

Va sottolineato che il progetto ha ricevuto una serie di lusinghieri apprezzamenti e che anche quest'anno si sono tenuti due convegni nazionali di presentazione dei risultati, con la partecipazione di esponenti del governo, del mondo accademico, delle associazioni di categoria, ecc., nei quali è stato registrato un consenso pressoché unanime dagli organi istituzionali e dalle parti sociali.

Le Camere di Commercio, possono così contare su un preziosissimo strumento informativo da mettere a disposizione della concertazione a tutti i livelli, quindi, oltre che per i servizi che può generare, Excelsior è un'importante opportunità per lo stesso ruolo istituzionale della Camera quale ente locale funzionale e soggetto attivo sul territorio in materia di politiche per l'occupazione e la formazione.

Anche dal punto di vista della gestione economico-finanziaria, la seconda annualità del progetto Excelsior può essere considerata un successo pieno: infatti, il complesso delle attività progettuali (svoltesi tra la seconda metà del 1997 e i primi dieci mesi del 1998) avevano a disposizione un budget di 5.611 milioni di lire tramite un finanziamento del Ministero del Lavoro e dell'UE, a copertura del 100% dei costi. Per il 1998 il budget a disposizione era di 5.097 milioni di lire, di cui sono state impegnate spese dirette per 4.444,3 milioni di lire, a cui va aggiunta la quota parte relativa alla copertura delle spese di personale dell'Unione e a copertura delle spese di funzionamento, gestione e servizi interni.

Dal novembre del 1998 ha preso avvio la III^a annualità del progetto, per la quale il Ministero del Lavoro e della Previdenza Sociale garantisce ancora la copertura totale dei costi.

"LAPIN: Labour Policies Information Network" - La linea strategica che il sistema camerale italiano sta portando avanti in Italia con Excelsior è stata sposata anche dall'unione Europea che - con la convinta adesione delle Camere di commercio francesi e della Vallonia, nonché dei Tec (Training and employment center) inglesi - ha finanziato l'estensione del sistema Excelsior

anche a livello Europeo. Il progetto, che va sotto il nome di LAPIN (Labor Policies Information Network) ha preso ufficialmente avvio nel primo semestre 1998 e durerà fino ad aprile del 2000.

Lapin, oltre a prevedere entro ottobre 1999 l'implementazione di un sistema informativo sulla domanda di lavoro in Francia, Belgio e Inghilterra mira anche a sperimentarne l'attendibilità facendo riferimento alle politiche occupazionali di successo attuate nei paesi coinvolti e a realizzare azioni dimostrative con le P.A. e soggetti non profit per meglio definirne le diverse forme di utilizzazione.

La Commissione europea ha recentemente effettuato il controllo annuale obbligatorio sul progetto (audit) promuovendo l'operato dei soggetti impegnati. Le attività procedono con regolarità e tutte le risorse disponibili (200 milioni) sono state impiegate come previsto in sede di preventivo.

"Le Camere di Commercio e l'Euro" - Il progetto era articolato in due linee di interventi: la prima volta a fornire assistenza alle Camere per l'introduzione dell'Euro; la seconda diretta a realizzare interventi di promozione e di comunicazione per favorire la massima diffusione delle conoscenze sull'introduzione della moneta unica.

Per la prima linea è stata realizzata una guida operativa per le Camere di Commercio contenente i principali adempimenti - a carattere amministrativo, procedurale ed in parte organizzativo - cui le stesse realtà locali del sistema dovranno uniformarsi, a seconda dei singoli casi, per il passaggio all'Euro dal 1° gennaio 1999.

In particolare il documento si è servito del Piano Organizzativo di Attuazione previsto dal D.P.C.M. del giugno 1997, al quale Piano ha contribuito anche Unioncamere; si ricorda che tale adempimento per il sistema delle Camere di Commercio derivava da un obbligo specifico di legge, previsto dal D.P.C.M. del giugno 1997 (alla pari di tutte le amministrazioni pubbliche centrali e locali).

Per tale attività - conclusa come da progetto entro il 30 giugno 1998 - è stato speso il 40% del budget assegnato.

Per la seconda linea, si è proceduto ad una serie di interventi. In particolare sono state oltre novanta le azioni a supporto degli interventi delle Camere di Commercio: realizzazione di progetti di sperimentazione e di informazione, seminari pubblici, azioni di formazione, ecc.

In oltre quaranta Camere di Commercio si è svolta un'attività di programmazione a favore dei Comitati Euro provinciali (cui le Camere offrono un supporto operativo stabile) e delle azioni emanate dagli stessi.

Di notevole successo la progettazione e la produzione di strumenti di comunicazione e d'informazione per l'Euro, ripresi da molti soggetti anche esterni al sistema camerale.

E' stata realizzato su oltre 70 Camere di Commercio - con anticipo sui tempi previsti - il collegamento in posta elettronica dedicato esclusivamente ai temi della moneta unica, realizzando la rete Europoint, prima ed unico sistema di collegamento per le attività Euro, presente oggi sul territorio, per il coordinamento e la concertazione di iniziative dedicate ai sistemi locali.

Senza alcun costo aggiuntivo è stato realizzato il sito Euro dell'Unioncamere nazionale che ha raggiunto nel novembre scorso la quota di oltre mille contatti utili (circa il 20% di quelli complessivi dell'Unione).

Rispetto al budget assegnato di 100 milioni di lire, gli impegni sono stati pari al 91,4%.

5° OBIETTIVO: LA COMUNICAZIONE

Al fondamentale ruolo della comunicazione, - quale strumento per favorire, all'interno, la circolazione della cultura camerale e per sostenere, all'esterno, l'immagine ed il ruolo del sistema camerale, - il programma 1999 finalizzava una serie di progetti, alcuni dei quali, affidati alla realizzazione della partecipata MediaCamere.

"Internet" - L'obiettivo era quello di favorire la presenza su Internet delle Camere di Commercio come sistema e la realizzazione e messa in rete Internet di servizi specifici dell'Unione.

Con questo progetto, quindi, l'Unioncamere si è fatta carico di realizzare un'azione di coordinamento della presenza camerale su Internet. Sono state fatte importanti scelte per rendere più efficace e visibile l'investimento camerale in questo settore che, anche nella prospettiva del commercio elettronico, potrà rivelarsi realmente strategico.

Un apposito comitato composto da esperti delle Unioni regionali e da altre agenzie specializzate del sistema ha impostato il lavoro per iniziative comuni, individuando un dominio unico del sistema camerale. E' stata inoltre stabilita l'impostazione di una home page nazionale con la quale si è puntato sia alla diffusione tramite il *World Wide Web* delle informazioni generali sull'attività dell'ente, sia all'orientamento degli utenti sulle specifiche prestazioni del sistema camerale. Si è redatto infine un codice di comportamento da raccomandare a tutte le strutture del sistema camerale.

I siti camerali presenti in rete a fine 1998 sono 57, contro i 35 della fine del 1997. Tutte le Camere di Commercio inoltre sono dotate almeno di una casella di posta elettronica.

Le risorse utilizzate per la realizzazione del progetto - 149,6 milioni di lire - sono allineate complessivamente a quanto determinato in sede di preventivo (150 milioni). In particolare, 132 milioni sono stati destinati alla realizzazione del sito Unioncamere ed a garantirne la gestione e l'implementazione; 10,8 milioni per la realizzazione di uno specifico servizio relativo al Progetto Excelsior; 4,8 milioni per la formazione del personale e 2 milioni per l'erogazione dei gettoni di presenza relativi alle riunioni del comitato di coordinamento.

"Guida ai servizi camerali per le imprese agroalimentari" - L'iniziativa era finalizzata ad ottenere una migliore pubblicizzazione del ventaglio dei servizi offerti dal sistema camerale alle imprese agricole, convogliando in un unico strumento informativo le diverse attività e servizi offerti relativamente alla certificazione, la promozione, l'assistenza tecnica, la formazione e l'informazione economica.

Con la collaborazione di MediaCamere, sono state, pertanto, raccolte e sistematizzate le informazioni delle Camere di Commercio sui servizi offerti nel settore agricolo.

La pubblicazione che è scaturita da questa iniziativa, "Guida ai servizi camerali per le imprese agricole" ha ottenuto un buon successo.

Apprezzamenti per l'iniziativa, oltre che dal Ministro per le politiche agricole, sono pervenuti dalle Associazioni di settore e dalle Regioni.

In base ai riscontri positivi finora emersi, si sta rilevando giusta l'esigenza di dare visibilità ai servizi camerali per il comparto agro-alimentare, privilegiando un approccio "fattoriale" e facendo emergere l'utilità dell'iscrizione degli operatori agricoli al Registro Imprese.

"Per l'impresa" - Il 1998 ha segnato il quarto anno di vita della rivista *"Per l'impresa"* ed anche di significative innovazioni.

In linea con la missione assegnatagli di media di servizio, alimentato dalle iniziative del sistema camerale nelle sue articolazioni e ad esso rivolto, nel 1998 *"Per l'impresa"* ha lavorato lungo quattro linee: evidenziare la sua appartenenza al sistema camerale; rafforzare la funzione di collegamento informativo ed operativo tra tutti i punti, anche i più remoti, del sistema camerale; accentuare la capacità di analisi, di approfondimento e di connessione di temi e di esperienze; ribadire la sua destinazione alla progettualità e all'operatività camerale.

Per l'Impresa ha sviluppato questa sua funzione con particolare attenzione all'emergenza di nuovi temi: il ruolo camerale nelle politiche di concertazione, la valorizzazione dei sistemi locali e d'impresa, la connessione della dimensione territoriale con quella europea, il networking di sostegno alla finanza di impresa minore.

I 22 numeri realizzati nel corso del 1998 hanno totalizzato 704 pagine (154 delle quali dedicate a Dossier di approfondimento dei grandi temi del dibattito e dell'operatività camerale) per oltre mille articoli e segnalazioni che hanno toccato circa l'80% dei sistemi camerali locali. La prevalenza di quelli del Nord

rispetto a quello del Centro e del Sud è stata peraltro riequilibrata dal rilievo assunto dalle politiche di concertazione, che ha consentito ai sistemi camerali del Mezzogiorno di avere una presenza significativa e a volte prevalente in numerosi Dossier.

Un arricchimento ha anche vissuto il supplemento mensile "Istituzione per l'impresa". Nato come il "media" della partecipazione camerale al processo di discussione e di cambiamento degli scenari economici e istituzionali del nostro Paese, in asse con questa missione, Istituzione per l'impresa ha connesso la progettualità camerale con tutti quei soggetti limitrofi egualmente coinvolti nei temi del cambiamento: rappresentanti del mondo politico e delle istituzioni, delle associazioni imprenditoriali e dei lavoratori, studiosi e opinion leader economici, il mondo dei consumatori.

In quanto strumento mirato ad accompagnare la sfida proposta dal cambiamento, il contesto strategico per le Camere e per il sistema al quale Istituzioni per l'impresa ha fatto riferimento è quello delicato e complesso, della vasta opera di decentramento amministrativo attivato dalla Legge 59/1997 (Legge Bassanini).

Per questo ruolo, e per il rilievo assunto presso il mondo extra-camerale e delle Istituzioni, il mensile ha potuto ospitare i contributi di numerosi tra i principali protagonisti della vita politica ed economica nazionale. Ciò ha tra l'altro consentito di accentuare la specializzazione dei ruoli di Per l'impresa e di Istituzioni (la prima indirizzata all'interno del sistema con funzioni di informazione/formazione, la seconda al suo esterno con funzioni di rappresentazione) in modo da realizzare una loro complementarità priva di sovrapposizioni.

La rivista, la cui realizzazione è a cura di MediaCamere, ha comportato, come nelle previsioni, un impegno di spesa di 1.008 milioni di lire.

"Agenzia di stampa del sistema camerale" - Nel corso del 1998 è stata avviata la Campagna di promozione del sistema camerale, attraverso l'utilizzo di più mezzi di comunicazione, per l'affermazione del ruolo centrale e strategico delle

Camere di Commercio e della rete organizzativa e di servizi che queste offrono: istituzioni e soggetti coinvolti a vario titolo nel processo decisionale del Paese sono stati raggiunti al fine di sensibilizzarli verso il mondo camerale e le sue potenzialità. Ciò ha comportato una serie di incontri e contatti preliminari, in parte formali, in parte più diretti, allo scopo di individuare i referenti e avviare gli interventi più appropriati.

La progettazione di eventi particolari atti a dar risalto all'attività del sistema camerale ed il coinvolgimento dei media per la diffusione delle notizie hanno visto iniziative di particolare rilievo come la diffusione del progetto Excelsior/Lapin, degli Osservatori Polos, del progetto Lab; è stato inoltre organizzato il corso di formazione alla comunicazione per gli organismi camerali che ha riscosso numerose adesioni; il lancio alla Guida ai servizi e ai programmi per le imprese proiettate sui mercati europei e mondiali; infine vere e proprie operazioni di ufficio stampa per la presentazione di indagini quali "1998: vacanze italiane" o manifestazioni quali l'"Ercole Olivario 1998", per citare solo le maggiori.

A tal fine sono state approntate di volta in volta strategie appositamente studiate per proporre dati, interviste, approfondimenti vari e sono state realizzate pubblicazioni, brochure, depliant, inviti e materiale promozionale per accompagnare, migliorare e diffondere l'immagine e l'attività degli enti camerali in Italia e all'estero. Ha infatti visto per la prima volta la luce la versione inglese della brochure camerale "Italian Chambers of Commerce" ed è stato realizzato un depliant bilingue cinese/inglese per la Fiera China Tanspo '98.

La bontà del servizio assicurato ed i progressi avuti sono facilmente riscontrabili a partire dalle rassegne stampa quotidiane che, anche se quotidianamente e alternativamente prive di testate fondamentali nazionali e, soprattutto locali, quali "Il Giorno", "Il Resto del Carlino", "La Gazzetta del Mezzogiorno", "La Nazione", "Il Secolo XIX", "La Gazzetta del Sud", nonché di tutte le testate televisive e radiofoniche, denotano una maggiore organicità, capillarità e chiarezza dell'informazione che riguarda il mondo camerale. Inoltre, i singoli enti hanno potuto notare benefici anche a livello di stampa locale, oltre alla

opportunità concreta e diversamente ardua di figurare sulla più grande agenzia di stampa nazionale che già da sola qualifica la notizia, il poter ottimizzare il momento dell'uscita dei lanci, specie in occasione di eventi particolari, scegliendo contenuto e cadenza, sempre in ottemperanza alla necessaria rapidità di elaborazione; infine, la grande facilità d'uso, poichè è sufficiente inviare una semplice indicazione dei dati per essere sicuramente seguiti sapendo di poter contare su una comunicazione giornalisticamente efficace, corretta e immediata.

Nel solo 1998 (dunque in soli 7 mesi di vita dell'Agenzia) ben 57 sono stati i lanci MediaCam effettuati per la Camera di Commercio Bergamo, seguiti dai 28 per la Camera di Commercio di Milano, i 20 per Pordenone, i 22 per Latina e i 18 per Vicenza, per citare solo le prime 5 Camere di Commercio nell'aver usufruito dell'Agenzia, mentre, tra gli altri organismi camerali, sono stati 32 per Unioncamere Lombardia, 18 per Unioncamere Veneto, 13 per InfoCamere, 11 per Unioncamere Piemonte e 10 per Unioncamere Bruxelles.

Accompagnare i processi, e dunque le iniziative, che il sistema camerale va attuando in tema di Euro, marketing territoriale, internazionalizzazione, servizi alle imprese, rinnovi camerali, eventi in Italia e all'estero, elaborazione di dati congiunturali, studi di settore e bilanci consuntivi resta uno degli scopi principali di MediaCam nel quadro generale della campagna di promozione del sistema camerale avviato a partire dal 1998.

Anche di questa iniziativa, la realizzazione è stata affidata a MediaCamere, con una spesa, in linea con lo stanziamento, di 324 milioni di lire.

“Campagna di promozione del sistema camerale” - Il monitoraggio della comunicazione del sistema delle Camere di Commercio italiane effettuato nel 1996 ha messo in luce una presenza discontinua e poco omogenea delle Camere di Commercio sulla stampa e proprio dall'evidenza di quei dati e per favorire la diffusione tramite il canale satellitare dell'Ansa dei comunicati stampa del mondo camerale affinché giungessero agli organi di informazione stampa e radio televisivi, è nata l'agenzia del sistema camerale MediaCam

che, nel suo primo anno di attività, in quanto nata ufficialmente il 4 maggio 1998, vanta un'emissione di 538 lanci per il solo 1998 (periodo maggio/dicembre).

Una serie di comunicazioni ufficiali a tutti i responsabili di tutti gli organismi camerali - per un totale di circa 300 soggetti - proceduti e seguiti da una serie di reiterati solleciti, per lo più telefonici, ha caratterizzato l'attività di avvio e di promozione del 1998: attualmente sono 70 le Camere di Commercio e 40 gli organismi camerali per i quali l'Agenzia ha già lavorato e continua naturalmente a farlo.

A questa attività primaria si è inoltre accompagnata quella della struttura che raccoglie, seleziona e rielabora giornalmisticamente le notizie e che deve connotare qualitativamente, oltre che quantitativamente, l'Agenzia.

E' naturalmente di importanza fondamentale la collaborazione quotidiana con l'Agenzia quale veicolo per i comunicati, data la necessità di una tempestiva uscita di lanci e la mole di lavoro ormai raggiunta, il che comporta un contatto strettissimo con i referenti, visto che l'adeguamento tecnico in corso da parte di Ansa rende tuttora assai faticoso l'inoltro degli elaborati per la successiva emissione sul Notiziario Generale, in attesa del previsto passaggio in automatico nel 1999.

Inoltre, dal mese di settembre 1998, alla diffusione delle notizie MediaCam sulla rete Ansa ha fatto seguito il lancio sul sito Internet Unioncamere, il che ha comportato e comporta un'ulteriore opera di divulgazione presso i nostri enti ma si è rivelato uno strumento formidabile ai fini della fruizione dell'Agenzia per tutti coloro che non sono abbonati Ansa - circa il 98% degli organismi camerali, cioè la stragrande maggioranza - e della comunicazione interna del mondo camerale che ha così modo di seguire l'attività altrui.

L'iniziativa, anch'essa curata da MediaCamere, ha comportato un impegno di spesa in 468 milioni di lire, nel limite previsto nello stanziamento.

OBIETTIVI DA CONSOLIDARE

Nell'ampio ed articolato panorama dei progetti previsti nel programma di attività dell'Ente nel 1998 era inclusa una vasta gamma di iniziative che, pur nella loro coerenza con gli obiettivi strategici, si collocavano lungo le linee avviate negli anni precedenti e come tali finalizzati al consolidamento delle politiche dei fattori (ambiente e infrastrutture, credito e finanza, formazione e informazione economica, innovazione e trasferimento tecnologico), delle politiche settoriali (agricoltura, artigianato e pmi, turismo), delle politiche del territorio e per l'estero (Mezzogiorno, internazionalizzazione).

Sul piano della realizzazione, una parte delle iniziative progettuali è stata realizzata con le risorse proprie della struttura dell'Ente, una parte affidata alle strutture partecipate.

A) PROGETTI PER IL CONSOLIDAMENTO DELLE POLITICHE DEI FATTORI

Al consolidamento delle politiche dei fattori erano finalizzati sei progetti, per i quali era stata stanziata la somma complessiva di 518 milioni di lire, interessanti l'ambiente, le infrastrutture e il credito e finanza.

Nel campo delle problematiche ambientali sono stati realizzati tre progetti:

"MUD" - L'obiettivo era quello di valorizzare il lavoro di raccolta e informatizzazione del Modello unico di dichiarazione per affermare il ruolo del sistema camerale come attore della politica ambientale.

Nella prima parte dell'anno l'attenzione si è concentrata sulla preparazione della ricezione del MUD, da presentarsi entro il 30 aprile; si è predisposto e distribuito il software di compilazione, altrettanto si è fatto per il manuale di compilazione, si è contribuito alla preparazione della circolare che ha consentito di utilizzare la vecchia modulistica in un quadro normativo mutato. Queste

attività si sono realizzate in tempi idonei a consentire alle Camere di Commercio un lavoro efficace, come dimostra la soddisfacente risposta degli operatori economici (a fronte di ampie esclusioni dall'obbligo di presentare la dichiarazione introdotte dal D.Lgs. 22/97, le dichiarazioni sono state circa il 90% di quelle dell'anno precedente).

Successivamente, parallelamente al trattamento dei dati ricevuti, si è contribuito alla predisposizione, in un gruppo di lavoro coordinato dal Ministero dell'Industria, di una nuova modulistica, estesa alla dichiarazione degli imballaggi, e si è mirato al consolidamento del ruolo camerale. Da questo punto di vista, si sono ottenuti risultati significativi con il riconoscimento nel decreto di riorganizzazione del catasto della possibilità per le Camere di Commercio di diffondere i dati del MUD, con la stipula di un protocollo d'intesa con l'ENEA, e con il cofinanziamento con l'ANPA delle attività di correzione statistica dei dati realizzata dal sistema camerale (particolarmente significativo giacché l'ANPA ha un compito di validazione dei dati, assegnatole dalla legge istitutiva).

Il budget previsto di 110 milioni di lire è stato impegnato per oltre 104 milioni, quasi interamente per la realizzazione delle attività di correzione statistica dei dati, cofinanziata con l'ANPA, e basata sulle indicazioni di un gruppo di lavoro comprendente alcune Agenzie regionali per la protezione dell'ambiente;

"Albo Gestori Rifiuti" - Obiettivo del progetto era di reimpostare la partecipazione camerale nell'Albo alla luce della nuova normativa dettata dal D. Lgs. 22/97, che riordina la disciplina dei rifiuti, modificato, per quanto riguarda l'Albo, con ulteriore decreto legislativo nel novembre 1997. La disciplina di dettaglio doveva essere dettata da un regolamento di organizzazione previsto già all'inizio dell'anno ed emanato soltanto il 25 novembre 1998.

Il budget previsto di 50 milioni di lire, destinato alla realizzazione di un software per la gestione delle iscrizioni da parte delle Camere di Commercio, non è stato utilizzato; infatti, alla luce del regolamento di organizzazione, è risultato

sufficiente l'impegno di risorse già fatto l'anno precedente. La realizzazione del software - strettamente dipendente dai tempi di emanazione del regolamento e dalla successiva emanazione di modulistica e procedure da parte del Comitato Nazionale dell'Albo - deve ancora essere completata.

Si è avviato a soluzione il contenzioso legale con il Ministero dell'Ambiente, che aveva richiesto per via giudiziaria che l'Unioncamere pagasse i compensi di alcuni esperti del Comitato Nazionale e delle Sezioni regionali, in realtà dovuti, ad avviso dell'Unione, dal Ministero stesso; attualmente, per i casi che non sono già oggetto di controversia giudiziaria, il Ministero dell'Ambiente ha riconosciuto come proprio onere il pagamento degli esperti, mentre per gli altri si attenderà la conclusione dei giudizi;

"Progetto SIGEA: Impostazione di un sistema di gestione ambientale nelle imprese artigiane dei settori ceramico e galvanico" - Obiettivo del progetto era di contribuire alla diffusione del sistema comunitario di ecogestione e audit, compito a cui il sistema camerale è chiamato dal D.M. 413/95, con riferimento alle imprese artigiane, a cui il sistema si adatta con maggiore difficoltà. Il progetto è stato interamente finanziato dal Ministero dell'Industria utilizzando la quota a sua disposizione del Fondo nazionale per l'artigianato, ed è stato seguito per gli aspetti tecnici da Ecocerved, struttura specializzata in materia ambientale del sistema camerale.

Le spese del progetto sono state rendicontate per un totale di 461 milioni di lire (si è realizzato un risparmio rispetto alle previsioni nelle azioni di divulgazione e pubblicazione grazie all'utilizzo del CD ROM, meno costoso della pubblicazione cartacea inizialmente prevista); di questi 374 milioni sono stati impegnati, già nell'anno precedente, per l'affidamento a Ecocerved delle attività tecniche.

La sperimentazione sul campo ha coinvolto sei imprese, tre per ciascuno dei due settori, che hanno impostato il sistema di ecogestione, stanno sulla sua base risolvendo i problemi ambientali legati ai loro processi produttivi, alcuni dei

quali ponevano anche difficoltà di conformità a normative cogenti, e si riservano di chiedere la registrazione del sito all'organismo competente.

Da quest'attività sperimentale è nato uno strumento di guida all'impostazione del sistema di ecogestione in tutte le imprese dei due settori, realizzato su CD ROM, che è stato presentato al Forum della Pubblica amministrazione e nel convegno Artigianato ed ecogestione, è stato distribuito in duemila copie, attraverso la collaborazione delle Associazioni di imprese artigiane e delle Camere di Commercio, ed è liberamente prelevabile da Internet.

Nel campo delle politiche per le infrastrutture i progetti realizzati hanno riguardato essenzialmente il settore dei trasporti e quello fieristico.

Nel campo dei trasporti l'attività progettuale dell'Unione si è sviluppata seguendo le direttive della Commissione Camerale sui Trasporti, che si è riunita due volte nel corso dell'anno, ed ha portato all'impegno di 186,6 milioni di lire su una previsione di 190 milioni sul Cap. 3001.

Principali elementi dell'attività sono stati la partecipazione alla Conferenza nazionale sui trasporti, la predisposizione dello studio sul Corridoio tirrenico, e il contributo alla predisposizione dello studio sul Corridoio adriatico realizzato dalle Regioni adriatiche.

"Studio sul corridoio tirrenico" - Una delle vie maestre per lo sviluppo del trasporto nord-sud individuata dal Piano generale dei trasporti del 1986, è considerato di importanza strategica nella politica camerale in materia di trasporti; è stato realizzato da Uniontrasporti, struttura specializzata del sistema camerale, basandosi sugli indirizzi forniti dalla Commissione, nonché dalle Camere di Commercio e dalle Unioni regionali territorialmente interessate, riunite in un apposito incontro del 2 marzo u.s. La prima fase è stata completata nel corso della scorsa estate ed ha riguardato il quadro infrastrutturale attuale e di progetto, il quadro economico-trasportistico, le criticità e le opportunità; l'Unioncamere ha poi stabilito di finanziare la seconda fase - che affronterà gli scenari di integrazione e sviluppo, le previsioni dei traffici e l'evoluzione della

domanda con modelli di simulazione degli scenari, l'analisi costi/benefici e dei livelli di efficienza dei vari scenari di sistema integrato - in partecipazione con le Unioni regionali interessate, impegnando a tal fine la somma di 145 milioni di lire.

Gli impegni di spesa sono completati:

- dalla partecipazione alla realizzazione del Salone nautico di Genova, per un importo di 19,6 milioni di lire;
- dalla partecipazione al convegno sul sistema dei trasporti nel Mediterraneo, organizzato dalla Scuola Nazionale dei Trasporti di La Spezia, per un importo di 22 milioni di lire, suggerita dall'attenzione posta dalla Commissione Trasporti alla politica comunitaria per le infrastrutture e alle reti transeuropee di trasporto, anche in relazione alle esigenze di raccordo con i Paesi del Mediterraneo.

Nel comparto fieristico è stata approfondita la problematica derivante dalla proposta di legge quadro approvata in un ramo del Parlamento, rispetto alla quale Unioncamere ha presentato delle specifiche proposte in un'audizione presso la competente Commissione. Si è inoltre avviata una riflessione per ridefinire ruolo e composizione della Commissione tecnica per le problematiche fieristiche.

Quanto alle iniziative per le politiche per il credito e finanza i progetti realizzati hanno riguardato:

"Il mercato mobiliare e le pmi" - L'obiettivo era quello di favorire l'ingresso delle medie aziende alle quotazioni della nuova borsa, e che ha visto una notevole azione di coordinamento e di informazione alle strutture camerali esistenti, in vista del ruolo che il nuovo regolamento della Borsa per le medie imprese dovrebbe assegnare loro in termini di promozione del mercato. Tuttavia a pochi giorni dalla chiusura dell'anno è stato approvato il nuovo regolamento della

Borsa per le imprese minori del quale peraltro si conoscono ancora solo parzialmente i contenuti.

Certamente gli obiettivi di abbattimento dei costi e di riduzione dei tempi per la quotazione delle imprese medie ai mercati finanziari sono stati raggiunti (ovviamente a prescindere dal ruolo svolto dal sistema camerale). Ma il notevole ritardo di tale provvedimento - atteso da ormai ben quindici mesi - ha causato lo slittamento di tutto il coordinamento delle attività del sistema camerale.

Sul piano finanziario l'intero stanziamento (10 milioni) è andato in economia essendosi potuto contare su sole risorse della struttura.

"Lotta all'usura" - Finalizzato a fornire strumenti di informazione e prevenzione al consumatore ed all'impresa potenziali vittime dell'usura, il progetto è stato portato a termine con il completamento della ricognizione delle attività svolte dal sistema delle Camere per le azioni di prevenzione e sostegno, ai sensi degli artt. 14 e 16 della legge 108 (antiusura).

Inoltre, è stata completata l'attività di assistenza e di supporto al Commissario per la lotta all'usura, istituito presso la Presidenza del Consiglio, circa la realizzazione del primo Osservatorio nazionale del fenomeno usurario in Italia, cui il sistema camerale ha contribuito con la fornitura dei dati relativi a cinque dei diciannove indicatori prescelti per l'indagine. L'indagine che sarà presentata ufficialmente a fine aprile, costituirà il primo strumento ufficiale per l'analisi e la prevenzione del fenomeno.

Il ricorso alle sole risorse interne ha consentito di economizzare l'intero budget (7 milioni di lire).

Il previsto seminario sul rating non ha avuto svolgimento.

Nel campo della politiche per l'informazione economica, il 1998 ha visto concludersi la quasi totalità dei numerosi progetti programmati. Si tratta di un ampio quadro di progetti quali:

"Il censimento intermedio dell'industria e dei servizi" - da anni l'Unione è impegnata in un'azione di rilancio della funzione di informazione economica delle Camere di Commercio. Questa operazione di rilancio ha compiuto un passo decisivo in occasione del Censimento intermedio dell'industria e dei servizi, in cui l'Unione ha svolto un ruolo di coordinamento e per il quale è stato riconosciuta alla rete delle Camere di Commercio una centralità senza precedenti, sia nella fase di rilevazione dei dati che in quella di diffusione sul territorio.

In stretta collaborazione con l'Istat, le Camere di Commercio si avviano a diventare la rete pubblica specializzata sul territorio per quanto concerne l'informazione economica sulle imprese e per le imprese.

In questo Censimento il sistema della Camere di commercio è stato chiamato a svolgere un ruolo assolutamente centrale e innovativo: infatti, è stata individuata nelle Camere di Commercio la rete territoriale di rilevazione del Censimento (che in passato era rappresentata dai Comuni); è stata scelta la rete informatica del sistema camerale (Infocamere) quale infrastruttura tecnica per la trasmissione dei dati censuari; è stato per la prima volta richiesto all'Ufficio statistica dell'Unioncamere di svolgere - quale organo del Censimento - un'azione di coordinamento, formazione ed assistenza per le singole Camere di Commercio.

Il progetto ha comportato spese per lire 602,8 milioni di lire, pari al 96% del budget assegnato, per realizzare: collegamento informatico (tramite la IC-Rete) degli uffici di statistica delle Camere di Commercio con l'Istat di Roma; attività di formazione per le Camere di Commercio; ausili informatici per la verifica della qualità dei dati censuari.

Si tenga conto che per questo progetto l'Istat ha rimborsato all'Unioncamere una cifra pari a 543,4 milioni di lire.

"Manuale sulla gestione patrimoniale e finanziaria delle Camere" - L'obiettivo era quello di costituire una "guida" agli uffici amministrativi e di contabilità per agevolarne il complesso lavoro cui, con il 1998, sono stati chiamati, a seguito