelle sedi periferiche.

Le entrate correnti dell'ente ammontano a Lire 16,892 mld. e con un avanzo di amministrazione di l. 4,799 mld.

Risultano iscritte nel Registro imprese 40.264 imprese attive.

2.1) I servizi promozionali.

Detti servizi vengono svolti in prevalenza dalle aziende speciali.

Per questo motivo la promozione delle nuove imprese è stata delegata all'azienda Eurosportello che ha provveduto a fornire agli operatori economici informazioni di mercato, possibili collaborazioni con altri imprenditori per l'accesso al credito, per le provvidenze in favore della imprenditoria giovanile.

Circa la promozione all'estero si segnala (1998) la partecipazione a tre esposizioni nei paesi U.E. e tre esposizioni nei paesi extra U.E. Inoltre è stato organizzato un incontro conoscitivo in un paese extra U.E. e si è provveduto al ricevimento di quattro delegazioni estere di provenienza sia comunitaria come extra – comunitaria.

L'ente camerale è intervenuto in favore dei consorzi fidi erogando contributi sul fondo rischi. Contributi (quote associative) sono stati erogati a 11 camere di commercio italiane all'estero.

Poiché l'area della promozione economica comprende anche il Servizio studi, statistica e informazione economica è necessario richiamare l'attività svolta, per grandi linee, da questo ultimo ufficio.

Nel periodo di riferimento sono stati pubblicati, fra studi e ricerche, ben 12 lavori eseguiti nell'ambito camerale in modo autonomo.

Detti lavori vanno dalla demografia sulle imprese al fenomeno delle esportazioni, all'attività della cassa integrazione guadagni, alle forze di lavoro – occupati in provincia, ai depositi e impieghi e sportelli bancari della provincia, ai protesti e fallimenti al commento sui risultati della ricerca Excelsior, a studi sulle scuole e sulla università in provincia.

L'ufficio è visitato da un consistente numero di utenti che chiedono informazioni sull'indice dei prezzi al consumo, sulla demografia delle imprese. Un certo numero di utenti (300) si sono rivolti ai servizi automatizzati della biblioteca.

Nel 1998 ha preso avvio il procedimento per la formazione dei componenti le commissioni di conciliazione con l'istituzione di appositi corsi. Alla fine del 1998 si è avuto il primo procedimento di conciliazione terminato con un nulla di fatto, nel senso che una parte non ha accettato la decisione dei conciliatori.

Particolare attenzione riceve l'azienda speciale Eurosportello della quale è in corso un piano di rilancio e uno studio per individuare la tipologia dell'utenza e i suoi fabbisogni.

Per quanto riguarda il processo di internazionalizzazione delle imprese sono stati organizzati due work shop allo scopo di fornire nozioni di pratica applicazione, e di fornire elementi di cultura di impresa.

Ad un esame del bilancio l'azienda presenta a rendiconto L. 598.516.775 di entrata ma detta somma è costituita per L. 442.050.241 dal contributo camerale. Un intervento indubbiamente pesante che dovrà essere ridimensionato realizzando proventi per servizi resi direttamente dall'azienda.

Una situazione problematica presenta anche l'altra azienda speciale "Piceno promozione" dove su un ricavo totale di L. 1.086.000.000 l'intervento camerale raggiunge L. 850.000.000.

L'azienda "Piceno promozione" cura le iniziative promozionali all'estero. Nel periodo ha partecipato a 9 esposizioni (di cui 4 in paesi della U.E.). Queste ultime sono: "MOC-MODE in Italy 9-11/4/1999, MOC-MODE in Italy 8-10/10/1999, European Seafood Exp. Process e Intel".

Le cinque manifestazioni tenute in paesi U.E. sono: SALIMA Fiere Int.le Alimentare, Middle east leather, Poznan Fashion week 2.5.1999, Poznan Fashion week 3/8-2/9/1999, Italbusiness Ucraina.

Sono state inoltre organizzate missioni commerciali per promuovere le produzioni locali: Berlino Amburgo, Messico, Argentina.

3) Camera di commercio di Macerata.

Questo ente camerale dispone di una sede centrale e di una sede distaccata sul comune di Civitanova Marche.

Dispone di una azienda speciale, già denominata “Macerata promozione export” e ora denominata Ex.it (delib. n 272 del 16.10.2000).

Come si è già proceduto per le altre camere marchigiane, anche per Macerata verrà trattata solo la parte della relazione regionale che si occupa delle iniziative promozionali in favore dell'economia. Il relativo ufficio ha gestito le procedure attinenti la concessione degli sgravi fiscali ad commercio (art. 11 della legge n. 499 del 1997) e degli indennizzi alle imprese commerciali per la cessazione della attività (art. 25, comma 7, D.Lgs. n. 114/98), la cosiddetta rottamazione delle licenze.

E' stato costituito e posto in funzione il locale comitato per l'imprenditoria femminile ed è stato organizzato il progetto CAMPUS. Ampio spazio è stato concesso al settore della conciliazione, con la costituzione della commissione conciliatrice per le controversie della sub-fornitura (legge n. 192 del 1998), con la organizzazione di una tavola rotonda con lo scopo di presentare le funzioni di tale commissione.

L'Eurosportello ha organizzato 10 corsi di formazione per imprenditori sul territorio, allo scopo di rendere edotte le imprese sulle difficoltà connesse alla introduzione dell'euro. A tale proposito è stato predisposto e stampato un depliant in materia di adempimenti EURO. Tale documento è stato diffuso fra circa 18.000 imprese della provincia.

L'Ente camerale di Macerata ha formulato al fondo perequativo alcuni progetti che sono stati accolti.

Anno 1998.

- 1) Qualità totale. Modello di eccellenza europeo (EFQM);
- 2) Progettazione dello sportello unico per le imprese;
- 3) Miglioramento della qualità del registro delle imprese.

Anno 1999

- 1) Potenziamento della rete dei centri di informazione brevettuale (Centro PAT-LIB)
- 2) Qualità totale – Modello di eccellenza europeo (11 anni)
- 3) Miglioramento della qualità del Registro Imprese
- 4) Firma digitale
- 5) Diffusione della cultura conciliativa
- 6) La formazione e la qualificazione del commercio elettronico
- 7) Ufficio metrico

L'esame dei risultati contabili mette in evidenza che, nel 1998, l'ente, a fronte di una spesa complessiva di L. 9.213.189.683 ha sostenuto spese per iniziative promozionali pari a L. 3.111.681.297 corrispondenti al 33,77%. L'anno successivo la spesa corrente è passata a L. 10.601.861.460 e le spese promozionali sono state pari a L. 3.986.172.166 corrispondenti al 37,60%. Le spese promozionali, come si è visto altrove, riguardano le quote e i contributi associativi come le iniziative promozionali vere e proprie.

4) Camera di commercio di Pesaro e Urbino.

La Camera di commercio di Pesaro dispone di una sede principale in Pesaro, di una sede secondaria ancora in Pesaro, un'altra in Fano e l'ultima in Urbino.

L'Ente dispone anche di due aziende speciali rispettivamente:

- 1) "Pesaro Promozione". Questa azienda nel 1998 è stata trasformata in società per azioni con lo scopo di far partecipare altri soggetti pubblici e privati alla gestione della promozione locale attraverso l'attività del centro fieristico.
- 2) A.SP.IN. 2000 "Azienda speciale per la internazionalizzazione delle imprese", operativa dal 1.9.1998. La sua costituzione si è resa necessaria allo scopo di disporre di una struttura che si occupasse con agilità, efficacia ed efficienza dei problemi legati all'internazionalizzazione della imprenditoria locale. Le p.m.i. della provincia sono venute, in tal modo, in possesso di uno strumento di informazione, promozione, formazione per affrontare il mercato globale. L'azienda speciale gestisce gli strumenti più adeguati ed avanzati per la penetrazione nei mercati mondiali, per la erogazione di servizi reali alle imprese, partecipando a fiere ed eventi di mondializzazione, formazione professionale nello specifico settore, attività formativa informatica e divulgativa, ecc. Già nel 1998, l'Azienda speciale ha realizzato la partecipazione di imprese locali a mostre del mobile come ANUGA-SPEZIAL (Colonia, 15-18 ottobre) MEBEL del mobile russo (Mosca, 16-19 novembre) e Fiera del Mobile di Colonia (Colonia, gennaio 1999).

4.1) Partecipazione ad organismi associativi.

Anche la Camera di Pesaro mostra una significativa partecipazione ad organismi del sistema camerale (Tecno Holding Spa, Infocamere scpa, Mediacamere, Tecnocons. ecc.) e ad organizzazioni di rilevanza locale (Consorzio del mobile, SUISA, Società Aeroportuale Fanum Fortunae, Consorzio Marchigiano, Consorzio medio - Metauro, SEL Appennino Centrale ecc.).

Significativa è anche l'adesione a numerose camere di commercio italiane all'estero e ancora, a consorzi e cooperative garanzia fidi, all'Ente Fano Ateneo, all'Ente Pesaro Studi ecc.

Tralasciando di considerare l'attività svolta dalle aree "Servizi e AAGG) e "Servizi Anagrafici - certificativi", si porterà l'attenzione sul settore "Informazioni economiche e servizi all'impresa".

Nel corso del 1998 sono incrementate le attività promozionali soprattutto nella forma di penetrazione sui mercati esteri. Allo scopo sono stati organizzati incontri di missioni locali all'estero e ricevimento di delegazioni straniere a Pesaro (17). Sono state effettuate partecipazioni a congressi e meeting.

Intensa è risultata anche l'attività di consulenza allo sportello, la fornitura di informazioni su normative, appalti e finanziamenti comunitari, la raccolta di informazioni su clienti esteri, su aziende concorrenti, su banche dati, fornitura di informazioni su finanziamenti vari.

Le iniziative promozionali vere e proprie, svolte direttamente dall'ente camerale, in aggiunta a quelle realizzate dalle aziende speciali sono numerose e articolate.

Si va dalla partecipazione diretta con stands e delegazioni a mostre specializzate per prodotti agro-alimentari, vino, tartufi, ospitalità turistica, a realizzazione di progetti europei per paesi della Europa centrale e dell'Asia, all'apertura di una sede staccata a Nanchino, la messa a punto di un progetto per un "centro commerciale" di prodotti della provincia di Pesaro a Wolfsburg, ecc.

Molte sono poi le iniziative di promozione sviluppate da altri enti pubblici e associazioni private alle quali l'ente camerale ha partecipato economicamente.

4.2) Il fondo perequativo.

La camera di Pesaro ha presentato nel 1998 cinque progetti per godere dell'intervento del fondo perequativo.

- 1) Archiviazione ottica e recupero dell'arretrato
- 2) Carta dei servizi
- 3) Sportello ambiente
- 4) Euro: la moneta e i cittadini
- 5) Sede distaccata di Fano.

Per l'esercizio 1999 i progetti presentati e ammessi sono i seguenti:

- 1) Nuove competenze in materia di mercato
- 2) Programma di marketing territoriale.

4.3) Le iniziative svolte nel 1999.

Nel 1999 importanti iniziative vengono programmate e realizzate, alcune sono le prosecuzioni di quelle già illustrate a proposito dell'esercizio 1998. Altre sono originali nella proposta.

4.3.1) Costituzione della Spa "Fiere di Pesaro". La società neo-costituita si pone l'obiettivo di gestire il quartiere fieristico in località Campanara. Il complesso era gestito sinora dall'azienda speciale "Pesaro promozione" che viene soppressa. Con la costituzione della società di capitali si rende possibile l'ingresso di Banche, Provincia e Comune di Pesaro, Regione Marche. Riassumendo, in argomento di partecipazione, l'ente camerale interviene nell'aumento del capitale sociale da parte della Società che gestisce l'aeroporto. Infine interviene a sostegno del progetto Qualità in favore delle imprese produttrici di mobili del distretto. La società COSMOB gestisce un laboratorio che svolge le verifiche specialistiche per attestare la conformità dei prodotti (mobili) alle norme tecniche.

4.3.2) Azioni di studio e pianificazione strategica. E' stata predisposta dalla Facoltà di economia dell'Ateneo di Urbino una ricerca per l'individuazione di obiettivi strategici per lo sviluppo del territorio. E' in procinto l'avvio dell'attività di un laboratorio permanente di strategia e politiche per lo sviluppo economico – territoriale. Il Laboratorio produrrà rapporti semestrali dedicati all'analisi delle informazioni e al monitoraggio delle componenti territoriali dello sviluppo.

4.4) Azioni di proiezione dell'immagine del territorio e delle produzioni tipiche.

Si tratta di iniziative articolate su varie materie delle quali si ricordano le più importanti.

4.4.1) Presentazione della brochure edita dalla camera di commercio concepita quale biglietto da visita dell'economia del territorio pesarese.

4.4.2) Realizzazione, nell'ambito di Promo – Marche 1999 di uno stand istituzionale con prodotti tipici e prodotti di qualità e parallela organizzazione di un convegno sulla integrazione del turismo, con l'agricoltura e il commercio.

4.4.3) Organizzazione della 45^a mostra dei fiori e delle piante ornamentali da tenersi in concomitanza con la ricorrenza del Santo patrono S. Francesco d'Assisi.

4.4.4) Presentazione tramite conferenza, del distretto del mobile, in occasione del Salone del mobile di Milano.

4.4.5) Adesione al progetto "commercio elettronico" Special ITALY predisposto da Infocamere per la valorizzazione e promozione dei prodotti tipici del territorio.

4.5) Azioni di concertazione sui programmi di riqualificazione urbana e di sviluppo sostenibile del territorio. Tramite una convenzione sottoscritta con Provincia e Comune di Pesaro, si è passati alla attuazione di un programma di potenziamento e sviluppo del centro fieristico internazionale del Medio Adriatico.

4.5.1) Partecipazione ai lavori del consiglio di amministrazione della società che gestisce il patto Territoriale Appennino Marchigiano.

4.5.2) Partecipazione ai lavori del consiglio di amministrazione della società che gestisce il patto territoriale dell'Appennino centrale con approvazione del piano operativo.

4.5.3) Una consistente attività convegnistica è stata realizzata nel 1999. Essa riguarda:

- I patti territoriali e gli interventi sui distretti (30.1.1999)
- Il sistema dell'autotrasporto in Italia. Il corridoio adriatico. I sistemi dell'autotrasporto integrato (1.6.1999)
- Il nuovo ruolo di autonomia funzionale delle camere di commercio (12.11.1999)
- Collaborazione tra Provincia, Camera di commercio ed altri enti per la realizzazione di infrastrutture telematiche al servizio delle p.a. (23.11.1999).

4.6) Azioni in materia di turismo.

Rientrano in questo paragrafo le iniziative concordate in sede di consulta provinciale per il turismo e realizzate dalla camera di commercio in collaborazione con Regione Marche, Provincia e Associazioni di categoria.

Le manifestazioni fieristiche a cui si è deciso di partecipare sono: BIT di Milano; CMT di Stoccarda; FERIEN di Vienna; CBR di Monaco; HOLYDAY WORLD di Praga; BITEK di Roma; RTC di Firenze; WTM di Londra, ecc.

E' continuata comunque la partecipazione al progetto Ucraina Follow-up per valutare i riflessi dell'iniziativa in termini commerciali e turistici.

Si è partecipato con una settimana pesarese a Helsinki ad un'ulteriore settimana pesarese a Wolfsburg.

Un'altra serie di iniziative la camera pesarese ha svolto tramite l'Unione regionale delle camere di commercio. Si ritiene opportuno ricordare che si tratta di iniziative aventi rilevanza regionale.

- Adesione al Patto di sviluppo promosso dalla Regione Marche
- Adesione alla SVIM (Società di sviluppo Marche Spa) costituita con legge regionale n. 17/99. La società ha lo scopo di perseguire in attuazione del programma regionale di sviluppo, l'innovazione e l'integrazione dei mercati, anche sui mercati esteri del tessuto produttivo regionale. La quota di partecipazione dell'unione regionale è pari al 7,5% del capitale sociale (150 mld). Il contributo straordinario della Camera di Pesaro è pari a L. 37,5 milioni. Ancora l'Unioncamere ha sottoscritto, in rappresentanza di tutte le camere delle Marche, un protocollo d'intesa sulla internazionalizzazione delle imprese.

5) Unione regionale delle camere di commercio delle Marche.

La relazione della Regione non tratta in modo distinto dell'attività della Unione regionale. Qualche richiamo al predetto istituto si ha con riferimento alla Camera di Pesaro.

Regione Umbria.

La Regione dell'Umbria ha rimesso la propria relazione, quale allegato alla propria nota prot. 27.782 IV/L del 15.9.2000. La relazione si riferisce al 1998 ma l'Unione delle camere di commercio ha trasmesso pure i dati circa le pur importanti variazioni intervenute nel corso dell'esercizio 1999.

Nel 1998 si sono completate le procedure per la formazione degli organi camerali ai sensi della legge 29.12.1993, n. 580.

L'Umbria conta su due camere di commercio: Perugia e Terni, per complessive due sedi provinciali, e quattro sedi distaccate per Perugia e una sede distaccata per Terni. La facilità di accesso agli sportelli camerali è, inoltre, incrementata con l'entrata in funzione del servizio postale "CERTITEL".

Il sistema conta inoltre su due aziende speciali: Promo – Camera e Centro Congressi per Perugia e E.VA.PRO.T. per Terni.

Fanno parte della rete, l'Unione regionale delle camere di commercio e il centro commercio estero. Inoltre agiscono le borse merci (sale contrattazioni) e la Borsa immobiliare.

Nel 1998, nel complesso della regione, risultano iscritte al Registro delle imprese 75.362 imprese delle quali 23.185 quali imprese artigiane iscritte all'Albo gestito sulla base di una convenzione fra Regione e Camere di commercio.

Si tralasciano gli accenni a tutti gli albi, elenchi, ruoli la cui tenuta è affidata agli enti camerali.

Il personale dipendente degli enti camerali umbri ammonta (1998) a 149 unità di cui 89 presso l'ente perugino, 45 presso l'ente ternano; 9 presso il centro estero e 6 presso l'Unione camere di commercio.

Come è noto, riporta la relazione regionale, la legge affida alle camere di commercio, funzioni di interesse generale che possono essere così classificate:

- 1) funzioni di supporto e promozione degli interesse generali delle imprese;
- 2) funzioni amministrative ed economiche relative al sistema delle imprese;
- 3) funzioni delegate dallo Stato e dalle Regioni
- 4) funzioni consultive e di informazione economica su materie di interesse delle imprese.

Le azioni e gli interventi in favore della economia prendono varie forme come ad esempio:

- 1) contribuzione finanziaria a favore del sistema delle imprese;
- 2) offerta di servizi e messa a disposizione di strutture;
- 3) promozione degli scambi con l'estero e con il resto del Paese;
- 4) promozione turistica;
- 5) formazione di imprese e sua informazione;
- 6) supporto all'innovazione;
- 7) salvaguardia a fini economici del patrimonio ambientale;
- 8) statistiche, studi, ricerche;

9) finanza e crediti.

La Regione riconosce l'importanza dei servizi a supporto e a regolazione del mercato, anche attraverso l'attività delle sale contrattazioni e della borsa immobiliare.

1) Partecipazione in organismi societari.

Le camere di commercio realizzano una incisiva presenza in campo economico anche attraverso la partecipazione a società, enti, consorzi e associazioni di grande rilievo economico a livello regionale e nazionale.

Le partecipazioni a livello nazionale, riguardano, come per le altre camere, organismi del sistema come la società Infocamere che gestisce la rete di informatica nazionale.

A livello interregionale è particolarmente significativa la partecipazione al Comitato per la subfornitura che collega l'Umbria con le Unioni regionali delle maggiori regioni del nord del Paese.

A livello locale importanti sono le partecipazioni di ambedue le camere alla società per l'aeroporto regionale e alla società del centro fieristico regionale. Altre partecipazioni significative si hanno all'interno del Banco di assaggio dei vini d'Italia, nel Centro studi sul turismo di Assisi, nel Parco scientifico e tecnologico, nel Parco agroalimentare ecc.

2) Attività concernente gli scambi con l'estero.

Questa attività si manifesta in numerosi interventi anche diversificati. Intanto un ruolo importante in tal senso viene svolto dal Centro regionale per il commercio estero. Nello stesso contesto dobbiamo considerare anche le azioni di internazionalizzazione delle imprese.

Sono stati forniti aiuti ai consorzi Export affinché gli stessi portino a compimento i loro programmi. Notevole appare anche l'impegno profuso nella organizzazione di partecipazioni a fiere e mostre all'estero e nel ricevimento di delegazioni estere in Italia. L'attenzione viene rivolta soprattutto verso i paesi extra comunitari. Una rilevante quota delle risorse finanziarie viene destinata al parziale rimborso in favore delle imprese che partecipano autonomamente a esposizioni all'estero.

Numerosi appaiono i servizi informativi e di consulenza offerti alle imprese tramite gli appositi sportelli.

La tradizionale attività di organizzazione della promozione all'interno si è affievolita nel tempo e comunque nel caso dell'Umbria è stata assorbita nell'attività dell'Ente fiera.

Rimangono ancora attività di promozione delle produzioni locali attraverso consorzi come nel caso del vino e dell'olio extravergine d'oliva.

3) Attività di promozione turistica.

Sensibili all'importanza economica del turismo in una regione così particolare come l'Umbria, gli Enti camerali hanno partecipato economicamente alla organizzazione di importanti manifestazioni come Festival dei due mondi, Umbria Jazz, hanno sostenuto il Teatro stabile e riuscite manifestazioni gastronomiche come Umbria in tavola e Eurochocolat.

Ma il sistema camerale sostiene il settore turistico attraverso attività per lo sviluppo di infrastrutture e per l'assetto del territorio, con la ricerca e gli studi in campo turistico, in particolare l'agriturismo al quale è stata destinata una pregevole pubblicazione, con la messa a disposizione di contributi ad iniziative di settore.

4) Formazione d'impresa.

La formazione di nuove imprese ha costituito un impegno per il sistema camerale umbro. Tale impegno prende le forme più varie anche per l'intervento del Centro per la formazione imprenditoriale di Perugia e dell'Azienda speciale della Camera di Terni. E' stato attivato uno sportello di informazione sulle agevolazioni finanziarie per le imprese e per la nascita di nuove iniziative imprenditoriali.

5) Politiche della qualità e tutela dell'ambiente.

Il sistema camerale ha perseguito risultati di difesa ambientale favorendo l'ottenimento per le imprese del marchio di qualità.

E' stata poi svolta l'opera di diffusione e raccolta dei modelli di dichiarazione ambientale ed è stata diffusa la conoscenza della normativa di carattere ambientale.

6) Studi, statistica e documentazione varia.

Il sistema camerale dell'Umbria svolge una considerevole attività di raccolta e diffusione della informazione statistica, cura la realizzazione diretta di studi e ricerche con un'azione coordinata anche con altri organismi di ricerca esterni al sistema stesso.

Non c'è dubbio che tutta questa attività ha, seppure indirettamente, una proficua ricaduta sull'attività economica, poiché contribuisce a fornire utili strumenti per le decisioni dei singoli, per le politiche di programmazione degli enti, ecc.

Il sistema camerale umbro cura le tradizionali pubblicazioni ed è impegnato nella divulgazione di informazioni a carattere promozionale relative ai servizi offerti, alle ricerche, alle indagini svolte anche con la collaborazione di organismi esterni.

L'andamento congiunturale dei settori produttivi è oggetto di indagine dell'osservatorio economico regionale. Ancora, con la soc. Sviluppo Umbria è stata attivata una positiva collaborazione avente per oggetto una indagine consuntiva e previsionale di periodicità annuale avente per oggetto anche un'indagine biennale sulle caratteristiche strutturali delle imprese manifatturiere e di servizio dell'Umbria. Sempre nell'ambito di detta collaborazione è stato attivato un sito web quale strumento informativo attivato da Sviluppo Umbria nell'ambito del marketing territoriale.

Anche nella realtà umbra, il sistema ha realizzato per la propria parte il progetto Excelsior finalizzato alla individuazione dei fabbisogni di figure professionali espressi dalle imprese.

Le due camere pubblicano risultati di ricerche e periodici che affrontano tematiche di attualità economiche.

7) Il credito garantito.

I consorzi e le cooperative di garanzia collettiva fidi hanno da sempre ricevuto attenzione dal sistema camerale soprattutto come dotazione del fondo rischi.

8) Camera di commercio di Perugia.