



# La bacheca di Unioncamere



Mensile di informazione per il Sistema camerale,  
a cura dell'Ufficio Stampa e Comunicazione

redazione.bacheca@unioncamere.it

**n. 17 - dicembre 2010**

## Aziende Speciali, una formula vincente



Strutture strategiche del Sistema camerale impegnate a gestire attività innovative ad alto valore aggiunto sul versante della promozione delle economie locali e del supporto allo sviluppo delle imprese. Sono le 127 Aziende Speciali delle Camere di commercio, riunitesi nei giorni scorsi a Frascati in occasione del VI incontro nazionale a loro dedicato. Un'opportunità preziosa per rafforzare la spinta propulsiva ad attivare strumenti intercamerali condivisi, far crescere l'omogeneità di approccio negli interventi promozionali, impostare interventi congiunti con altri enti pubblici. Ma pure un momento di approfondimento del ruolo, delle funzioni e dei compiti delle Aziende Speciali anche alla luce delle novità introdotte dalla recente riforma delle Camere di commercio, che le ha inserite a pieno titolo, in quanto "organismi strumentali", tra i soggetti facenti parte del Sistema camerale. Ad oggi sono 78 le Camere di commercio che hanno costituito almeno un'Azienda Speciale e, di queste, ben 35 ne hanno fondata più di una. Perché, sempre di più, è attraverso queste strutture che le Camere di commercio riescono a realizzare un effetto "moltiplicatore" dell'efficacia degli interventi messi in atto a favore delle imprese. Secondo i dati emersi dall'Osservatorio Unioncamere più di un'Azienda Speciale su quattro opera su almeno 3 tipologie di attività, reperendo autonomamente oltre la metà delle entrate. E in media queste realtà "restituiscono al territorio" il 65 per cento delle entrate, a fronte di costi di struttura attestati intorno al 35 per cento delle uscite. Numeri che, in sintesi, indicano la forza trainante insita nella formula dell'Azienda Speciale,

nonostante le incertezze operative derivanti dal precedente quadro normativo. Un assetto normativo che, oggi, il decreto di riforma ha reso finalmente più organico. Ha chiarito la natura giuridica, la struttura, i limiti di operatività delle Aziende Speciali, a integrazione delle indicazioni contenute nella legge 580 del 1993, nei regolamenti di contabilità del 1997 e del 2005 e in alcune circolari ministeriali. Ne ha ribadito il profilo in quanto strutture specializzate chiamate a gestire attività e servizi di competenza delle Camere, singole o associate. Proprio grazie alla riforma, infatti, molte delle più importanti attività svolte da questi organismi per conto degli enti camerali sono state trasformate in vere e proprie competenze affidate al Sistema camerale. Dalla regolazione del mercato alla promozione di innovazione e trasferimento tecnologico, dal supporto all'internazionalizzazione, dall'orientamento alle professioni. Su questi temi, le Aziende Speciali lavorano da tempo con impegno, sviluppando nel contempo importanti collaborazioni. E' il caso dell'Accordo siglato a Torino sui temi dell'internazionalizzazione che ha consentito di creare una rete di strutture specializzate per valorizzare il Made in Italy all'estero. Come pure il network dei 25 laboratori camerali (Rete-Lab) che, dalla fine degli anni Novanta, hanno conseguito notevoli economie di scala e di specializzazione nell'accettazione dei campioni e nell'adozione delle metodologie di analisi. Una modalità, quella di lavorare in rete, che è nel DNA delle Camere di commercio e che la riforma intende sollecitare ulteriormente, stimolando il Sistema camerale a ricercare ambiti territoriali ottimali di operatività anche nell'utilizzo delle Aziende Speciali. E se l'iniziativa di Frascati è certamente uno strumento utile per andare in questa direzione, il Sistema camerale è pronto a raccogliere la disponibilità del Ministero dello Sviluppo Economico ad attivare congiuntamente un tavolo di approfondimento sugli aspetti attuativi delle norme in materia di Aziende Speciali. Risultati che verrebbero inseriti nel decreto di aggiornamento delle disposizioni del Regolamento di contabilità per le Camere di commercio.

## In questo numero:

**PMI più fiduciose sulla chiusura d'anno** pag. 2

**Un marchio per il cioccolato artigianale italiano di qualità** pag. 2

**Innovare, un fattore critico per competere** pag. 3

**Il titolo di studio conta ma da solo non basta** pag. 3

**La magistratura contabile promuove Unioncamere** pag. 4

**Tariffe: acqua meno cara a Milano, rifiuti più salati a Cagliari** pag. 4

**Benvenuta al Sud, al via la Banca del Mezzogiorno** pag. 4



## PMI più fiduciose sulla chiusura d'anno

Guardano al futuro con maggiore ottimismo le PMI industriali che, complici i buoni risultati consolidati nel terzo trimestre, formulano previsioni positive per la fine dell'anno. E' quanto emerge dall'ultima indagine congiunturale sulle piccole e medie imprese manifatturiere realizzata dal Centro studi Unioncamere, secondo la quale tra ottobre e dicembre il saldo tra quanti prevedono un aumento e quanti un calo della produzione è positivo per 13 punti (6 lo scorso anno). Sono gli imprenditori del Nord-Est i più fiduciosi (+20 punti), mentre più caute appaiono le imprese del Sud (+8 punti). D'altronde se i segnali di ripresa si fanno via via più concreti, questi non sembrano coinvolgere tutti allo stesso modo. In particolare soffrono ancora gli artigiani e le PMI del Mezzogiorno. Così se complessivamente nel terzo trimestre la produzione industriale tendenziale si consolida (+2%), il fatturato resta in campo positivo (+1,4%) e il portafoglio ordini riprende fiato (+2%), Sud e artigianato continuano a registrare un segno "meno". A essere più penalizzate restano infatti soprattutto le realtà imprenditoriali fortemente ancorate al mercato interno, mentre chi ha

saputo cercare nuove opportunità di sbocco per i propri prodotti è riuscito a risalire più in fretta i tornanti della crisi.



## Un marchio per il cioccolato artigianale italiano di qualità



Per abbandonarsi ai piaceri del cioccolato tra tradizione e cultura, basterà lasciarsi guidare passo dopo passo dalla scoperta degli originali percorsi proposti da

“Le Strade del Cioccolato”. Il nuovo strumento multimediale per conoscere i territori italiani ad alta vocazione artigianale cioccolatiera, ricchi di storia e bellezze naturali. E' questa una delle ultime novità lanciate dalle Camere di commercio di Belluno, Cuneo e Ragusa nell'ambito del progetto Cioccolati d'Italia, il marchio di qualità volto a promuovere le eccellenze nostrane prodotte dai tanti piccoli cioccolatieri italiani. Un alleato prezioso per salvaguardare e valorizzare le numerose tipicità locali del Belpaese, aiutandole ad imporsi sui mercati internazionali. Attraverso il sito [www.cioccolatiditalia.it](http://www.cioccolatiditalia.it) ci si potrà tuffare nelle delizie prodotte dai laboratori artigianali che aderiscono al progetto e conoscere i nomi dei più celebri maestri cioccolatieri, con le loro storie. Un viaggio virtuale tra leccornie di tutti i tipi: dai baci alla nocciola alla cioccolata di Modica, dalle prelibatezze agli agrumi alla cioccolata al ginseng. Negli ultimi anni le vendite dell'oro “nero” sono in costante crescita. E se i consumi di cioccolato nel nostro Paese non conoscono crisi anche all'estero la domanda è in significato sviluppo. Motivo per cui il progetto Cioccolati d'Italia, di cui le Camere di commercio di Ragusa, Cuneo e Belluno hanno fatto da apri pista, è aperto a tutte le Camere di commercio italiane affinché possa rappresentare il complesso delle migliori realtà del cioccolato artigianale nostrano anche fuori dai confini nazionali.



## Innovare, un fattore critico per competere



Per farsi largo sui mercati globali sempre più competitivi le nostre imprese devono puntare su idee nuove capaci di far evolvere il proprio business. E che la capacità di innovare costituisca uno dei fattori critici di successo, lo sanno bene le nostre medie imprese industriali che stanno dimostrando di saper reagire meglio delle altre a questa fase delicata della nostra economia, anche grazie alla loro propensione ad investire in innovazione e qualità. E' così che se per molte realtà produttive l'imperativo in questi anni difficili è stato il conseguimento di una maggiore efficienza produttiva, appare in graduale crescita il numero delle imprese manifatturiere che dichiarano di aver apportato innovazioni nel mix di

beni e servizi offerti per vincere la competizione, raggiungendo il 27% del totale. Come pure per il 2010, secondo un'indagine Unioncamere-Assinform, sono in aumento le medie imprese che affermano di voler investire in nuovi progetti o attività utilizzando servizi e tecnologie informatiche, circa il 45%. Proprio per sollecitare l'introduzione di percorsi innovativi nelle attività di impresa, sono stati dedicati incontri one to one tra esponenti del mondo imprenditoriale e della Ricerca nel corso della recente iniziativa Porte Aperte all'Innovazione, promossa dalla Camera di commercio di Ferrara. Perché se Ricerca e Competitività costituiscono un binomio inscindibile, allora è necessario favorire collegamenti stabili fra mondo scientifico e imprese. Un raccordo quest'ultimo che resta a detta del Presidente di Unioncamere, Ferruccio Dardanello, "uno dei nodi irrisolti del nostro Paese". Queste iniziative di informazione e sensibilizzazione vanno dunque nella giusta direzione anche perché ha aggiunto Dardanello "esiste un potenziale di innovazione, all'interno delle banche dati dei brevetti e dei marchi nazionali e internazionali, che non è stato ancora adeguatamente sfruttato a fini industriali". Ne è convinto pure il Presidente della Camera di commercio di Ferrara, Alberto Roncarati, motivo per cui la Camera di commercio ferrarese è stata tra le prime in Italia ad aver proposto una serie di iniziative sul tema.

## Il titolo di studio conta ma da solo non basta

A.A.A. laureati e diplomati con esperienza cercansi. Puntano sui profili più qualificati le aziende che non intendono farsi trovare impreparate a cogliere i segnali di ripresa in atto. Se dunque le assunzioni ritrovano smalto nel 2010, con 6.400 posti di lavoro in più per chi è in possesso di una laurea e 21 mila per chi detiene un diploma, la selezione diventa più agguerrita. Ad avvantaggiarsi saranno soprattutto dottori e diplomati che possono vantare sul proprio CV una storia professionale pregressa, dove pure lo stage può fare la differenza. E' quanto emerge dall'analisi presentata nei giorni scorsi da Unioncamere, sulla base del Sistema Informativo Excelsior, a Job&Orienta - la consueta manifestazione sul lavoro che si tiene a Verona - secondo la quale per 1 laureato su 10 la presenza nel curriculum di un'esperienza in azienda già nel corso degli studi può aprire le porte a un lavoro. Eppure talvolta il "pezzo di carta" da solo può bastare, ma deve essere quello giusto. Per alcune figure professionali considerate praticamente "introvabili" sul mercato, la laurea di per se può costituire infatti un lasciapassare all'assunzione. E' il caso dei neodottori provenienti dall'indirizzo sanitario e paramedico e da quello chimico e farmaceutico. Per loro trovare un lavoro sarà più facile. Perché incredibile a dirlo, in un momento che resta difficile per il



mercato del lavoro, molti sono ancora i posti che vanno in fumo per mancanza delle figure professionali richieste. Addetti marketing e sviluppatori di software in testa che, stando a quanto dichiarano le aziende, superano il 50% di difficoltà di reperimento. Pure i diplomati in indirizzo tecnico-professionale restano tra i "preferiti" nel settore privato ma anche tra i più difficili da "reclutare". Quest'anno la difficoltà a selezionare il candidato più adatto dovrebbe riguardare 26 entrate su 100, in significativa crescita rispetto al 2009. In particolare resta elevato il mismatching tra domanda e offerta per i diplomati in indirizzo meccanico, tessile-abbigliamento, legno-mobile, motivo per cui oltre il 40% di queste assunzioni previste rischia di bruciarsi.



## La magistratura contabile promuove Unioncamere

Unioncamere si conferma un ente complessivamente ben gestito. A dirlo è la Corte dei Conti nella relazione sul risultato del controllo eseguito sulla gestione finanziaria dell'Unione italiana delle Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura "snodo fondamentale del Sistema camerale, composto dalle 105 Camere di commercio nazionali, dalle Camere di commercio italiane all'estero e dalle Camere di commercio "miste" costituite in Italia, nonché dalle società e enti partecipati costituiti

al fine di raggiungere i molteplici e numerosi obiettivi affidati, nel tempo, dal legislatore e da altre Pubbliche Amministrazioni". La relazione si riferisce agli esercizi relativi al 2008 e 2009. Nel biennio considerato viene fatto notare "l'ente ha rinnovato i propri organi di direzione, amministrazione e revisione, rispettando essenziali regole di partecipazione e rappresentanza in modo da riflettere le variegate realtà geografiche e categoriali associate nel sistema camerale".

## Tariffe: acqua meno cara a Milano, rifiuti più salati a Cagliari

Milano è certamente tra le città più care d'Italia per molti aspetti della vita quotidiana ma non per tutti. Concedersi un po' di relax immergendosi nella vasca da bagno per i cittadini meneghini costa a sorpresa infatti quasi quattro volte meno che a Firenze. Ma se per l'acqua potabile una famiglia milanese spende 81 euro contro i 317 di un analogo nucleo fiorentino, di contro si trova a pagare tra le bollette più salate del Belpaese per i rifiuti solidi urbani. E' quanto emerge dall'indagine in corso sugli anni 2008/2009 dell'Osservatorio "Prezzi e Mercati"



di INDIS, Istituto dell'Unioncamere specializzato nella distribuzione, sulle tariffe locali di 50 capoluoghi di provincia. Un'utile mappatura territoriale che mette in luce le profonde differenze dei costi dei servizi da una parte all'altra dello Stivale. Dati alla mano si scopre infatti che per le tariffe dei rifiuti solidi urbani pagate dalle famiglie la variazione del 4,6% rilevata dall'Istat nel 2009 sintetizza tassi di crescita delle diverse città compresi tra il -1% e il +57%. In termini di livelli, la spesa per una famiglia tipo composta da tre componenti varia sul territorio con un rapporto da 1 a 2,5. Si va dal valore più basso di Campobasso, pari a 130 euro annui, fino a quello più alto di Cagliari, pari a 330 euro, seguita a ruota da Milano con 283,2 euro e Palermo 281,9 euro. Pure sull'acqua potabile le discrepanze geografiche sono notevoli. La variazione del 5,9% rilevata dall'Istat nel 2009 sintetizza tassi di crescita compresi tra il -13% e il +33%. Fra i capoluoghi di regione la spesa per una famiglia tipo composta da tre componenti varia sul territorio con un rapporto da 1 a 4, che vede sui fronti opposti, come si è detto, la città milanese e fiorentina.

## Benvenuta al Sud, al via la Banca del Mezzogiorno

Dopo anni di attesa la Banca del Sud sta per diventare realtà. Con il varo del Consiglio dei Ministri del Piano per il Sud, si è dato avvio alla nascita della Banca del Mezzogiorno. Un importante strumento che permetterà di stimolare l'espansione delle PMI meridionali e di alimentare un circolo virtuoso per il rilancio dello sviluppo e dell'occupazione. Fin dall'inizio il Sistema delle Camere di commercio italiane ha accolto con estremo favore la proposta di partecipare alla costituzione della nuova istituzione finanziaria entrando a far parte, attraverso Unioncamere, del Comitato promotore della Banca. Ed è impegnato a collaborare con gli altri partner del

Comitato, per il concreto decollo dell'iniziativa sui territori.

"La Bacheca" di Unioncamere: Anno 1 N. 2  
Mensile di informazione tecnica.  
In attesa di registrazione presso il Tribunale di Roma  
Editore: Retecamere Scrl - Roma  
Redazione: p.zza Sallustio, 21 - 00187 Roma  
Tel. 064704.1  
Direttore responsabile: Willy Labor  
Coordinamento redazionale: Loredana Capuozzo