



La bacheca di Unioncamere

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

redazione.bacheca@unioncamere.it

luglio 2011

Unionfiliere, per valorizzare impresa e territorio



Giovanni Tricca, Presidente della Camera di commercio di Arezzo, è stato eletto, lo scorso 6 luglio, dall'assemblea dei soci di Unionfiliere alla presidenza di questo nuovo organismo del Sistema

camerale per la valorizzazione delle filiere del Made in Italy, nato dalla fusione di Assicor (l'associazione intercamerale per lo sviluppo produttivo dell'oreficeria, argenteria ed affini, di cui lo stesso Tricca era Presidente) e di Itf - Italian Textile Fashion (l'organismo intercamerale per la valorizzazione e la tutela dei prodotti della filiera moda). Lo incontriamo per capire il perché di questa trasformazione e i programmi per il futuro.

Cosa ha spinto alla nascita di Unionfiliere?

Unionfiliere è la dimostrazione tangibile dell'attenzione che le Camere di commercio prestano alla tutela ed alla valorizzazione del Made in Italy che, è bene ricordarlo, rappresenta il terzo brand più famoso nel mondo, dopo quello della Coca Cola e della Visa. Le positive esperienze maturate nel settore orafa-argentero con Assicor ed in quelli del tessile-abbigliamento, della pelletteria e delle calzature con Itf, ci hanno spinto a dar vita ad un organismo unitario che potesse da un lato garantire un sempre maggiore coordinamento fra le diverse iniziative e dall'altro consentire un'agevole estensione anche ad altri settori del Made in Italy, man mano che se ne ravvisasse la necessità.

Quali sono i programmi per il prossimo futuro?

Una particolare attenzione sarà data ai temi della tracciabilità e dell'internazionalizzazione. Saranno, infatti, queste le leve primarie attraverso le quali Unionfiliere intende supportare il Sistema camerale nell'elaborazione e nello sviluppo di politiche di rilancio delle principali filiere manifatturiere italiane. Ciò nella convinzione che impresa e territorio costituiscano un binomio indissolubile da valorizzare, anche attraverso strumenti in grado di raccontarne la storia: dall'origine del prodotto agli aspetti etici, ambientali,

qualitativi a esso connessi. Diffondere questa consapevolezza tra le nostre aziende è dunque indispensabile per aiutarle a competere sui mercati globali e non solo. A tal fine Unionfiliere farà da cerniera tra imprese, istituzioni, associazioni di categoria e Sistema camerale per favorire la creazione di una piattaforma comune di individuazione e conoscenza delle filiere, delle reti e dei gruppi di imprese, sulla base della quale impostare specifici programmi di sviluppo e sostegno.

Non si corre il rischio di trascurare le problematiche specifiche di un singolo settore?

Proprio per evitare che l'elaborazione e la realizzazione di progetti generali a favore del Made in Italy possano far perdere di vista le "specificità" di ciascun settore, è prevista, all'interno di Unionfiliere, la costituzione di Comitati di filiera per affrontare le tematiche proprie di ciascun comparto. La stessa Assemblea che mi ha eletto alla Presidenza, ha già costituito i Comitati di filiera "Oro" e "Moda", rispettivamente eredi di Assicor e Itf, di cui, peraltro, manterranno le denominazioni e proseguiranno le attività già in essere. E presto ciascuno dei suddetti Comitati provvederà alla nomina dei propri organi, Presidente ed Ufficio di presidenza così da poter affrontare, in piena efficienza, la ripresa dei lavori dopo l'ormai prossima pausa estiva.

A quali altre filiere si pensa di poter estendere quanto già fatto per l'oro e la moda?

Già nel corso dell'Assemblea di luglio è stata evidenziata, da parte di alcune Camere di commercio, l'opportunità di considerare l'eventuale costituzione di Comitati per la nautica ed il legno-arredo. I nostri uffici stanno già studiando la questione ed elaboreranno documenti da sottoporre agli organi direttivi. Credo che l'attività di Unionfiliere potrà avere senza dubbio un'ulteriore estensione ad altri settori, poiché ritengo che questa possa essere la via affinché il Sistema camerale possa fornire un effettivo sostegno al Made in Italy.

In questo numero:

Excelsior si fa in 4 per rilevare i fabbisogni occupazionali pag. 2

Formazione: al via la nuova iniziativa del Sistema camerale pag. 2

Il Capo dello Stato riceve il vertice di Unioncamere pag. 3

Cultura, un'industria che vale il 5% del PIL pag. 3

Made in Italy, un patrimonio da salvaguardare pag. 4

Patto Unioncamere-ONAF per promuovere l'eccellenza casearia pag. 4



Excelsior si fa in 4 per rilevare i fabbisogni occupazionali

Ripresa lenta ma significativa dell'offerta di lavoro. Aumentano di 23mila unità le assunzioni programmate dalle imprese tra luglio e settembre 2011, rispetto allo stesso periodo del 2010, portando a 162.600 il numero complessivo delle entrate previste nel terzo trimestre. Operai specializzati e conduttori di impianti (33.500), addetti qualificati nelle attività commerciali e nei servizi (62mila), tecnici (22.500) e professionisti ad elevata specializzazione (6.300): sono questi i profili maggiormente richiesti dalle aziende per proseguire lungo il cammino della crescita. Chi è in cerca di lavoro potrà trovare maggiori opportunità occupazionali a Roma (13.810), Milano (10.800), Napoli (6.770) che, nel periodo considerato, si piazzano nelle prime tre posizioni della classifica provinciale per numero di assunzioni pianificate dalle imprese. E' la fotografia scattata dal Sistema informativo Excelsior di Unioncamere e Ministero del Lavoro che, per la prima volta, presenta a cadenza trimestrale il quadro dei fabbisogni di manodopera in tutte le province italiane. Una novità che rende Excelsior un'indagine unica nel panorama statistico europeo, basandosi su oltre 250mila interviste all'anno. "In questo modo - ha fatto notare il Presidente di Unioncamere Ferruccio Dardanello nel corso della recente presentazione dell'indagine - "si rafforza il suo ruolo di base informativa aggiornata, sistematica ed affidabile a disposizione dei diversi livelli di governo, locale, regionale e nazionale, per la predisposizione di interventi ad hoc in ciascuna provincia e per ciascun segmento del mercato del lavoro, nell'ambito dei nuovi e più ampi

processi di concertazione territoriale". Sulla stessa lunghezza d'onda il Ministro del Lavoro, Maurizio Sacconi, secondo il quale la rilevazione rappresenta "uno strumento fondamentale affinché i giovani vengano accompagnati ad avere le competenze richieste dal mercato del lavoro" in modo da fare "crescere anche l'occupazione e l'economia". Perché se è vero che per il III trimestre è prevista mediamente una riduzione delle difficoltà di reperimento dei profili professionali ricercati, il mismatching tra domanda e offerta di lavoro resta un paradosso inaccettabile. I più "introvabili" tra le figure high skill a contratto non stagionale, sono i tecnici dell'industria e delle costruzioni e i tecnici del marketing cui si aggiungono gli specialisti in scienze matematiche, fisiche e naturali, dei quali 4 su 10 sono ritenuti irrimediabili sul mercato.



Formazione: al via la nuova iniziativa del Sistema camerale



Intensificare e specializzare l'impegno camerale per migliorare e rendere più stretto il collegamento tra offerta formativa e domanda delle imprese. E' questo l'obiettivo della nuova iniziativa di Sistema dedicata alla promozione della cooperazione con le scuole e le università in materia di alternanza nei contesti internazionali e potenziamento dell'orientamento nei settori tecnico-scientifici. Il progetto, finanziato dal Fondo perequativo

per un importo di oltre 1,5 milioni di euro, punta a estendere, coordinare, sostenere e affiancare, in almeno 60 province, la presenza e le funzioni delle strutture camerali nel campo della crescita e valorizzazione del capitale umano. Tre le linee d'azione previste: la creazione di laboratori territoriali per la diffusione e lo sviluppo dell'Istruzione Tecnica e delle professioni tecnico-scientifiche, con particolare riguardo al ruolo delle Camere per l'avvio dei nuovi Istituti Tecnici Superiori; un programma di stage ed esperienze in alternanza all'estero e in ambienti di lavoro transnazionali per formare competenze e professionalità molto richieste dalle imprese; la realizzazione di nuove iniziative e strumenti per supportare le reti d'orientamento scolastico, universitario e professionale al fine di avvicinare i giovani al mondo della produzione e agevolare la transizione al lavoro (come "La Giornata del Lavoro" realizzata su base nazionale e territoriale). Per aderire al progetto le Camere di commercio interessate avranno tempo fino al 20 settembre 2011, ulteriori informazioni sono disponibili su www.unioncamere.net.



Il Capo dello Stato riceve il vertice di Unioncamere



Si è concluso idealmente a Roma, martedì 19 luglio, con l'udienza dal Capo dello Stato il programma di iniziative promosso da Unioncamere per le celebrazioni dell'Unità d'Italia. È stato l'Ufficio di Presidenza dell'Unione delle Camere di Commercio ad illustrare al Presidente della Repubblica, Giorgio Napolitano, le tappe di "Italia 150, le radici del futuro", il road show che ha attraversato simbolicamente l'intero Stivale. Un progetto itinerante nato con lo scopo di sviluppare un confronto che, partendo da una rigorosa analisi storica, proponesse una visione prospettica, capace di cogliere nei caratteri del sistema imprenditoriale italiano le radici di una

scommessa sul futuro. Ma non solo. L'iniziativa è stata pure un'occasione preziosa per riscoprire le origini delle Camere di commercio, istituzioni che il primo Parlamento, già nel 1862, ha individuato come protagoniste a fianco delle imprese. L'incontro al Colle ha rappresentato dunque un momento importante di riflessione su passato, presente e futuro del Sistema camerale al servizio del Paese e del suo sviluppo. Soprattutto in un passaggio, come quello attuale, nel quale l'Italia chiamata a fare forti sacrifici richiede più che mai uno sforzo collettivo per superare questa delicata fase. Le forze imprenditoriali, secondo i dati delle Camere di commercio, stanno già facendo la loro parte. A confermarlo è pure il bilancio anagrafico delle imprese che, nonostante i tanti ostacoli che frenano chi vuole fare impresa, nel II trimestre del 2011 ha registrato un saldo positivo di 39 mila unità. Per questo il Presidente di Unioncamere Ferruccio Dardanella ha auspicato che si acceleri il cammino intrapreso delle riforme su: giustizia civile con la mediazione, semplificazione con lo sportello unico, internazionalizzazione con il riordino degli enti di promozione. Interventi a costo zero che, secondo il Sistema camerale impegnato in prima linea su questi temi, possono cambiare profondamente il volto del Paese aumentandone l'efficienza, la produttività e lo sviluppo.

Cultura, un'industria che vale il 5% del PIL

400.000 le imprese, 68 miliardi di euro la ricchezza prodotta, 1,5 milioni gli occupati. Sono questi i numeri dell'industria culturale italiana messa sotto la lente di ingrandimento da un recente studio realizzato da Unioncamere e Fondazione Symbola, a dimostrazione che di cultura in Italia si "vive" eccome! Basti pensare che il valore aggiunto prodotto da questo business vale circa il 5% dell'economia nazionale. Un intreccio di settori che va dalle industrie culturali in senso stretto a quelle creative, dalle attività legate al patrimonio storico-artistico architettonico a quelle di performing art e arti visive in forte dinamicità. Dati alla mano, secondo la ricerca presentata a inizio luglio a Montepulciano, nel triennio nero 2007-2010, mentre altri comparti hanno faticato a tenere il passo, il giro d'affari delle imprese della cultura è cresciuto del 3%, 10 volte tanto l'economia italiana nel suo complesso (+0,3%). E pure sul fronte occupazionale malgrado una pesante flessione del -2,1% subita a livello complessivo, l'industria culturale ha dimostrato di saper reagire meglio alla crisi mettendo a segno un aumento del +0,9% (+13 mila posti di lavoro). A leggere i dati insomma è chiaro che la cultura non è solo passato ma anche - come ha detto il Presidente di Unioncamere Ferruccio Dardanella - presente, progresso, sostenibilità. "Siamo convinti - ha detto Dardanella - che la cultura sia l'origine e, allo stesso tempo, la frontiera



della competitività del nostro Made in Italy". E guardando alle esportazioni di questo segmento, che nel 2010 hanno toccato quota 30 miliardi di euro, il Presidente di Unioncamere ha fatto inoltre notare quanto l'alto tasso di competitività sui mercati mondiali di questo settore abbia una "ricaduta straordinaria sui territori di origine: ogni euro prodotto dal sistema culturale ne attiva 2 a livello di indotto". Insomma se qualcuno ha veramente sostenuto che "con la cultura non si mangia" ha fatto da eco Ermete Realacci, Presidente di Symbola-Fondazione per le qualità italiane, "ha detto una cosa sbagliata. Sottovalutare la cultura è miope perché proprio l'intreccio tra cultura e bellezza è una delle radici più profonde e feconde della nostra identità e della competitività della nostra economia".



Made in Italy, un patrimonio da salvaguardare

Combattere la contraffazione e l'Italian sounding, rafforzare la distribuzione dei prodotti tipici all'estero. Sono queste le priorità di intervento per tutelare il Made in Italy nel mondo, delineate nel corso della giornata pubblica del XII Meeting dei Segretari Generali delle 75 Camere di commercio Italiane all'estero. Oggi infatti l'industria del falso sta acquisendo dimensioni sempre più allarmanti. A pagare il conto più caro è il settore della moda, cui appartiene il 60% dei prodotti "taroccati" a livello mondiale. Un mercato che in Italia raggiunge i nove miliardi di euro, costituendo una vera e propria minaccia per un settore che, secondo i dati di Sistema Moda Italia, nel 2010 ha registrato un fatturato di circa 50 miliardi di euro, di cui quasi la metà derivante dall'export. Se la contraffazione è una piaga che colpisce in particolare l'industria del fashion, l'Italian sounding rappresenta la principale insidia per l'agroalimentare tricolore. E non solo a parole. Oggi questo fenomeno genera un business di 60 miliardi di euro l'anno, un giro d'affari che vale già più del doppio dell'export del settore. Tutela della tipicità, intesa come legame prodotto-territorio, qualità e tracciabilità della filiera costituiscono dunque le vie maestre per difendere le produzioni italiane. Secondo il Sottosegretario allo Sviluppo economico, con delega al Commercio con l'estero, Catia Polidori bisogna "obbligare le aziende



che importano dai paesi extra europei all'etichettatura di provenienza e scoraggiare con forza chi produce e importa in modo illegale e scorretto". Sulla necessità di puntare pure ad "educare" gli acquirenti all'autentico consumo italiano ha parlato il Segretario generale di Unioncamere, Claudio Gagliardi, per il quale "il Sistema camerale deve impegnarsi con sempre maggiore forza nel favorire la conoscenza del fenomeno della contraffazione, evidenziandone le conseguenze sia sul sistema produttivo che per i consumatori e valorizzando, al contempo, l'originalità dei prodotti italiani". E per creare una maggiore consapevolezza presso i consumatori dei caratteri distintivi delle nostre produzioni Augusto Strianese, Presidente di Assocamerestero, ha sottolineato l'importanza di "iniziative congiunte per rafforzare il legame tra territorio, ristorazione e hospitality".

Patto Unioncamere-ONAF per promuovere l'eccellenza casearia

Sostenere e valorizzare le eccellenze della tradizione casearia nazionale. E' questo il senso del recente accordo siglato tra il Sistema camerale e l'ONAF per promuovere la ricca offerta dei formaggi italiani sulle tavole tricolori e nel mondo. Un contributo concreto alla diffusione degli "autentici" sapori della nostra enogastronomia e alla loro tutela, anche in chiave di lotta alla contraffazione. Qualità, difesa dell'originalità e promozione del gusto Made in Italy, che trovano nel progetto del marchio di certificazione Ospitalità Italiana per i ristoranti italiani "doc" nei cinque continenti, un punto importante di riferimento. Secondo i termini dell'intesa, Unioncamere si impegna a promuovere presso le Camere di commercio le attività dell'ONAF (l'Organizzazione nazionale degli assaggiatori

di formaggio), e delle sue articolazioni territoriali al fine di favorire la nascita di collaborazioni operative sia a livello territoriale che nazionale. Da parte sua, l'ONAF metterà a disposizione le proprie iniziative e le proprie professionalità per la realizzazione di attività promozionali, convegnistiche o di studio che le parti decideranno di intraprendere. Sul piano operativo si prevede l'istituzione presso Unioncamere di un tavolo di indirizzo e coordinamento, composto da due rappresentanti per ciascuna delle parti, cui spetterà definire programmi e iniziative tesi alla qualificazione e alla valorizzazione delle produzioni casearie.



"La Bacheca" di Unioncamere: Anno 2 N. 5
 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

La redazione vi dà appuntamento a settembre
 Il numero è stato chiuso in redazione il 19 luglio 2011