



Camera di Commercio
Reggio Calabria



La Camera per l'economia, le imprese, i giovani

PIANO DELLA PERFORMANCE 2011-2013

Approvato con delibera della Giunta camerale n. 5 del 31/1/2011

INDICE

GLI ORGANI DI GOVERNO DELLA CAMERA	4
INTRODUZIONE	6
PREMESSA.....	8
SINTESI DELLE INFORMAZIONI DI INTERESSE	14
Un viaggio nella storia	14
Uomini, ruoli e funzioni	16
La Camera, un sistema di rete aperto	17
La Camera i suoi stakeholder	19
Il governo dell'ordinamento funzionale della Camera	22
Al centro le risorse umane.....	23
Le risorse finanziarie a valore	25
ANALISI DEL CONTESTO INTERNO	27
MANDATO ISTITUZIONALE E MISSIONE	37
ANALISI DEL CONTESTO ESTERNO	42
Europa e Sistema Paese	
Il Mezzogiorno nella crisi	
La Calabria e la crisi	
L'economia provincialeuna risposta lenta	
DALLA CRISI, OLTRE LA CRISI VERSO LA CRESCITA	
CONTENUTO DEL PIANO	

GLI ORGANI DI GOVERNO DELLA CAMERA

IL PRESIDENTE

Lucio DATTOLA

IL CONSIGLIO (nella sua composizione alla data di stampa della presente pubblicazione)

-ARICÒ	Dott. GIOVANNI	(in rappresentanza del settore Trasporti)
-CAPPUCCIO	Dott. ALFREDO	(in rappresentanza del settore Commercio)
-CHIAPPALONE	Dott.ssa ROSA	(in rappresentanza del settore Servizi alle Imprese)
-CORIGLIANO	Dott. GIUSEPPE	(in rappresentanza del settore Agricoltura)
-COTRONEO	Dott. UMBERTO	(in rappresentanza del settore Commercio)
-CUOCO	Avv. SAVERIO	(in rappresentanza settore Associazione dei Consumatori)
-CUZZOCREA	Ing. ANDREA	(in rappresentanza del settore Industria)
-DE CARLO	Geom. FRANCESCO	(in rappresentanza del settore Commercio)
-FEMIA	Dott. FRANCESCO	(in rappresentanza del settore Industria)
-FUNARO	Dott. ATTILIO	(in rappresentanza del settore Servizi alle Imprese)
-INUSO	Dott. ANTONINO	(in rappresentanza del settore Agricoltura)
-LAGANÀ	Dott. GIOVANNI	(in rappresentanza del settore Artigianato)
-LEOTTA	Sig. ROCCO	(in rappresentanza del settore Artigianato)
-LUPINI	Dott. ANTONINO	(in rappresentanza del settore Agricoltura)
-MAMMOLITI	Dr. FABIO Vincenzo	(in rappresentanza del settore Commercio)
-MARCIANÒ	Dott. ANTONINO	(in rappresentanza del settore Commercio)
-MARTORANO	Avv. ALFONSO Santo	(in rappresentanza del settore Industria)
-MISITANO	Dott. GIOVANNI	(in rappresentanza del settore Artigianato)
-MORABITO	Dott. GIUSEPPE	(in rappresentanza del settore Commercio)
-NUCERA	Sig. CARMELO	(in rappresentanza del settore Turismo)
-NUCERA	Sig. SERAFINO	(in rappresentanza del settore Cooperazione)
-PEZZANO	Sig. PIETRO	(in rappresentanza del settore Servizi alle Imprese)
-PISCIONERI	Dott. COSIMO	(in rappresentanza del settore OO.SS.)
-PUNTORIERO	Dott. ANTONIO	(in rappresentanza del settore Agricoltura)
-SACCÀ	Dott. FRANCESCO	(in rappresentanza del settore Agricoltura)
-TESSITORE	Dott. ROBERTO	(in rappresentanza del settore Credito ed Assicurazioni)

LA GIUNTA

Lucio DATTOLA, Presidente

-COTRONEO	Dott. UMBERTO	(Vice Presidente)
-CUZZOCREA	Ing. ANDREA	(Componente)
-INUSO	Dott. ANTONINO	(Componente)
-LAGANÀ	Dott. GIOVANNI	(Componente)
-LEOTTA	Sig. ROCCO	(Componente)
-MAMMOLITI	Dott. FABIO VINCENZO	(Componente)
-MARCIANÒ	Dott. ANTONINO	(Componente)
-MARTORANO	Avv. ALFONSO SANTO	(Componente)
-PUNTORIERO	Dott. ANTONIO	(Componente)

IL COLLEGIO DEI REVISORI DEI CONTI

Presidente Loredana LEUZZI

Componenti effettivi

Nicola Giuseppe BOSCO

Giuseppe IERACE

Componenti supplenti

Letterio CRISPO

Stefano SOFI

IL NUCLEO DI VALUTAZIONE E CONTROLLO STRATEGICO

Presidente Rosario CHINÉ

Componenti

Antonino DATTOLA
Massimiliano FERRARA
Renato NAVE

IL SEGRETARIO GENERALE

Antonio PALMIERI

IL VICE SEGRETARIO E CONSERVATORE DEL REGISTRO DELLE IMPRESE

Natina CREA

COMITATO PROVINCIALE IMPRENDITORIA FEMMINILE

Presidente

Componenti	Settore di rappresentanza
Angela ARCUDI	Artigianato
Tiziana CASCIANO	Commercio
Rosa CHIAPPALONE	Industria
Vincenza D'AMICO	Commercio
Luisa FOCI	Artigianato
Elvira LEUZZI	Agricoltura
Daniela MARASCHINI	Artigianato
Ida SCALI	Commercio
Alessandra ZAGARELLA	Agricoltura

INTRODUZIONE

Il sistema di programmazione è il prodotto finale di un complesso processo decisionale, previsto dall'art. 4 e segg. del DPR 254/2005 - i cui attori sono il Consiglio, la Giunta, il Segretario Generale e l'organo di valutazione strategica, che termina con la predisposizione di una serie di documenti:

☐ Programma pluriennale

E' l'atto di programmazione strategica di lungo periodo (5 anni) nel quale sono contenuti gli indirizzi e gli obiettivi che il governo della Camera persegue nel corso del mandato amministrativo.

☐ La Relazione Previsionale e Programmatica (RPP)

Aggiorna annualmente il programma pluriennale, ha carattere generale e illustra i programmi che si intendono attuare nell'anno di riferimento, in rapporto alle caratteristiche ed ai possibili sviluppi dell'economia locale e al sistema delle relazioni con gli organismi pubblici e privati operanti sul territorio, specificando, altresì, le finalità che si intendono perseguire e le risorse a loro destinate.

☐ Il preventivo economico

Redatto in coerenza con la relazione previsionale e programmatica sembra conservare il carattere sostanzialmente autorizzatorio e previsionale dei bilanci pubblici: una potenzialità in positivo, ad avviso del Consiglio di Stato, secondo cui il predetto duplice profilo persegue l'obiettivo della *"massimizzazione dei risultati"* e, quindi, la dimostrazione, attraverso le voci del bilancio economico patrimoniale, *"dell'utilizzo delle risorse in modo ottimale rispetto agli obiettivi pubblici"*.

Tuttavia non può mettersi in dubbio che con il D.P.R. n. 254 del 2005 le Camere di Commercio italiane, a completamento di un ciclo evolutivo iniziato già con il decreto ministeriale n. 287 del 1997, sono passate da un bilancio di previsione avente carattere esclusivamente pubblicistico - fondato, cioè, sul principio di competenza e sul modulo finanziario, della previsione e dell'autorizzazione - ad un nuovo tipo di bilancio avente carattere economico-patrimoniale, ed orientato a valorizzare lo strumento del budget direzionale (PEG negli enti locali), utilizzando, inoltre, contabilità che fanno perno sulle esigenze funzionali dei vari settori amministrativi e sulla programmazione pluriennale delle risorse economiche.

Resta tuttavia il dato che questo nuovo modello di bilancio non è né di tipo aziendalistico, né di carattere civilistico -mercantile.

Il punto centrale del nuovo schema di contabilità generale è rappresentato dalla formula *"budget-programmazione-relazione"*.

☐ Il budget direzionale

Il budget inteso come l'insieme delle risorse necessarie al raggiungimento degli obiettivi prefissati, esplicitazione economica, patrimoniale e finanziaria delle strategie dell'ente; diversamente il budget definito dagli artt. 8-10 del D.P.R. n. 254/2005 è soltanto di tipo economico e mette in evidenza i proventi e gli oneri di competenza dell'esercizio, in sostanza un conto economico preventivo. Non è previsto infatti il budget finanziario, che rileva i flussi di entrata e di uscita nel corso dell'anno. Indubbia sarebbe la sua rilevanza, prevedendo il budget delle fonti e degli impieghi che evidenzia i finanziamenti e gli investimenti ed il budget di tesoreria che evidenzia l'utilizzo delle liquidità¹.

☐ Il piano della performance

Il decreto legislativo 27 ottobre 2009 n. 150, introduce in questo ordinamento programmatico il "Piano della performance", documento di programmazione previsto dall'articolo 10 come strumento per assicurare la qualità, comprensibilità ed attendibilità dei documenti di rappresentazione della performance.

La sua adozione non può essere ritenuta meramente funzionale ad un adempimento degli obblighi previsti dal decreto 150, quanto rappresenta una occasione per gestire in maniera

¹ R.Chahinian, P.Morigi, A.Biasi, E.Tabanelli - L'amministrazione interna nelle Camere di Commercio-2009

integrata e coordinata i diversi strumenti di pianificazione e programmazione già previsti dal Decreto Legislativo 254 del 2005, al fine di:

- migliorare il *coordinamento tra le diverse funzioni* e strutture organizzative;
- rendere più efficaci i *meccanismi di comunicazione* interna ed esterna;
- individuare e incorporare le attese dei portatori di interesse (*stakeholder*);
- favorire una effettiva *accountability* e trasparenza.

I riferimenti normativi principali relativi al Piano della Performance sono contenuti in alcuni articoli del titolo 1 del Decreto 150/09 che ne delineano le modalità di redazione e le finalità.

In particolare:

- l'art. 10 al comma 1.a, stabilisce che le Amministrazioni redigano annualmente "entro il 31 gennaio, un documento programmatico triennale, denominato Piano della performance da adottare in coerenza con i contenuti e il ciclo della programmazione finanziaria e di bilancio, che individua gli indirizzi e gli obiettivi strategici ed operativi e definisce, con riferimento agli obiettivi finali ed intermedi ed alle risorse, gli indicatori per la misurazione e la valutazione della performance dell'amministrazione, nonché gli obiettivi assegnati al personale dirigenziale ed i relativi indicatori";
- l'art. 15, alle lettere a e b del comma 2, definisce la responsabilità dell'organo di indirizzo politico-amministrativo nella emanazione di "direttive generali contenenti gli indirizzi strategici" e nella definizione, in collaborazione con i vertici dell'amministrazione, del Piano.
- l'art. 5, al comma 1, definisce infine che "gli obiettivi sono programmati su base triennale e definiti, prima dell'inizio del rispettivo esercizio, dagli organi di indirizzo politico-amministrativo, sentiti i vertici dell'amministrazione che a loro volta consultano i dirigenti o i responsabili delle unità organizzative. Gli obiettivi sono definiti in coerenza con quelli di bilancio indicati nei documenti programmatici...".

Un quadro normativo che necessariamente va letto sulla base e coordinato con le disposizioni contenute in materia di pianificazione strategica e programmazione operativa nel decreto 254/2005.

Dalla lettura integrata delle due disposizioni si evince come il Piano della Performance sostanzialmente integri i passi che, nell'ambito del processo di programmazione pluriennale ed annuale del 254/05, erano già *in nuce* delineati, dando però a tutto il ciclo di programmazione un orizzonte di riferimento di tipo triennale.

In particolare, con riferimento agli obiettivi che l'art. 5 del decreto 150/09 impone all'organo politico - amministrativo di definire, il comma 2 dello stesso articolo risulta estremamente specifico e dettagliato.

Esso, infatti, individua gli elementi metodologici che devono caratterizzare obiettivi e indicatori.

Gli indirizzi, gli obiettivi e gli indicatori devono essere elaborati in coerenza con i contenuti ed il ciclo della programmazione economica patrimoniale (articolo 5, comma 1, e articolo 10, comma 1, del decreto), al fine di instaurare il necessario collegamento tra gli obiettivi e l'allocazione delle risorse (si veda delibera n. 89/2010).

Se il Piano della Performance rappresenterà, a regime (2012), il fulcro della fase di programmazione degli obiettivi e dei risultati da conseguire per quest'anno, la relazione previsionale e programmatica fornirà i contenuti, opportunamente da integrare, al Piano della Performance operando una riclassificazione (ed eventualmente un accorpamento) degli stessi per assicurare la coerenza con gli obiettivi strategici ed operativi previsti nel Piano della Performance.

Tale indicazione è coerente con quanto previsto dalla Delibera Civit 112/2010 che esplicitamente prevede che "*per la prima annualità di predisposizione del Piano (2011-2013) è ammesso un processo semplificato, dal momento che presumibilmente molte amministrazioni avranno completato il processo di programmazione economico-finanziaria e di bilancio prima della predisposizione del Piano*".

**Nessun vento è favorevole per il marinaio
che non sa a quale porto vuol approdare**
Seneca - Lettere a Lucilio, 71

"Ignoranti quem portum petat nullus suus ventus est."



PREMESSA

Il programma di mandato, approvato dal Consiglio con delibera n. 6 del 5 novembre 2010 identifica la pianificazione strategica dell'Ente non solo e non tanto nella logica dell'adempimento formale di quella mera formulazione del documento di programmazione richiesto dall'art. 11, 1° comma lettera c) della legge 29 dicembre 1993 n. 580 per ultimo modificata dal d. lgs. n. 23/2010, dall'art. 4 del DPR n. 254/2005 e dall'art. 4 del d. lgs. n. 150/2009 sul ciclo di gestione della performance che raccoglie in un unico quadro le funzioni di pianificazione (ed allocazione di risorse), monitoraggio, misurazione e valutazione, rendicontazione; quanto la rotta che deve segnare il percorso verso la *vision* della Camera al 2014 che attualizzi durante il percorso la propria *mission istituzionale* in un miglioramento costante e continuo della propria performance *che valga a contribuire al rilancio della competitività e dello sviluppo economico della provincia*.

Una guida di fondo alle future decisioni nelle azioni di governo, attenta perché capace di cogliere tutti gli aspetti principali del sistema economico provinciale con una prospettiva ampia, di medio e lungo periodo.

Il punto di partenza, ai fini del prospettico miglioramento delle performances, sono i risultati del bilancio di mandato 2004-2008, le valutazioni degli stakeholders emerse dall'indagine di customer satisfaction 2009 ma anche la scheda di preconsuntivo sul budget direzionale 2010. Attraverso il Piano la Camera intende disegnare il percorso di politiche, strategie ed azioni perché siano affrontate adeguatamente le grandi sfide attese dal 2011, al suo interno, all'interno del sistema camerale, nel contesto istituzionale ed economico del territorio di riferimento.

➔ **La prima sfida** è rappresentata dalla riforma della legge n. 580/1993, introdotta dal decreto legislativo 15 febbraio 2010, n. 23, attraverso il quale il legislatore si è prefisso:

- ▣ di ammodernare le funzioni delle Camere, garantendo la loro uniformità su tutto il territorio nazionale;
- ▣ di rafforzarne l'autonomia;
- ▣ di esaltarne la funzione di partenariato attivo rispetto alle Istituzioni;
- ▣ di valorizzare la rappresentatività del sistema economico territoriale;

- ▣ di raccordare le Camere in modo innovativo ed efficiente con le strategie delle politiche di sviluppo del Governo e delle regioni;
- ▣ di rendere più forte la loro legittimazione istituzionale nel solco del principio di sussidiarietà.

L'implicazione che ne discende è una nuova identità:

- ▣ più perché inserite esplicitamente nel quadro delle istituzioni del Paese.
- ▣ più rappresentativa, perché modellate per essere espressione trasparente del contributo delle imprese alla creazione di ricchezza e benessere sul territorio.
- ▣ più efficiente, perché viene valorizzata la loro dimensione di rete e quindi la loro capacità di ottimizzare risorse e costi.

Una riforma che conferisce alle Camere di Commercio un'identità più autorevole, inserendole esplicitamente nel quadro delle istituzioni del Paese per la riconosciuta rilevanza e la loro estrema utilità per il sistema delle imprese:

- ▣ "veri e propri municipi dell'economia", enti cioè, i quali, al pari dei Comuni, hanno la funzione di rappresentare, in termini istituzionali, gli interessi generali delle comunità che ne costituiscono il substrato sociale;
- ▣ le case degli attori del mercato nel contesto di un nuovo "istituzionalismo"
- ▣ sensori (e attori) del mercato del lavoro
- ▣ luoghi naturali di promozione dell'economie locali
- ▣ dalle funzioni più strutturate per dare sprint ai territori
- ▣ dal ruolo importante, in chiave di sussidiarietà orizzontale, nel rafforzamento competitivo del tessuto imprenditoriale del territorio in cui esse insistono, elemento necessario per un autentico e duraturo sviluppo economico.
- ▣ la caratteristica reticolare del sistema camerale, da concetto sociologico/organizzativo a definito riferimento giuridico.

➔ **La seconda sfida** è rappresentata dalla riforma della pubblica amministrazione introdotta dal d. lgs. 150/2009: un momento di forte rottura e innovazione per le Pubbliche Amministrazioni, aprendo uno scenario completamente nuovo in merito alla disciplina del pubblico impiego; una diversa visione del rapporto amministrazione – personale – cittadini, fondato su una maggiore responsabilizzazione, trasparenza, valutazione, misurazione delle prestazioni, introducendo il modello cliente – fornitore, tipico delle organizzazioni di mercato anche nell'ente pubblico.

➔ **La terza sfida** saranno i profondi mutamenti nel quadro istituzionale rappresentati in primis dal federalismo fiscale di cui si ricordano i principali principi innovativi (legge 42/2009):

- *Fallimento politico*, per quegli amministratori che portano un Ente al dissesto finanziario
- *Premialità degli enti virtuosi* e penalità per gli inefficienti (riducendone l'autonomia)
- *Rispetto delle graduatorie di capacità fiscale*, non potrà cioè essere rovesciata la graduatoria delle capacità fiscali, collocando, dopo la perequazione, la Regione più ricca a un livello più basso di quella più povera.
- *Flessibilità*, la possibilità per le Regioni e gli Enti locali di sviluppare una propria politica fiscale,
- *Sussidiarietà orizzontale*, come principio fondamentale di coordinamento
- *Favor Familiae*, un federalismo fiscale amico della famiglia
- *Fiscalità di vantaggio come rimedio ai mali del Sud*, la possibilità di misure di fiscalità di vantaggio a *livello statale* per le aree meno sviluppate del Paese, cioè «individuazione, in conformità con il diritto comunitario, di forme di fiscalità di sviluppo, con particolare riguardo alla creazione di nuove attività di impresa». Si tratta di possibilità di aiuto specifico che potrebbe offrire alle realtà meridionali un'importante *chance* di attrazione delle risorse. Si offrirebbe al Sud una possibilità analoga a quella dell'Irlanda, che proprio grazie alla riduzione della pressione fiscale sulle imprese, negli ultimi dieci anni ha avuto un tasso di sviluppo pari a tre volte quello della media europea. Con una simile soluzione, si eviterebbe il circolo dell'illegalità e delle altre clientele, perché una riduzione della pressione fiscale impedisce in *modo automatico* che le risorse vadano a finire in bandi eventualmente gestiti dal politico o dal burocrate colluso di turno. Con una riduzione della pressione fiscale l'effetto è sicuro: solo chi effettivamente produce è premiato, non chi costruisce cattedrali nel deserto o altre strutture parassitarie. Se non si produce, invece, non si beneficia dell'effetto fiscale. Inoltre, una misura come la fiscalità di vantaggio favorirebbe l'emersione del sommerso, lo sviluppo del PIL, eviterebbe la delocalizzazione che molte

imprese anche italiane fanno nei paesi dell'Est, dove l'imposta sulle società è la metà di quella italiana.

➔ *La quarta sfida* è lo stato dell'economia locale che rileva:

- a) l'esistenza di un marcato divario di produttività tra le risorse allocate nel territorio e quelle allocate nel Centro/Nord e nello stesso Mezzogiorno;
- b) l'esistenza di una ridotta quota dell'apparato produttivo orientata ai mercati esterni rispetto all'area e, di conseguenza, una forte dipendenza nel ciclo congiunturale locale della domanda interna, a sua volta, fortemente dipendente dalla spesa pubblica:
 1. *per la realizzazione di infrastrutture ed altri beni pubblici;*
 2. *per i trasferimenti alle imprese, in conto sussidi collegati agli investimenti;*
 3. *per i trasferimenti figurativi alle imprese, in conto del mancato versamento di oneri contributivi parafiscali;*
 4. *per trasferimenti alle famiglie, in conto sostegno del reddito in presenza di disoccupazione;*
- c) la presenza di una disoccupazione dalla connotazione quasi esclusivamente strutturale, alimentata da problemi vari:
 1. *esistenza di una pressione demografica ancora positiva;*
 2. *partecipazione dell'economia locale al processo di globalizzazione in termini asimmetrici, che si traducono in trasferimenti di risparmio verso l'esterno, in conto movimento di capitali ed in conto posizione netta delle banche verso clientela estera;*
 3. *la mancata competitività dei prodotti locali sul mercato internazionale che deriva sia dalla ridotta produttività dei fattori (capitale e lavoro) che dalla ancora più ridotta dotazione di economie esterne (tangibili ed intangibili);*
- d) il mancato sviluppo dei mercati interni, determinati dalla insufficienza della rete di comunicazione, anche all'interno delle regioni meridionali, che si traduce in una riduzione delle opportunità per le imprese locali;
- e) l'esigenza di fondare un nuovo progetto di sviluppo su modalità di sostegno e promozione dei fattori strategici di carattere endogeno, strutture finanziarie, accumulo e distribuzione di know how tecnologico;
- f) l'esigenza di migliorare le caratteristiche del capitale umano, di creare beni pubblici tangibili e soprattutto intangibili, fiducia, reputazione, reciprocità dei comportamenti;
- g) il persistere, nell'attualità, dell'emigrazione che diviene fattore di ulteriore impoverimento intellettuale e culturale con perdita irrimediabile di professionisti e laureati, costretti a cercare altrove adeguate opportunità di lavoro, in ragione del degrado economico delle regioni di appartenenza e ben al di là della normale mobilità del mondo del lavoro.

Questo richiama all'attenzione quanto sia importante che nel nostro Paese si avverta forte la consapevolezza che non potrà esserci un effettivo ed equilibrato sviluppo e progresso civile ed economico se ciascuna parte di esso non ha contezza dei profondi nessi di interdipendenza che la collegano a tutte le altre.

Resta alto, come evidenziato, il divario interno in termini di produttività, occupazione ed investimenti tra la provincia reggina, la Calabria ma anche l'intero Mezzogiorno d'Italia e il resto del Paese, ma da più di un decennio l'economia italiana presenta, anche, un persistente divario negativo, in termini di crescita e di produttività, rispetto alle maggiori economie europee che, a loro volta, sono caratterizzate da bassa crescita e arrancano con difficoltà dietro all'espansione dell'economia americana e a quella, ancora più forte, dei grandi Paesi emergenti.

Accanto a questo divario esterno, che persiste dal tempo, l'economia italiana, insieme a quella europea ed a larga parte di quella mondiale è entrata nella più profonda recessione, accompagnata dalla più grave crisi finanziaria dai tempi della grande depressione degli anni Trenta. Il crollo degli scambi mondiali e della produzione, l'estendersi della disoccupazione, il blocco degli investimenti e del mercato del credito hanno creato un clima di grande incertezza e sfiducia, dal quale si stenta ad uscire nonostante le massicce iniezioni di liquidità da parte delle autorità monetarie ed il sostegno fornito dai bilanci pubblici in crescente disavanzo.

Pensare di rimuovere gli ostacoli alla riduzione del divario esterno, riuscendo ad alimentare una crescita vigorosa in una sola parte del Paese, accantonando la questione meridionale, è illusione. Le sfide comuni vanno affrontate in tutte le aree del Paese anche se, per motivi storici legati anche alle politiche nazionali che hanno procurato maggiori vantaggi netti alle

aree del Centro-Nord, esse appaiono più difficili nel Mezzogiorno, dove i diversi più profondi squilibri si cumulano e alimentano a vicenda contro le regole di giustizia, contro l'ideale di una società armonica e senza troppi contrasti, contro la realizzazione di ideali di civiltà.

Da una distribuzione sbagliata della ricchezza nascono squilibri settoriali, sociali, sperequazioni. Certe sperequazioni di reddito divengono anche mal distribuzioni, sotto il profilo dell'efficienza economica e a loro volta concorrono ad alimentare i focolai dell'illegalità di cui è saturo il territorio calabrese e meridionale.

Eppure il Mezzogiorno rappresenta il 46% del territorio italiano, il 35% della popolazione, il 24% del PIL, e racchiude in sé gran parte delle risorse ancora da utilizzare e delle potenzialità da cogliere: sempre di più, dunque, occuparsi del Mezzogiorno non significa solo venire incontro alle pur legittime esigenze dei cittadini meridionali ma significa, soprattutto, occuparsi veramente dell'Italia.

Nel decennio corrente si interrompe il lento processo di convergenza che aveva caratterizzato il Mezzogiorno nella seconda metà degli anni Novanta: l'economia meridionale cresce molto più lentamente rispetto al resto del Paese (0,6% a fronte di 1,0%), anche se il PIL pro-capite evidenzia una performance lievemente migliore, rispetto al Centro-Nord, attribuibile alla stagnazione della popolazione meridionale (solo il Centro-Nord vede infatti aumentare considerevolmente i suoi abitanti grazie all'immigrazione sia interna che estera).

Rallenta inoltre, nel periodo 2001-2008, la dinamica degli investimenti fissi lordi e dei consumi delle famiglie; il ritardo meridionale si manifesta anche nel comparto dei servizi, dove la dinamica del valore aggiunto risulta più che dimezzata rispetto al Centro-Nord; eppure l'economia meridionale aveva evidenziato nella seconda metà degli anni Novanta un'apprezzabile crescita che aveva contribuito a una riduzione del divario del PIL per abitante nei confronti del Centro-Nord. Anche negli anni Duemila il PIL pro-capite del Mezzogiorno ha continuato a crescere a tassi lievemente maggiori rispetto al resto del Paese, fino a raggiungere nel 2008 il livello di 58,1 (posto 100 il PIL pro-capite del Centro-Nord), principalmente grazie all'effetto della componente demografica.

Sfavorevole è stata invece la dinamica del Mezzogiorno rispetto all'Europa, principalmente a causa della maggiore crescita degli altri Paesi, particolarmente di quelli di nuova adesione.

Il divario del PIL per abitante del Mezzogiorno dipende dalla minore produttività aggregata del sistema economico meridionale e dal livello inferiore del tasso di occupazione. Il recupero del PIL per abitante nella seconda metà degli anni Novanta è stato favorito da una positiva dinamica della produttività, passata dall'81,6% del 1996 (fatto 100 il Centro-Nord) ad un massimo dell'82,8% nel 1999.

Nei primi anni 2000 è stato perduto tutto il guadagno degli anni precedenti e solo nel 2004 è stato raggiunto nuovamente un livello nell'indice della produttività prossimo a quello del 1999.

Nel 2008 la produttività dell'area meridionale si è attestata all'84% del Centro-Nord, valore che resta ancora lontano dalla media italiana².

Un divario che si conferma anche se si abbandonano i tradizionali indicatori sui valori monetari ed economici per optare su indicatori alternativi che servono proprio a marcare la differenza tra benessere inteso come esclusiva produzione di ricchezza monetaria (a qualsiasi costo) e qualità della vita.

Per superare lo strapotere del PIL sul quale già Kuznetz³, uno degli ideatori del PIL avvertiva che "il benessere di una nazione può scarsamente essere dedotto dalla misura del reddito nazionale", mentre negli anni '60 Bob Kennedy in un ormai celebre discorso sosteneva che "il PIL misura tutto tranne ciò che rende la vita degna di essere vissuta".

La stessa Commissione Europea il 20 agosto 2009 ha indirizzato una comunicazione al Consiglio e al Parlamento dall'eloquente titolo "Non solo PIL. Misurare il progresso in un mondo in cambiamento" in cui assume l'impegno di orientare le proprie politiche in virtù di un set di indicatori più ampio.

"Esistono validi motivi per completare il PIL con statistiche che riprendano gli altri aspetti economici, sociali ed ambientali dai quali dipende fortemente il benessere dei cittadini. [...]"

² Check up Mezzogiorno- Confindustria – IPI- Gennaio 2010

³ Simon Smith Kuznets è stato un economista statunitense, vincitore del Premio Nobel per l'economia nel 1971 «per la sua interpretazione, empiricamente fondata, della crescita economica, che ha portato ad una nuova e più approfondita analisi della struttura sociale ed economica e del suo processo di sviluppo». Sebbene avesse ipotizzato la relazione tra la crescita economica e la distribuzione del reddito, fu sempre molto critico riguardo alla pretesa di misurare il benessere sociale basandosi sul reddito procapite, come sostenne in un discorso al Congresso degli Stati Uniti

La Commissione intende intensificare il suo impegno e la comunicazione in questo settore, allo scopo di fornire indicatori che servano per quello che i cittadini vogliono realmente, ovvero misurare i progressi compiuti nel raggiungere in modo sostenibile gli obiettivi sociali, economici ed ambientali. In ultima analisi, le politiche nazionali e comunitarie saranno valutate sulla loro capacità, o meno, di raggiungere i suddetti obiettivi e di migliorare il benessere dei cittadini europei. Per questo motivo, le future politiche dovrebbero essere fondate su dati rigorosi, attuali, pubblicamente riconosciuti e che trattino tutte le questioni essenziali. La Commissione intende informare sull'attuazione e sui risultati delle misure proposte nella presente comunicazione al più tardi entro il 2012".

Così nell'edizione 2009 del Rapporto Quars⁴, la classifica del benessere sostenibile, si distinguono nelle prime posizioni le regioni del Centro e del Nord, mentre nella parte bassa seguono le regioni del Centro e del Mezzogiorno. Il cluster di regioni che segue e chiude la classifica del Quars mette in luce per l'ennesima volta quanto sia necessario intervenire nei territori del mezzogiorno per migliorare il livello di benessere e sostenibilità. Le restanti regioni, Puglia, Calabria (-0,73), Sicilia e Campania, presentano valori al di sotto della media in tutte le dimensioni del Quars, risultato che ormai si conferma da tempo, andando così ad occupare, nell'ordine, le ultime quattro posizioni dell'indice. Su 41 indicatori utilizzati per la costruzione del Quars sono pochissimi i casi in cui queste regioni mostrano delle performance positive nel panorama italiano.

Il QUARS, infine, rappresenta uno strumento utile per due ordini di ragioni. Innanzitutto perché permette al policy maker di monitorare e indirizzare lo sviluppo del territorio in un quadro di sostenibilità del benessere. In secondo luogo, l'approccio utilizzato rende il QUARS uno strumento capace di catalizzare l'attenzione dell'opinione pubblica su una serie di temi fondamentali per il benessere di un territorio, ma che troppo spesso vengono messi in ombra da un approccio economicista.

Sta per volgere al termine quel biennio 2009-2010 che era stato annunciato come portatore di una crisi economica e sociale senza precedenti: negli ultimi mesi abbiamo una riemersione della fiducia in una per ora incerta ripresa. Il CENSIS⁵ registra una società italiana che sembra franare verso il basso sotto un'onda di pulsioni sregolate. L'inconscio collettivo appare senza più legge, né desiderio. E viene meno la fiducia nelle lunghe derive e nella efficacia della classe dirigente. Tornare a desiderare è la virtù civile necessaria per riattivare la dinamica di una società troppo appagata e appiattita. Di fronte ai duri problemi attuali e all'urgenza di adeguate politiche per rilanciare lo sviluppo, viene meno la fiducia nelle lunghe derive su cui evolve spontaneamente la nostra società. Ancora più improbabile è che si possa contare sulle responsabilità della classe dirigente, sulle leadership partitiche o su un rinnovato impegno degli apparati pubblici. La tematica rigore-ripresa è ferma alle parole, la riflessione sullo sviluppo europeo è flebile, i tanti richiami ai temi all'ordine del giorno (la scuola, l'occupazione, le infrastrutture, la legalità, il Mezzogiorno) sono solo enunciati seriali. La complessità italiana è essenzialmente complessità culturale. Nella crisi che stiamo attraversando c'è quindi bisogno di messaggi che facciano autocoscienza di massa. Non esistono attualmente in Italia sedi di *auctoritas* che potrebbero ridare forza alla «legge». Più utile è il richiamo a un rilancio del desiderio, individuale e collettivo, per andare oltre la soggettività autoreferenziale, per vincere il nichilismo dell'indifferenza generalizzata. «Tornare a desiderare è la virtù civile necessaria per riattivare la dinamica di una società troppo appagata e appiattita». Attualmente tre sono i processi in cui sono ravvisabili germi di desiderio: la crescita di comportamenti «apolidi» legati

⁴ Sbilanciamoci- QUARS (Qualità Regionale dello Sviluppo), Rapporto sullo sviluppo locale 2009

Obiettivo del Quars, infatti, è non soltanto quello di offrire una fotografia del benessere che superi l'equazione ricchezza = benessere, ma anche monitorare e indirizzare lo sviluppo di un territorio in un quadro di sostenibilità del benessere, che includa aspetti di redistribuzione ed equità.

Le variabili che compongono il QUARS sono in tutto 41, raggruppate nelle 7 dimensioni

- Ambiente: valutazione dell'impatto ambientale che deriva dalle forme di produzione, distribuzione, consumo e buone prassi intraprese per mitigarne gli effetti negativi.
- Economia e Lavoro: condizioni lavorative e di reddito garantite dal sistema economico e dalle politiche redistributive eventualmente messe in atto.
- Diritti e Cittadinanza: servizi ed inclusione sociale di giovani, anziani, persone svantaggiate e migranti.
- Pari opportunità: assenza di barriere basate sul genere alla partecipazione alla vita economica, politica e sociale.
- Istruzione e Cultura: partecipazione al sistema scolastico, qualità del servizio, istruzione della popolazione, domanda e offerta culturale.
- Salute: qualità ed efficienza dei servizi sanitari, prossimità, prevenzione
- Partecipazione: partecipazione politica e sociale dei cittadini.

⁵ 44° Rapporto sulla situazione sociale del Paese/2010

al primato della competitività internazionale (gli imprenditori e i giovani che lavorano e studiano all'estero), i nuovi reticoli di rappresentanza nel mondo delle imprese e il lento formarsi di un tessuto federalista, la propensione a fare comunità in luoghi a misura d'uomo (borghi, paesi o piccole città).

Casa degli attori del mercato, luogo cioè dove categorie produttive, consumatori e lavoratori si incontrano per meglio promuovere lo sviluppo economico; municipio dell'economia, e quindi chiamata a fare sintesi delle diverse e spesso divergenti esigenze degli attori del mercato; luogo naturale di promozione dell'economia locale, e quindi deve posizionarsi in uno spazio – quello appunto della costruzione di policies complesse a vantaggio di un intero territorio – perché legittimata a svolgere un ruolo di interesse generale: *tutto ciò chiede alla Camera l'impegno ad affrontare le sfide del cambiamento per far cogliere alla comunità di riferimento le opportunità del rilancio economico del periodo post crisi per porre le condizioni indispensabili a riportare l'economia locale su un sentiero di crescita stabile e sostenuta, e in un contesto di generale equilibrio tra l'azione amministrativa e il sistema di mercato, coerente con i principi dell'economia sociale.*

Il punto di partenza è una visione che valorizzi un progetto-modello di sviluppo, proiettato nel Medio periodo, la cui realizzazione rappresenti la vera chiave del futuro dell'economia, da costruire insieme alle imprese e alle loro rappresentanze (= una vera e propria *piattaforma imprenditoriale*, frutto di proposte e di suggerimenti su macroaree tematiche), capace di generare, attraverso l'esame obiettivo e rigoroso dei problemi e delle difficoltà, fiducia e speranza che la Calabria e quindi Reggio Calabria è in grado di farcela e che il futuro lascia intravedere anche grandi opportunità che è necessario sapere e riuscire a cogliere, e su cui concentrare le risorse finanziarie disponibili, secondo strumenti e metodi di trasparenza tali da accreditare alla Camera la capacità di generare "valore" riconoscibile e misurabile nel loro utilizzo.

E' questo lo spirito positivo che abbiamo interpretato con il programma pluriennale e la Relazione Previsione e Programmatica e che ora trasferiamo in questo Piano.

Un programma che si vuole realizzato da un ente sempre più efficiente, aperto e quindi disponibile al dialogo, attento ai bisogni delle imprese soprattutto delle micro e piccole cui dare risposte efficaci per la crescita, capace di offrire opportunità e risposte ai giovani e quindi alla domanda di lavoro, partecipato, per assicurare una presenza attiva, concreta e costante dei propri stakeholders nel momento delle scelte che li interessano, nel controllo e verifica degli esiti delle politiche.

Un ente che per la sua rappresentatività istituzionale e per la sua terzietà intende avviare su tale programma un lavoro comune, da affrontare soltanto "insieme" a tutta la società reggina, attraverso la partecipazione degli attori pubblici e privati.

Un programma, che anche a motivo del contesto di seguito rappresentato, tre riteniamo debbano essere le tematiche centrali:

- I) la riforma delle Camere di Commercio: efficienza, responsabilità, competenza**
- II) il tema della competitività del sistema produttivo**
- III) la qualità e l'efficienza del territorio entro cui far crescere le imprese.**



SINTESI DELLE INFORMAZIONI DI INTERESSE



Un viaggio nella storia

La storia delle Camere di Commercio affonda le radici nelle corporazioni delle arti e dei mestieri del Medioevo (XII-XIV secolo), speciali forme di autorganizzazione dei ceti produttivi, in particolare mercanti ed imprenditori ed artigiani. In molte città – stato della penisola esse danno vita ad un organismo unico di rappresentanza degli interessi mercantili, la Camera dei mercanti.

Le camere dei mercanti si affermano sempre più come strumento di autoregolazione delle attività economiche e dei commerci.

Il sorgere e l'affermarsi degli stati nazionali raccolti intorno alla figura del sovrano, le signorie, pongono in secondo piano il ruolo delle Camere dei mercanti. L'autorità dei principi riconduce sotto il proprio supremo controllo tutte le componenti della società. Così anche l'attività economica, in questa logica centralizzatrice, viene riportata nell'ambito di influenza del sovrano.

Le forme di autogoverno medievali non vengono cancellate ma ricondotte nella sfera di influenza dello Stato e così le Corporazioni finiscono per cedere il passo a nuovi modelli istituzionali.

Verso la fine del XVIII secolo vedono la luce le Camere di Commercio.

Vengono così costituiti il Consiglio di Commercio di Torino (1729), la camera di Commercio, arti e manifatture di Firenze (1770).

Nel 1802 vengono costituite 14 Camere di Commercio che si inquadrano nell'ambito dell'ordinamento napoleonico. Queste hanno il compito di riconciliare gli interessi di specifici gruppi di operatori economici con l'interesse generale di tutti i sudditi e del sovrano.

Le Camere di Commercio del XVIII secolo sono una componente dell'amministrazione pubblica, guidata da funzionari pubblici fedeli al sovrano, a cui è affidato il compito di ricordare gli interessi economici locali a quelli dello Stato nel suo complesso.

Con la loro istituzione nel Regno d'Italia (1862) le Camere di Commercio vedono aumentare il loro spazio di autonomia.

1862 - 1865: I primi passi della Camera di Commercio ed Arti di Reggio Calabria

L'atto di nascita della Camera di Commercio ed Arti di Reggio Calabria porta la data del 23 ottobre 1862: la firma di Re Vittorio Emanuele II sanciva l'istituzione dell'Ente. Il nuovo organismo costituiva il punto di riferimento degli interessi commerciali ed industriali della provincia reggina, ed era deputato a rappresentarli presso il Governo, secondo quanto stabilito dalla Legge emanata il 6 Luglio 1862, con cui si istituivano ufficialmente le Camere di Commercio ed Arti in tutto il Regno d'Italia, fornendo un ordinamento a quelle, impostate sul modello napoleonico, già operanti in molte città. Le Camere, fondate sul principio rappresentativo, avevano una composizione che variava tra i nove ed i ventuno membri, eletti tra commercianti, industriali, artigiani e capitani marittimi iscritti nelle liste elettorali politiche dei comuni della propria circoscrizione.

Il primo atto ufficiale del nuovo Ente reggino risale al 1° gennaio 1863, quando i tredici membri, rappresentanti delle categorie produttive, si riunirono per eleggere il Presidente.

Nei primi due decenni del XX secolo una classe dirigente di altissimo profilo candida le Camere di Commercio a contribuire alla elaborazione ed alla gestione della politica economica del Paese.

Dopo il periodo fascista, che segna una battuta di arresto del progetto e l'assorbimento delle funzioni delle Camere all'interno dei Consigli Provinciali dell'Economia corporativa, le Camere vengono ricostituite nel 1944: in attesa che si creino le condizioni per la formazione dei nuovi consigli, le Camere vengono rette da un Presidente e da una Giunta.

Quello che era pensato come un assetto transitorio resterà in vigore per circa 50 anni, fino alla legge n. 580 del 1993.

Le nuove normative e l'evoluzione continua dei mercati, come anche le esigenze espresse dal territorio, hanno negli ultimi anni sensibilmente modificato l'organizzazione e l'approccio della

Camera di commercio, orientando il suo ruolo verso quello di un partner moderno per le imprese, un vero e proprio motore per la loro crescita e per lo sviluppo di tutto il territorio. Un nuovo ruolo che amplifica ed esalta la *mission* ufficiale dell'Ente, secondo quanto indicato dalle leggi e dallo Statuto.

Dalla legge 580/1993 riformata dal d. lgs. 15 febbraio 2010 n. 23

La Camera di commercio di Reggio Calabria è un "ente pubblico" in quanto persegue funzioni di interesse generale e dotato di "**autonomia funzionale**" in quanto tali funzioni le svolge quale ente esponenziale del sistema locale delle imprese. Il concetto di autonomia funzionale richiama infatti nel nostro ordinamento l'esistenza di enti esponenziali di comunità autonome, come la comunità delle imprese appunto riunite nella Camera di Commercio. Una legittimazione ad essere parte attiva nelle politiche di sviluppo del territorio.

Le è riconosciuta **autonomia** statutaria, organizzativa, finanziaria e gestionale. Tale autonomia garantisce capacità decisionale, flessibilità organizzativa e la possibilità di adeguare tempestivamente gli strumenti di intervento alla specificità del contesto.

Per conseguire la sua **missione istituzionale**, la Camera opera lungo due direttrici:

- > l'erogazione dei servizi istituzionali di natura amministrativa e per la regolazione del mercato;
- > il sostegno allo sviluppo del tessuto economico reggino.

Dallo Statuto della Camera di commercio di Reggio Calabria (approvato il 14 febbraio 2001 e per ultimo modificato il 14 luglio 2008).

Articolo 1 – Natura e finalità, i quattro punti cardine.

- 1) Svolge compiti di interesse generale per il sistema delle imprese, quale Ente autonomo funzionale di diritto pubblico nel quadro dell'ordinamento nazionale ed europeo.
- 2) Promuove lo sviluppo del sistema delle imprese a qualunque settore appartengano.
- 3) Promuove e orienta, all'interno del processo di programmazione territoriale, nella logica del partenariato istituzionale e attraverso il metodo della concertazione, politiche specifiche e scelte di priorità in grado di incidere sul miglioramento del contesto produttivo, per incrementare la competitività del territorio.
- 4) Ispira la propria azione ai principi della libera iniziativa economica, della libera concorrenza, dell'autoregolamentazione del mercato, della tutela e della dignità del lavoro.

La Camera di commercio, inoltre, tutela e persegue una economia aperta che assicuri pari opportunità, per lo sviluppo della persona nell'impresa e nel lavoro; recepisce e fa proprie le istanze delle imprese e dei consumatori, manifestate anche attraverso le libere associazioni.



Uomini, ruoli e funzioni

Gli organi statutari della Camera di commercio di Reggio Calabria sono il Consiglio, la Giunta, il Presidente e il Collegio dei Revisori dei conti.

Il *Consiglio* è composto da 27 membri, di cui 25 in rappresentanza dei settori economici e gli altri due rispettivamente delle Organizzazioni sindacali e delle Associazioni di tutela dei consumatori. È l'organo di indirizzo strategico dell'Ente ed esprime gli interessi generali

dell'intera comunità economica provinciale; individua gli obiettivi da raggiungere e le risorse necessarie per conseguirli e ne controlla l'attuazione. Il Consiglio resta in carica cinque anni.

La *Giunta* è composta dal Presidente della Camera e da 9 membri eletti dal Consiglio, almeno 4 dei quali in rappresentanza dei settori dell'industria, del commercio, dell'artigianato e dell'agricoltura. È l'organo esecutivo: attua gli indirizzi generali adottati dal Consiglio, nei confronti del quale svolge attività di stimolo e proposta.

Il *Presidente* interpreta ed esprime gli indirizzi della politica generale dell'Ente; ha la rappresentanza legale, politica e istituzionale della Camera; convoca e presiede il Consiglio e la Giunta.

Il *Collegio* dei Revisori dei conti dura in carica 4 anni e collabora con il Consiglio nella funzione di controllo e di indirizzo; esercita la vigilanza sulla regolarità contabile e finanziaria della gestione; attesta la corrispondenza del conto consuntivo alle risultanze della gestione.

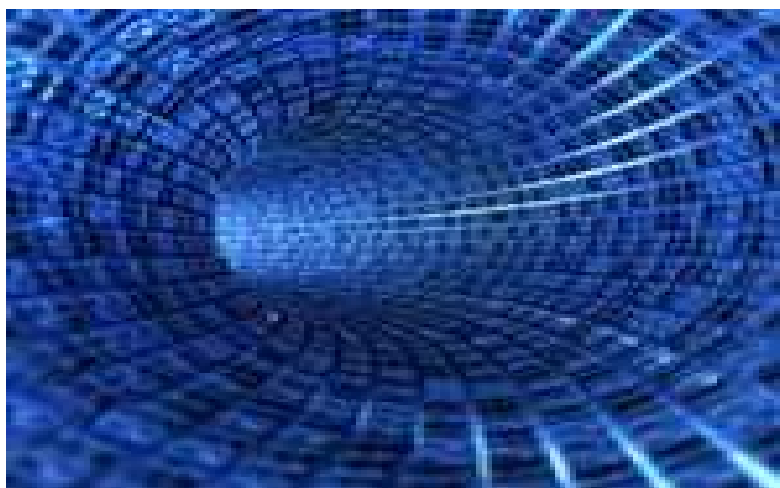
L'esercizio delle funzioni camerali risponde al principio della distinzione tra i compiti di indirizzo politico – propri del Consiglio, della Giunta e del Presidente – e i compiti di gestione amministrativa, tecnica e finanziaria, attribuiti al Segretario generale e alla dirigenza.

Il *Segretario* generale è nominato dal Ministero dello Sviluppo economico su designazione della Giunta. Provvede ad attuare gli indirizzi e gli obiettivi stabiliti dagli organi di governo dell'Ente; a tal fine sovrintende alla gestione complessiva dell'Ente perseguendo livelli ottimali di efficacia e di efficienza e garantendo l'unitarietà e il coordinamento dell'azione amministrativa.

Al Segretario generale rispondono, nell'esercizio delle funzioni loro assegnate, i dirigenti dell'Ente.

I *dirigenti* sono responsabili dell'attività degli uffici cui sono preposti e dell'attuazione dei servizi e dei progetti loro delegati dal Segretario generale. Provvedono alla gestione del personale e delle risorse finanziarie e strumentali assegnate ai loro uffici e sono responsabili del conseguimento degli obiettivi loro affidati.

Il *Nucleo* di controllo e valutazione strategica svolge una funzione di valutazione e controllo strategico dell'attività, dei servizi e dei progetti della Camera. Opera in autonomia all'interno dell'Ente, rispondendo esclusivamente al Consiglio, alla Giunta e al Presidente. È nominato dalla Giunta ed è composto da esperti esterni all'amministrazione camerale.



La Camera, un sistema di rete aperto

Per svolgere appieno e in maniera moderna la propria mission istituzionale, la Camera ha modificato la propria struttura interna, passando gradatamente da un sistema lineare di uffici a un'organizzazione di tipo "stellare", costituita da un elemento centrale di raccordo cui fanno riferimento una serie di elementi collaterali, funzionali alla messa in pratica delle linee strategiche.

Non si tratta però di una struttura chiusa in sé stessa. La Camera è infatti un sistema aperto, uno snodo di intersezione di più reti, attivate per finalità istituzionali diverse.

La **struttura a rete** è una modalità di governo e di coordinamento di decisioni autonome, dove i vari soggetti, ciascuno con le proprie competenze, concorrono a rispondere ai diversi

bisogni espressi dal tessuto economico locale, applicando le soluzioni migliori e creando nuove economie di standardizzazione, di scala e di specializzazione.

La Camera di commercio di Reggio Calabria rappresenta dunque un **sistema organico** composto da più soggetti:

- * L'Azienda speciale **IN.FORM.A.**, incaricata di gestire alcuni servizi e attività specifiche. Costituita nel 1994 per supportare il sistema delle piccole e medie imprese locali, per accrescerne la competitività e rafforzarne la posizione sui mercati locali, nazionali e internazionali, l'Azienda è stata potenziata nel corso dell'ultimo mandato, e trasformata in un vero e proprio *polo di servizio* operante in tre macroambiti:
 - ☐ servizi qualificati a favore delle micro imprese erogati in regime di mercato;
 - ☐ affiancamento progettuale e operativo alla Camera;
 - ☐ esternalizzazione di alcuni servizi o progetti camerali strumentali alle attività dell'Ente stesso.
- * L'Azienda Speciale **"Stazione Sperimentale per le industria delle essenze e dei derivati degli agrumi"**, a seguito della soppressione di tale ente pubblico economico e il trasferimento delle competenze alla Camera di Commercio (art. 7 comma 20 del D.L. 78 del 2010 pubblicato in Gazzetta Ufficiale ed entrato in vigore il 31 maggio 2010)
- * la sede decentrata di **Gioia Tauro**, per agevolare l'accesso ai servizi camerali da parte delle imprese localizzate in quell'area della provincia;
- * gli sportelli telematici istituiti presso le Associazioni di categoria e gli studi professionali;

A queste si aggiungono le società e gli organismi che, a vario titolo, contribuiscono allo sviluppo del territorio, e di cui la Camera detiene una partecipazione.

Ma la Camera è uno degli attori dello sviluppo che operano sul territorio e l'efficacia della sua azione è fortemente dipendente dalla sua capacità di creare e valorizzare sinergie con tutti gli altri attori territoriali. In tal senso, la Camera di Commercio di Reggio Calabria ricerca costantemente soluzioni operative che orientino i servizi, i progetti e le attività verso l'interazione e la collaborazione con altri soggetti.

In quanto sistema aperto, la Camera risulta essere più vulnerabile: sono più alti i rischi di insuccesso indipendenti dalla Camera e dipendenti dal contesto esterno con cui essa si trova ad interagire. Il clima politico, le condizioni sociali, l'andamento dell'economia diventano fattori condizionanti il buon esito dell'azione camerale anche se, nei suoi confronti, risulta minima la capacità di influenzamento che la Camera può esercitare.

Una misura della complessità del grado di apertura della Camera di Commercio è espresso dalla misura delle relazioni con terze parti attive nell'ambito di progetti e attività della Camera. Ne scaturisce una visione della Camera come "sistema" in cui variabili di natura esterna (il contesto normativo, formativo, economico, sociale, finanziario e di rappresentanza, etc.) e variabili di natura interna (strategie, risorse umane, finanziarie e strumentali, competenze professionali, processi e progetti operativi, strumenti di pianificazione, controllo e valutazione, etc.) interagiscono costantemente fra loro influenzandosi a vicenda: qualunque modificazione di una variabile si riflette, in maniera più o meno significativa, su tutte le altre.

L'organizzazione della Camera non può, di conseguenza che essere valutata secondo il c.d. "approccio per sistemi", come entità, cioè, che si concepisce come sistema costantemente in interazione con altri sistemi che con essa costituiscono unità parziali di un sistema allargato.

La Camera di Commercio di Reggio Calabria sviluppa la propria azione istituzionale attraverso l'appartenenza ad una molteplicità di reti formali ed informali. La Camera, quindi, rappresenta un nodo che è intersezione di più sistemi, ciascuno dei quali attivato per finalità istituzionali diverse. Le relazioni con gli altri nodi dei sistemi sono generalmente caratterizzate da legami forti che si traducono in una collaborazione operativa di natura progettuale o di servizio.

Le Camere di Commercio italiane sono infatti al centro di una fitta rete di organismi che lavorano con istituzioni, enti e associazioni, garantendo servizi, strategie di sviluppo e progetti, per una crescita equilibrata dell'economia e che costituiscono il sistema camerale.

In *Italia* il sistema è rappresentato da Unioncamere, l'Unione italiana delle Camere di Commercio Industria e Artigianato, che "promuove, realizza e gestisce ... servizi e attività di

interesse" per l'intera rete camerale. Al suo fianco le Strutture nazionali del sistema in grado di offrire servizi tecnici e professionali alle stesse Camere, nei campi più svariati.

A livello europeo, Eurochambres, che è l'associazione alla quale aderiscono 41 Organismi camerale di rappresentanza nazionale di paesi europei e che rappresenta più di 2.000 enti camerale che raccolgono 17 milioni di imprese, e la Sede Unioncamere di Bruxelles che promuove le attività del sistema camerale italiano verso le istituzioni europee.

Nel mondo, le Camere di Commercio Italiane all'Estero, che sono libere associazioni di imprenditori e di professionisti, italiani e locali. In Italia è attivo il Sistema delle Camere di Commercio estere in Italia per favorire i rapporti bilaterali tra i rispettivi Paesi d'origine e la nostra penisola, con interventi che mirano all'inserimento delle imprese nel mercato.

Sul piano del sistema Camerale italiano, la rete della Camera di Commercio di Reggio Calabria contempla alcuni importanti nodi: Unione Regionale delle Camere di Commercio della Calabria; Unione Nazionale delle Camere di Commercio, Infocamere (attraverso una partecipazione societaria), Retecamere (attraverso una partecipazione societaria), Camere di Commercio italiane all'estero, Istituto Guglielmo Tagliacarte, Dintec, Certicommerce, Ascame, Assonautica, Tecnoborsa, Borsa Merci Telematica I.T.F., Tecnocamere, Agroqualità, Isnart Consorzio Camerale Credito e Finanza, Camere di Commercio Estere.

La Camera di Commercio è così parte di un sistema che l'art. 1 comma 2 della legge n. 580/1993 riformata dal d. lgs. n. 23/2010 ha riconosciuto e definito: *"Le camere di commercio italiane, le unioni regionali delle camere di commercio, l'Unione italiana delle camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura, di seguito denominata «Unioncamere», nonché i loro organismi strumentali. Fanno parte altresì del sistema camerale italiano le camere di commercio italiane all'estero e estere in Italia legalmente riconosciute dallo Stato italiano"*.

Sul piano dello sviluppo locale, la rete di collaborazioni della Camera di Commercio di Reggio Calabria si estende a: Regione Calabria, Università Mediterranea di Reggio Calabria, Università della Calabria, Università D. Alighieri, Provincia, i 97 Comuni, le 7 Comunità Montane, la Prefettura, l'Autorità Portuale di Gioia Tauro, l'ASI, Associazionismo e Cooperazione, ABI, OO.SS., Confidi.

Una collaborazione con alcuni soggetti esterni, avvalorata da convenzioni pluriennali programmatiche.

Così con le Università Mediterranea di Reggio Calabria e della Calabria, con le Associazioni Artigiane e dei consumatori, con le Associazioni agricole, con il Coordinamento Regionale di "Progetto Policoro": un progetto della Chiesa Italiana per i giovani disoccupati al sud.

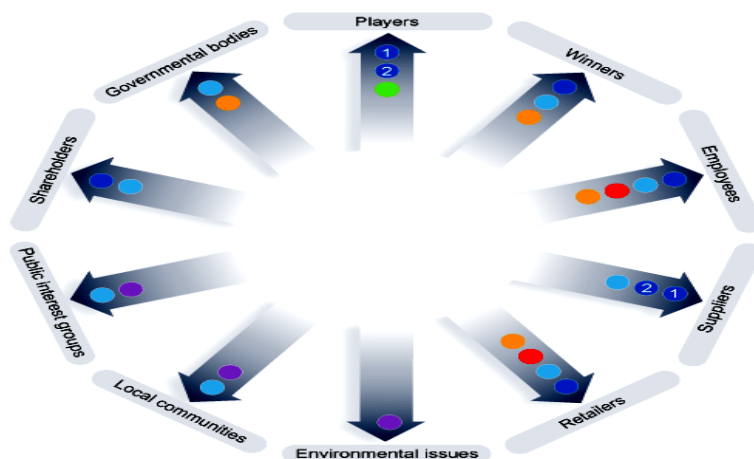
Così con i partecipati Centri di competenza tecnologica, di cui la Camera è socio fondatore, unico soggetto camerale meridionale: CERTA (Agroindustria-agroalimentare), ICT-SUD (Tecnologie avanzate e ICT) e MIT (Trasporti), chiamata a contribuire alla realizzazione dei programmi cofinanziati dal MIUR.

Sul piano della semplificazione amministrativa, la rete di collaborazioni della Camera di Commercio di Reggio Calabria si estende a: i tre Tribunali di Reggio Calabria-Locri-Palmi, Agenzia delle Entrate, Inps, Inail, Commissione Provinciale Artigianato, i 97 Comuni, la Provincia, la Regione, la Sovrintendenza Archivistica della Calabria.

Sul piano della legalità del mercato, la rete di collaborazioni della Camera di Commercio di Reggio Calabria comprende: Tribunali (Reggio Calabria, Palmi e Locri), Forze dell'Ordine (Arma dei Carabinieri, Polizia di stato e Guardia di finanza), Procura della repubblica, Direzione Investigativa Antimafia.

Sul piano dei servizi ai clienti, la rete della Camera di Commercio risulta essere connessa con i sistemi delle: Imprese, Associazioni imprenditoriali di categoria, Organizzazioni sindacali dei lavoratori, ABI, Associazioni dei consumatori, Terzo Settore, Cooperazione, Consorzi Fidi, Ordini professionali (avvocati, notai, commercialisti, ragionieri, consulenti del lavoro), P.A., Agenzie del sistema camerale, Associazioni e società partecipate, Camere di Commercio italiane e italiane all'estero, Associazione delle Camere di Commercio del Mediterraneo (ASCAME), Eurochambres.

La Camera è pertanto un nodo organizzativo che intercetta (è l'intersezione) la connettività con diversi sistemi organizzativi.



La Camera i suoi stakeholder

Proprio nella sua articolazione a rete la Camera si trova al centro di sistema di rapporti con istituzioni, formazioni sociali e soggetti privati, che si ritiene di poter così articolare:

LE ISTITUZIONI

- Uffici periferici delle Amministrazioni Pubbliche Centrali;
- Le istituzioni di governo del territorio: Regione , enti locali e relativi enti strumentali
- Istituti di previdenza ed assistenza: INPS, INAIL
- Agenzie fiscali

IL MONDO ECONOMICO

- Imprese
- Associazioni di rappresentanza, che costituiscono gli interlocutori privilegiati
- Ordini professionali
- Sistema bancario e finanziario
- Consumatori

IL SISTEMA CULTURALE, LE FORMAZIONI SOCIALI, L'OPINIONE PUBBLICA

- Sistema della formazione e cioè tutti i destinatari dei progetti per la conoscenza approfondita del mercato del lavoro e lo sviluppo del capitale umano nelle imprese e nelle istituzioni
- Università, Enti di ricerca, Centri studi
- Terzo settore
- Media: rappresentano i canali tradizionali e innovativi attraverso i quali e con i quali la Camera dialoga quotidianamente

GLI STAKEHOLDERS INTERNI E STRUMENTALI

- Organi collegiali: sono incaricati di assumere le decisioni fondamentali per la vita dell'Ente e risultano destinatari di specifiche attività di servizio;
- Personale interno: è costituito dalle risorse umane che operano entro la struttura organizzativa dell'Ente;
- Fornitori: rappresentano i soggetti che offrono a Unioncamere beni e servizi di mercato.



L'innovatività della piattaforma di servizi e la capacità di adattamento ai nuovi contesti

La Camera di Commercio di Reggio Calabria ha reagito alle sollecitazioni esterne provenienti dal quadro, di contesto socio-economico-territoriale e giuridico, sopra rappresentato, intraprendendo un percorso virtuoso di efficientamento della struttura organizzativa attraverso una forte spinta verso la deburocratizzazione del funzionamento (la struttura organizzativa è sempre più piatta) e la professionalizzazione delle risorse umane (il sistema professionale con cui le persone dell'organizzazione sono gestite si è trasformato da un modello basato su mansioni prescrittive, verso un modello *competence-based*, focalizzato sulle aree chiave di risultato; sono stati realizzati significativi investimenti in formazione e sviluppo delle risorse umane mediante l'avvio di veri e propri percorsi).

La turbolenza e l'incertezza del contesto, la competitività istituzionale accentuata da una sempre meno univoca attribuzione di competenze, e l'imprevedibilità dell'evoluzione delle norme e dei mercati in cui i clienti camerale – le imprese – si trovano ad operare, pone oggi il management della Camera di Reggio, e più in generale di tutte le Camere di Commercio italiane, di fronte a sfide sempre nuove e più impegnative.

E' stato, pertanto, richiesto alla Camera di caratterizzarsi sempre più come istituzione che promuova interazioni e cooperazione, nella piena autonomia degli interessi e dei ruoli ma in un contesto di condivisione di obiettivi e di corresponsabilizzazione delle azioni e degli interventi. E' l'identità di tipo relazionale che la Camera deve esercitare quotidianamente nel far crescere, attraverso un'operazione di costruzione paziente del tessuto relazionale, i collegamenti tra i soggetti collettivi della provincia, tra le imprese e tra queste e i primi.

L'organizzazione di una Camera di Commercio come quella di Reggio Calabria, non è più un sistema monolitico con un futuro da governare attraverso un approccio deterministico e quindi un sistema burocratico governato da certezze amministrative procedurali e strutture di responsabilità gerarchico-funzionali:

- le certezze hanno progressivamente lasciato spazio all'interpretazione della norma e ad una moltiplicazione delle possibili casistiche applicative;
- l'esercizio dell'autonomia funzionale ha favorito la costruzione di sistemi organizzativi aperti al territorio di appartenenza in grado di rispondere flessibilmente e adattivamente alle specifiche esigenze dello sviluppo locale;
- i ruoli organizzativi descritti con semplici mansioni sono stati sostituiti da sistemi professionali con ampie job description, focalizzati su processi e aree chiave di risultato;
- l'organico è costituito da operatori della conoscenza in grado di identificare i problemi, risolverli, ma anche di creare, trasmettere e conservare conoscenza in un processo di miglioramento continuo, di innovazione, di focalizzazione sul cliente, sulla sua soddisfazione e sull'erogazione di servizi sempre più di qualità e personalizzati;
- ad una operatività basata su procedimenti e adempimenti amministrativi è subentrata una gestione basata su processi e progetti;
- il perimetro dell'attività istituzionale si è progressivamente esteso ad una molteplicità di reti che vanno ben oltre il sistema camerale per intersecare il sistema della PA locale, centrale e comunitaria, le università e i centri di ricerca, le reti economiche ed i mercati connessi con il territorio, il sistema produttivo, il sistema finanziario, etc..

Il lavoro compiuto dalla Camera in termini sia organizzativi sia di capacità di relazioni con l'esterno e il resto del sistema, trovano riscontro anche nella gestione delle risorse umane e della struttura interna, dove si esprime un netto orientamento da *Camera di professionisti*.

Questi gli obiettivi raggiunti dalla Camera di Reggio Calabria:

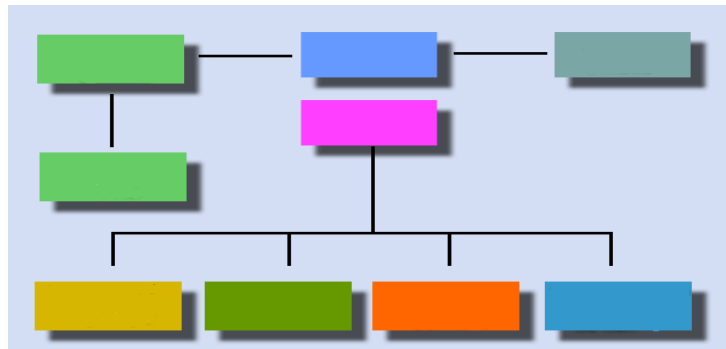
- > si è dotata di un sistema organizzativo aperto al territorio e flessibile rispetto alle esigenze dello sviluppo locale;
- > ha introdotto una gestione basata su processi e progetti;
- > ha rafforzato la professionalità delle risorse umane attraverso una focalizzazione sui risultati e sugli interventi di formazione e sviluppo;
- > ha introdotto un processo di miglioramento continuo, di innovazione e di soddisfacimento delle esigenze del cliente;
- > ha offerto servizi sempre più di qualità e altamente personalizzati.

C'è una forte permeabilità al cambiamento e all'innovazione, dunque, alla base delle nuove prospettive dell'Ente: la pianificazione diventa un processo di apprendimento, mentre la flessibilità dell'organizzazione sa adattarsi, di volta in volta e in tempo reale, alle mutevoli condizioni ambientali, secondo uno stile manageriale innovativo ed esplorativo, che riformula i problemi a partire da punti di vista diversi.

La necessità condivisa è stata anche quella di optare per una nuova gestione della macchina amministrativa: meno burocrazia, maggiore semplificazione, flessibilità organizzativa, struttura piatta, efficienza ed efficacia.

Ne è derivato:

- > un miglioramento della relazione tra aree organizzative e funzioni istituzionali;
- > una scomposizione delle funzioni istituzionali in attribuzioni organizzative ampie e omogenee;
- > una gestione del personale per competenze invece che per mansioni;
- > team multiprofessionali e interfunzionali;
- > decentramento delle decisioni;
- > responsabilizzazione per processi e obiettivi;
- > centralità della persona quale capitale intangibile e driver di creazione di valore.



Il governo dell'ordinamento funzionale della Camera di Reggio Calabria è così strutturato:

- > un Segretario generale (dirigente con funzioni di vertice), chiamato anche ad assumere ad interim la direzione delle due Aree (Area degli Organi istituzionali e dei Servizi di supporto e Area Studi, informazione economica, promozione e dei Servizi per lo sviluppo delle imprese);
- > un'unica dirigente in servizio cui è affidata la direzione dell'Area Anagrafica e di regolazione del mercato;
- > 6 posizioni organizzative, 5 responsabili dei Servizi (Affari Istituzionali, Giuridici, Risorse umane, Economico-finanziario, Anagrafico, Regolazione del mercato, Studi e promozione, Sviluppo delle imprese);
- > 13 posizioni di particolare responsabilità.

La struttura gestisce i rapporti con i soggetti terzi derivanti dall'esternalizzazione di alcuni servizi strumentali (ad esempio: la gestione delle buste paga, la gestione dell'archivio deposito e il centralino telefonico).

I principali benefici attesi sono stati individuati in:

- > riduzione dei costi;
- > superamento di alcune rigidità dovute al "blocco delle assunzioni" attraverso il reimpiego e la riqualificazione del personale;
- > concentrazione delle risorse (sia umane sia finanziarie) su specifiche funzioni e attività di rilevanza strategica, tralasciando quelle meno rilevanti e secondarie.

Ciò ha consentito di cogliere l'obiettivo: passare da un'organizzazione basata sui ruoli e sulle gerarchie a una incentrata sulla logica di rete all'interno e verso l'esterno, su team multiprofessionali e interfunzionali, sul decentramento delle decisioni, sulla responsabilizzazione per processi e obiettivi, sul controllo dei risultati.

Questi i risultati concreti ottenuti dopo la messa in atto di tale processo:

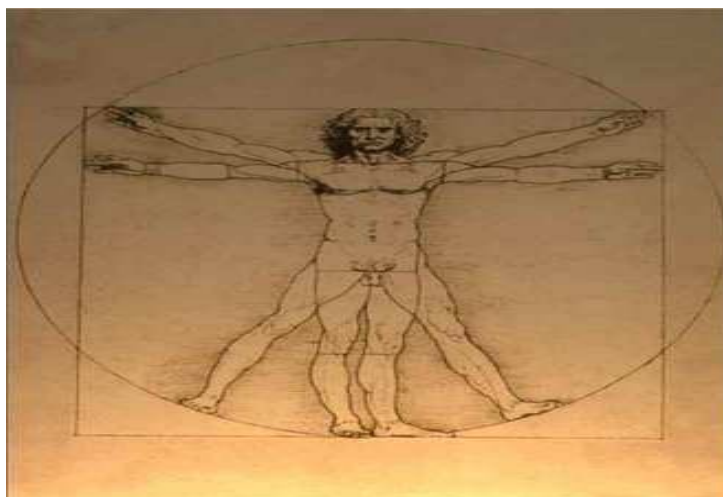
- > *Semplificazione*: da una struttura organizzativa e gestionale rigida si è passati all'applicazione di tipologie contrattuali flessibili. La struttura camerale è oggi in grado di adempiere alle funzioni di progettazione, proposta e sperimentazione; capace di interpretare il clima economico e politico-istituzionale in cui le imprese del territorio operano; idonea a pianificare gli obiettivi e governare le risorse in una logica di insieme. La Camera ha realizzato un percorso di reingegnerizzazione dei processi e ha riconosciuto la centralità della risorsa umana quale capitale intangibile e strumento di creazione di valore. L'incremento dell'efficienza e il miglioramento dei risultati dipendono infatti dalle competenze, dalla

capacità professionale, dalla produttività e dalla motivazione delle persone che in essa operano. Per questo mira a innalzare il livello di soddisfazione delle persone e il grado di identificazione nella Camera.

- > **Comunicazione interna:** la circolazione delle informazioni all'interno ha saputo coinvolgere tutte le risorse umane ed è divenuta un veicolo per condividere i valori, rafforzare il senso di appartenenza e generare coesione. A questo fine l'Ente ha introdotto strumenti tecnologici innovativi e ha definito un nuovo ordinamento logistico e funzionale.
- > **Interattività:** il passaggio dall'informazione alla comunicazione, alla interoperabilità e alla interattività è stato fondamentale. Comunicando ai clienti il senso del proprio ruolo; diffondendo presso l'utenza la consapevolezza del valore prodotto dall'Ente; ascoltando le imprese locali per coglierne i bisogni, la Camera di commercio va dritta al cuore delle imprese, diventa integratore di sistema e si interfaccia costantemente con soggetti pubblici e privati per generare e consolidare la fidelizzazione;
- > **Verifica:** marcare la differenza tra un Ente autoreferenziale e uno che mette continuamente in verifica il proprio posizionamento, è stata una scelta significativa: in questo modo, il tessuto imprenditoriale può riconoscere più facilmente legittimazione alla Camera, grazie alla sua capacità di generare valore riconoscibile e misurabile piuttosto che per la sua natura "istituzionale".

Questo processo ha richiesto l'attivazione di un **network di sistemi integrati** di misurazione e valutazione, che rappresentano un supporto per la programmazione strategica su due fronti:

- > *all'interno*, per valutare lo stato attuale dell'organizzazione e le sue potenzialità, orientare le scelte del management e sviluppare una cultura professionale orientata al miglioramento continuo;
- > *all'esterno*, per verificare il posizionamento rispetto ai clienti e orientare le scelte strategiche verso le loro richieste, aspettative ed esigenze.



Al centro le risorse umane

Il capitale intangibile rappresenta uno dei maggiori driver per la creazione di valore delle aziende. E di tale natura è il capitale intellettuale, elemento distintivo e discriminante, per la definizione di un vantaggio competitivo sia per le imprese come per la Pubblica Amministrazione. È quindi naturale pensare che le competenze, le capacità professionali, la produttività e la motivazione delle persone che operano in una Camera ne rappresentano anche le reali possibilità di recupero di efficienza e di miglioramento dei risultati.

Per questo la Camera di Reggio Calabria ha avviato una politica per il personale che sappia dare respiro strategico alle scelte dei lavoratori, superando la logica contingente degli organici vuoti, quella autorizzatoria dei piani triennali di reclutamento e quella spartitoria dei fondi di incentivazione della produttività.

Ne è conseguita una costante tensione della Camera a investire sulle persone che vi collaborano, ricercando al tempo stesso un adeguato ritorno dell'investimento: il meccanismo è quello di un circolo virtuoso che progressivamente sappia avvicinare gli *interessi individuali* e quelli *aziendali*, innalzare il livello di soddisfazione delle persone e il grado di identificazione nella Camera e promuovere così il miglioramento dei risultati complessivi dell'Ente.

La "**formula uomo**" caratterizza tutta l'organizzazione, la pianificazione e la gestione. La qualità dei servizi si fonda sulla qualità del lavoro: un binomio inscindibile, che si concretizza solo se si creano le condizioni in cui tutti possono dare il meglio di sé.

L'**obiettivo** è valorizzare le capacità, stimolare la creatività, dare importanza a ogni singolo contributo.

Il **risultato** è la creazione di un clima di lavoro confortevole e di un clima professionale stimolante nel quale le persone si sentano motivate, coinvolte e valorizzate e dove possono "fare squadra" ottenendo così la giusta soddisfazione individuale, i concreti risultati di gruppo e la fidelizzazione all'Ente di appartenenza.

Il percorso verso tali risultati non è stato semplice. Si è passati da un consolidato piano annuale di formazione, coerente e funzionale, e si sono avviati, negli ultimi anni, grandi sforzi di innovazione culturale, puntando innanzitutto l'attenzione sulla tecnologia come lo strumento principale della semplificazione e arrivando a essere percepiti sempre più come realtà al servizio delle imprese e promotrice di sviluppo economico.

La struttura si è evoluta: ha acquisito i crismi di un'organizzazione di tipo professionale, che punta sulla logica di rete all'interno e verso l'esterno, su team multiprofessionali e interfunzionali, sul decentramento delle decisioni, sulla responsabilizzazione per processi e obiettivi, sul controllo dei risultati.

Il **piano funzionale** ha due obiettivi principali:

- > **contribuire** a configurare un sistema professionale coerente con il nuovo ordinamento professionale e integrabile con azioni di mobilità e sviluppo professionale all'interno dell'Ente;
- > **diffondere** la cultura dell'innovazione e promuovere una maggiore sensibilità sulla formazione permanente come leva per favorire il miglior funzionamento dell'Ente e i processi di crescita professionale.

Tutto il personale ha potuto fruire, in modo diverso secondo gli obiettivi di crescita e le competenze, ai percorsi di formazione e di addestramento tecnico e alle diverse attività previste dal piano formativo, come quelle di aggiornamento dedicate alla dirigenza o alle posizioni organizzative.

Anche i sistemi premiali si sono evoluti, abbandonando i meccanismi rigidamente egualitaristici verso logiche di competizione trasparente e regolata all'interno della Camera. Si è passati così dal sistema di ricompensa indipendente dai contributi forniti, antidoto alla conflittualità interna, alla giusta correlazione contributi-ricompensa, con la prospettazione di sentieri di carriera ai più meritevoli, e con trattamenti retributivi allineati con le condizioni di mercato. Tutto questo ha generato un positivo ritorno dell'investimento sul piano del continuo adeguamento delle professionalità ai bisogni emergenti della mission della Camera sul territorio.

Per favorire la crescita delle competenze e la valorizzazione delle professionalità, la Camera ha realizzato una sola sessione di progressioni verticali, introducendo rigorosi criteri selettivi attraverso un percorso di sviluppo professionale fondato sulla formazione in aula e sul campo.

La fase formativa ha accompagnato i candidati verso il momento selettivo vero e proprio, rappresentandone uno step significativo, così da costituire un momento di verifica del grado di acquisizione delle conoscenze tecnico-professionali e delle capacità e attitudini previste. In questo modo, si è anche portato a compimento un iter di ricambio generazionale, che ha visto abbassarsi l'età media dei dipendenti e l'introduzione di innovazioni soprattutto nelle funzioni apicali della Camera. Si è avviato anche un percorso per migliorare il benessere organizzativo interno, ponendosi in ascolto permanente delle risorse umane per conoscerne il livello di motivazione e di senso di appartenenza.

Il quadro della complessità organizzativa e gestionale è completato dall'attività di comunicazione interna - un'attività permanente e continua che consente la condivisione e l'accesso comune alle informazioni - e **dalla certificazione di qualità**.

Ottenuta, secondo gli standard delle norme internazionali UNI EN ISO 9001, per il Registro delle imprese e dei Ruoli ed Elenchi, Ufficio sanzioni amministrative e Ufficio marchi e brevetti, Ufficio Diritto annuale, la certificazione di qualità ha favorito un miglioramento costante della semplificazione delle procedure, la velocizzazione degli adempimenti, la qualità e l'affidabilità dell'informazione e la diffusione degli strumenti e tecnologie e-government a supporto dei servizi di back office, come:

- > il protocollo informatico;
- > il sistema di WorkFlow Base sulla gestione documentale;

- > l'archiviazione ottica sostitutiva (Legaldoc) per l'eliminazione della carta;
- > la gestione di delibere e determine.



LE RISORSE FINANZIARIE A VALORE

Entrate

Anno	Dir. annuale	Dir. Segreteria	Contributi	Altre entrate	Totale
2002	2.986.721	941.801	259.695	110.573	4.298.790
2006	5.237.298	1.131.000	829.792	127.405	7.325.495
2010 (*)	7.408.615	1.270.800	1.611.034	36.750	10.327.199

(*) Dati da preconsuntivo

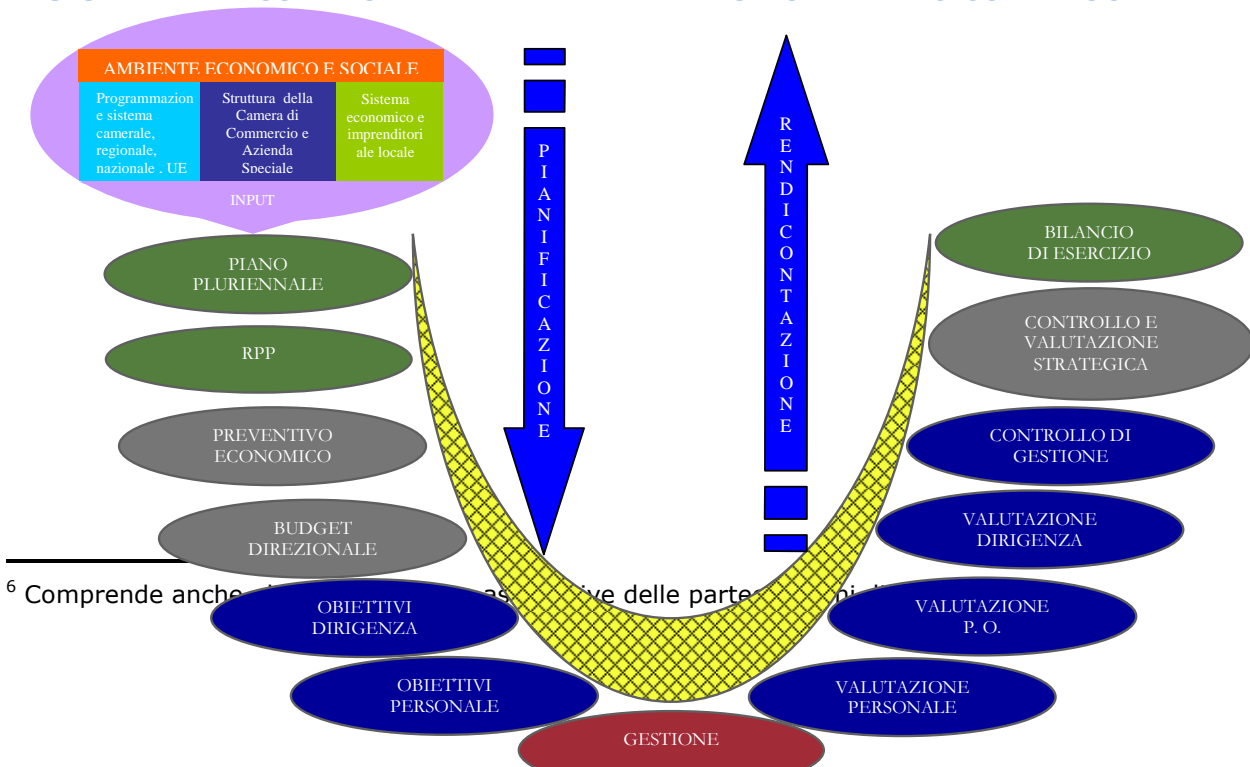
Spese

Anno	Organi	Funzionamento ⁶	Personale	Totale
2002	289.104	1.168.432	2.674.519	4.132.055
2006	253.720	1.421.301	2.749.197	4.424.218
2010(*)	264.048	1.460.347	2.293.491	4.017,886

(*) Dati da preconsuntivo

Le spese da preconsuntivo per interventi a favore delle imprese e dell'economia totalizzano € 3.312,076, pari al 44,7% delle entrate per diritto annuale e al 38% per diritto annuale e diritti di segreteria.

IL SISTEMA DEI CONTROLLI INTERNI PER IL MIGLIORAMENTO CONTINUO



⁶ Comprende anche...

I sistemi di governance e controllo tradizionali hanno lasciato il posto negli anni ad un network di sistemi integrati tali da costituire un supporto informativo unitario:

- all'interno, per capire lo stato attuale dell'organizzazione e le sue potenzialità, per pianificare correttamente, per orientare le scelte del management, per sviluppare una cultura del miglioramento continuo;
- all'esterno, per verificare il posizionamento rispetto ai suoi clienti, per orientare le scelte strategiche verso le richieste che provengono dall'esterno, per migliorare la comunicazione.

Un unico sistema che sottende il passaggio dall'autoreferenzialità, tipica del modello superato di P.A., alla verifica permanente del posizionamento aziendale;

finalizzato a:

- orientare la programmazione strategica
- orientare il management
- sviluppare una cultura professionale orientata al miglioramento continuo.

composto da:

- Performance dei servizi della Camera, per monitorare e valutare l'efficienza, l'efficacia e qualità dei servizi camerali, dell'allocazione e dell'utilizzo delle risorse nonché la qualità dei servizi in rapporto agli obiettivi prefissati e alle aspettative dei clienti. L'Ente ha partecipato al progetto pilota in collaborazione con Unioncamere, che ha definito e messo a regime un sistema strutturato di indicatori di controllo, a livello strategico e operativo, che consentono di monitorare periodicamente i servizi e i programmi camerali.
- Controllo di gestione: la funzione, definita nel Regolamento per la disciplina della gestione patrimoniale e finanziaria delle Camere di commercio, si è arricchita di un sistema di monitoraggio delle imprese che hanno contattato la Camera. In questo modo, grazie a un uso calibrato dello strumento del CRM, si è costituita la premessa per un sistema di misurazione del valore aggiunto fruito rispetto all'apporto finanziario e si è potuta definire una nuova forma di controllo di gestione. Una forma che mira a instaurare un percorso decisionale e di controllo da parte degli organi di governo e delle strutture organizzative, e consente di trasformare continuamente gli obiettivi in azioni.
- Sistema di valutazione del personale, relativo al raggiungimento di obiettivi e dei risultati, nonché alla valutazione delle competenze di tutti i livelli dell'organizzazione.
- Controllo strategico, atto a valutare l'adeguatezza delle scelte compiute e la qualità della pianificazione, in termini di congruenza tra risultati conseguiti e obiettivi predefiniti.
- Sistema di valutazione della dirigenza, per verificare l'efficacia dell'azione dirigenziale nel conseguimento degli obiettivi strategici dell'Ente.
- Customer satisfaction, che dà come feedback la valutazione dell'Ente nel suo complesso da parte di clienti singoli, di intermediari e di referenti istituzionali.
- Il bilancio sociale di mandato (2004-2009): non soltanto una testimonianza delle cose fatte e di quelle programmate e in corso di realizzazione, ma anche un punto dal quale partire per la definizione delle linee strategiche del nuovo mandato 2010-2014

ANALISI DEL CONTESTO INTERNO

L'organizzazione della Camera e le risorse umane



La struttura organizzativa e funzionale

La *macrostruttura* della Camera di Commercio di Reggio Calabria è articolata su due livelli (Art. 5 del Regolamento di direzione approvato con delibera n. 78 del 6 agosto 2010):

- *la macrostruttura di primo livello*, deliberata con atto n. 24 del 24 marzo 2010 che ha definito gli ambiti organizzativi di massimo livello in armonia con le scelte strategiche dell'Amministrazione, denominati "Aree":
 - ⇒ Area dei servizi amministrativi ed economico-finanziari
 - ⇒ Area dei servizi anagrafici, di regolazione del mercato e tutela del consumatore
 - ⇒ Area dei servizi economico-statistici e promozionali
- ◀ *la macrostruttura di secondo livello* - che definisce le linee portanti di divisione del lavoro all'interno degli ambiti organizzativi di primo livello di cui al punto precedente. Essa costituisce un elemento relativamente stabile della struttura organizzativa ed è definita dal Segretario Generale, in osservanza dei principi di progettazione organizzativa delineati all'interno del presente regolamento. Le unità organizzative corrispondenti alla macrostruttura di secondo livello vengono denominate Settori e Servizi.

La microstruttura è considerata in stretto rapporto con le decisioni assunte nell'ambito del processo di programmazione (Art.5 del Regolamento di direzione approvato con delibera n. 78 del 6 agosto 2010).

La sua articolazione è di natura non rigida e non definitiva, ma ridefinibile in ragione dell'evoluzione delle esigenze di intervento e delle risorse disponibili e quindi:

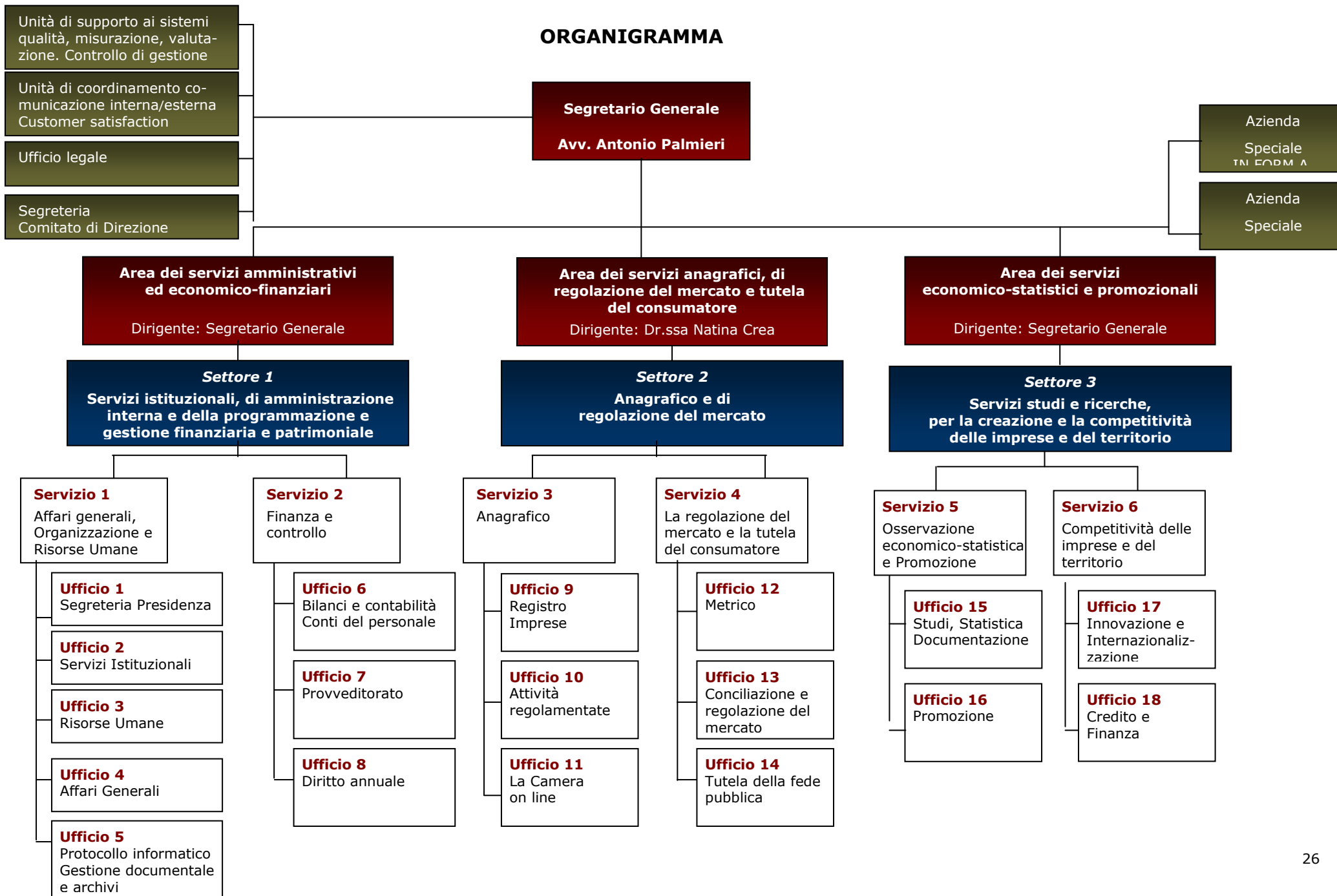
- in osservanza degli indirizzi di cui al "Programma pluriennale" e dei principi di progettazione organizzativa delineati all'interno del presente regolamento;
- ◀ in modo concertato tra il Segretario Generale e il dirigente di Area;

Le unità organizzative corrispondenti alla microstruttura sono denominate Servizi e Uffici e Unità di staff: unità organizzative dotate di elevato grado di autonomia, con compiti di supporto operativo, di consulenza e di assistenza agli organi istituzionali e alla direzione, poste alle dirette dipendenze del Segretario Generale.

Si sviluppa così in 6 Servizi, 19 Uffici di linea e 4 in staff alla Segreteria Generale:

- ⇒ Unità di supporto ai sistemi di qualità, misurazione e valutazione, controllo di gestione
- ⇒ Unità di coordinamento comunicazione interna/esterna e customer satisfaction
- ⇒ Ufficio Legale
- ⇒ Segreteria Comitato di Direzione

ORGANIGRAMMA



RIPARTIZIONE DEL PERSONALE IN SERVIZIO PER AREE⁷

AREE	CATEGORIE DI PERSONALE							
	A1	B1	B3	C1	D1	D3	DIRIGENTI	TOTALE
AREA DEI SERVIZI ANAGRAFICI, DI REGOLAZIONE DEL MERCATO E TUTELA DEL CONSUMATORE								
SETTORE ANAGRAFICO E DI REGOLAZIONE DEL MERCATO							1	1
SERVIZIO ANAGRAFICO			2	5		1		8
SERVIZIO LA REGOLAZIONE MERCATO E LA TUTELA DEL CONSUMATORE		1	1	2	2	1		7
TOTALE AREA			4	7	2	2	1	16

AREA DEI SERVIZI AMMINISTRATIVI ED ECONOMICO FINANZIARI								
SETTORE DEI SERVIZI ISTITUZIONALI, DI AMMINISTRAZIONE INTERNA E DELLA PROGRAMMAZIONE E GESTIONE FINANZIARIA E PATRIMONIALE							Segretario Generale ad interim	
SERVIZIO AFFARI GENERALI, ORGANIZZAZIONE E RISORSE UMANE	0	3	3	4	1			11
SERVIZIO FINANZA E CONTROLLO			1	6	4			11
TOTALE AREA	0	4	4	10	5			22

AREA DEI SERVIZI ECONOMICO - STATISTICI E PROMOZIONALI SETTORE DEI SERVIZI STUDI E RICERCHE, PER LA CREAZIONE E LA COMPETITIVITA' DELLE IMPRESE E DEL TERRITORIO							Segretario Generale ad interim	
SERVIZIO OSSERVAZIONE ECONOMICA, STATISTICA E PROMOZIONE IMPRENDITORIALE E DEL TERRITORIO				1	2			3
SERVIZI COMPETITIVITA' DELLE IMPRESE E DEL TERRITORIO			1	1	1	1		4
TOTALE AREA			1	2	3	1		7

AZIENDA SPECIALE IN.FORM.A.					2			2
TOTALE AZIENDA SPECIALE					2			2

TOTALE	0	4	8	19	12⁸	3	1	47
---------------	----------	----------	----------	-----------	-----------------------	----------	----------	-----------

AZIENDA SPECIALE STAZIONE SPERIMENTALE PER LE INDUSTRIE DELLE ESSENZE E DEI DERIVATI AGRUMARI

(Dati provvisori in attesa del Decreto Interministeriale previsto dal comma 7 dell'art. 20 del D.L. n. 78/2010 conv. in L. n. 1232/2010)

PERSONALE DEI RUOLI DEL MINISTERO SVILUPPO ECONOMICO

Dirigente	1
Funzionario Amm.IV liv	1
Ricerctore II liv.	1
Collaboratore Tec V liv.	1

PERSONALE DIPENDENTE DALLA STAZIONE SPERIMENTALE

Collaboratore Tec VI liv.	1
Collaboratore A. V liv.	1
Collaboratore A .VI liv.	1
Ausiliario T IX liv.	1
Operatore A IX liv.	1

⁷ Tenuto conto delle cessazioni dal servizio che si verificheranno al 31 dicembre 2010, la situazione è al 1° gennaio 2011

⁸ Per ragioni meramente statistiche la categoria D1 raggruppa i due dipendenti dell'Azienda Speciale, inquadrati nel primo livello del CCNL applicato.

Equilibrio dimensionale

Il dimensionamento dell'organico della Camera di Commercio, riferito al numero delle imprese iscritte nel Registro delle Imprese, indica un rapporto di meno un dipendente (0,91) per ogni 1000 imprese registrate (49.242) e di poco più di un dipendente (1,04) per ogni 1.000 imprese attive (43.199), un valore nettamente inferiore al valore medio di altre realtà camerali analoghe e dello stesso valore medio regionale.

L'indicatore in esame mette in risalto qualità del personale e produttività del lavoro che si accorda con un'efficace organizzazione ed un'attenta politica di bilancio, ma nello stesso tempo rappresenta l'assoluta indilazionabilità di un potenziamento della dotazione di risorse umane per non vanificare l'efficienza raggiunta nei servizi e non pregiudicare una riduzione delle attività, in un momento in cui la Camera è chiamata a disimpegnare nuovi impegni (vigilanza del mercato, mediazione, tenuta albo delle imprese artigiane - funzione trasferita alle Camere dal 2011):

- la dotazione organica al 31 dicembre 2010 è di 71 unità con un solo dirigente; consistenza cui si è pervenuti attraverso una prima riduzione il 28 luglio 2004 (da 74 unità a 72) ed una successiva il 24 marzo 2010 da 72 a 71;
- Il personale in servizio al 1° gennaio 2011 è di n. 45 unità di cui un solo dirigente.

Tale dato determina un indice di copertura della dotazione organica del 63% rispetto all'ultimo dato del rapporto sistema camerale, registrato quale media per tutte le Camere e che è dell'83%.

Il trend è il seguente:

Anno 2007: indice medio copertura Camere di commercio italiane 85%,
Camera di Reggio 66,66%

Anno 2008: indice medio copertura Camere di commercio italiane 85%,
Camera di Reggio 63,80%.

Numero dipendenti per mille imprese:

su imprese registrate n. 49.942 - 0,9 dipendenti;

su imprese attive n.43.741 - 1,05 dipendenti;

Dal 2003 ad oggi non si è mai fatto ricorso a personale a tempo determinato o altra forma di lavoro flessibile, salva una esperienza episodica di stagisti.

Né rapporti di consulenza co.co.co o altro, salvo una collaborazione emergenziale tra il 2006 e il 2007.

Una situazione ed un processo determinato dal fatto che le Camere di Commercio non possiedono, ormai da tempo, quei margini di libertà che risultano indispensabili per agire nei diversi ambiti di governo del loro personale.

Su tutti, incide il contingentamento delle possibilità di ottenere dal turnover tutte quelle opportunità di gestione, ad un tempo, del necessario ricambio generazionale e della valorizzazione del personale interno; gli enti camerali, infatti, possono cogliere tali opportunità solo entro limiti percentuali dei risparmi derivanti dalle cessazioni dal lavoro verificatesi nell'anno precedente; limiti, peraltro, decrescenti (per le singole Camere) al ridursi dei margini di autonomia finanziaria disponibili.

Tra i tanti paradossi che condizionano significativamente la dinamica di un'organizzazione è da evidenziare l'impossibilità di acquisire tali professionalità, pur avendo la capacità finanziaria in bilancio, per mancanza del presupposto di fatto, vale a dire la cessazione di personale nell'anno precedente, sul cui risparmio di spesa calcolare la quota di risorse, anche se ridotta rispetto ad esso, da destinare al ricorso al mercato del lavoro⁹.

Rapporti di lavoro

Rispetto all'anno precedente si registra solo n. 1 assunzione per mobilità (sono prossime le procedure di mobilità per n. 2 posti di cat. D1 e n. 5 posti di cat. C).

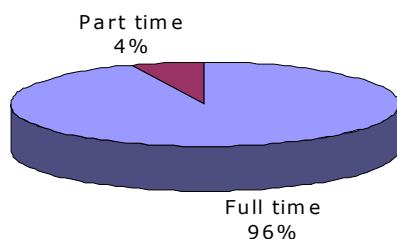
Il personale presso la Camera di Commercio, comprendendo pure quello dell'Azienda Speciale IN.FORM.A., è nella sua totalità impiegato in rapporti di lavoro subordinato a tempo

⁹ Osservatorio camerale Unioncamere-Sistema camerale 2010

indeterminato. Di questi solo il 4% ha un rapporto part-time come evidenziato nella tabella e nel grafico seguenti.

PERSONALE	NUMERO	%
full time	45	96,00%
part time	2	4,00%
TOTALE	47	100,00%

Distribuzione del personale per orario di lavoro



Il profilo qualitativo del personale

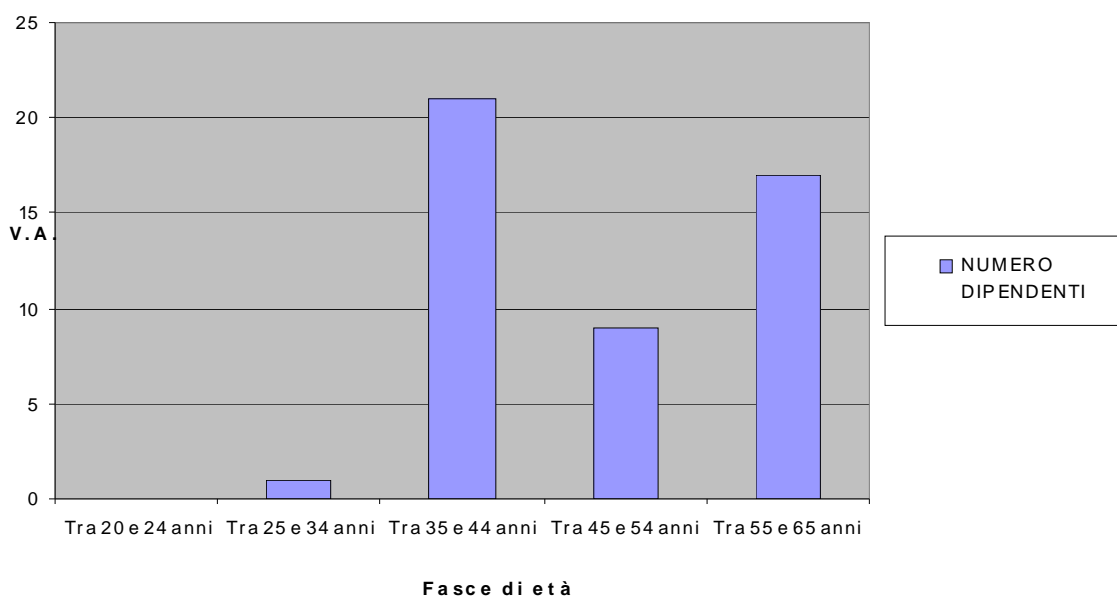
Si riportano di seguito alcuni dati sui profili qualitativi del personale utili per leggere nel dettaglio la fotografia degli addetti della Camera di Commercio e della sua Azienda Speciale.

Età media del personale camerale

Il personale dirigente e non, suddiviso per classi di età, si concentra significativamente nella fascia di età tra i 35 e 44 anni, anche se è presente il 35% del personale è compreso nella fascia di età tra 55 e 65 anni. Una buona presenza di personale al di sotto dei 45 anni di età, distribuita con maggiore densità nelle categorie di grado più elevato.

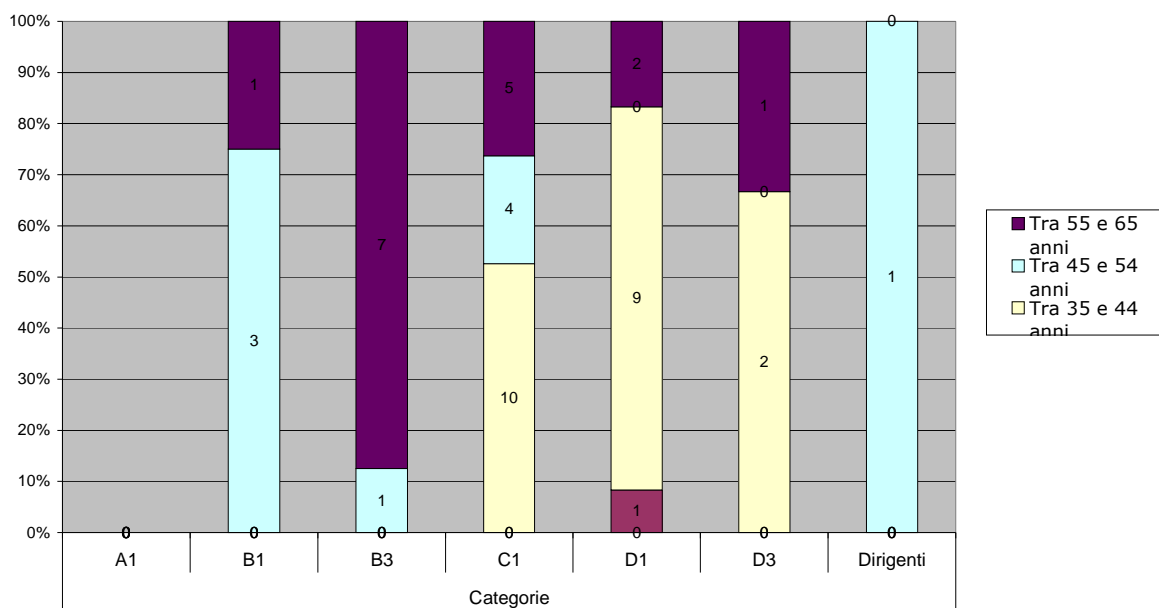
ETA'	NUMERO DIPENDENTI	%
Tra 20 e 24 anni	0	0,00%
Tra 25 e 34 anni	1	2,00%
Tra 35 e 44 anni	21	44,00%
Tra 45 e 54 anni	9	19,00%
Tra 55 e 65 anni	16	35,00%

Distribuzione del personale per fasce di età



DISTRIBUZIONE PER ETÀ E CATEGORIA									
Fasce di età	Categorie							Dirigenti	totale
	A1	B1	B3	C1	D1	D3			
Tra 20 e 24 anni	0	0	0	0	0	0	0	0	
Tra 25 e 34 anni	0	0	0	0	1	0	0	1	
Tra 35 e 44 anni	0	0	0	10	9	2	0	21	
Tra 45 e 54 anni	0	3	1	4	0	0	1	9	
Tra 55 e 65 anni	0	1	7	5	2	1	0	16	
TOTALE	0	4	8	19	12	3	1	47	

Distribuzione del personale per fasce di età e categoria



Genere

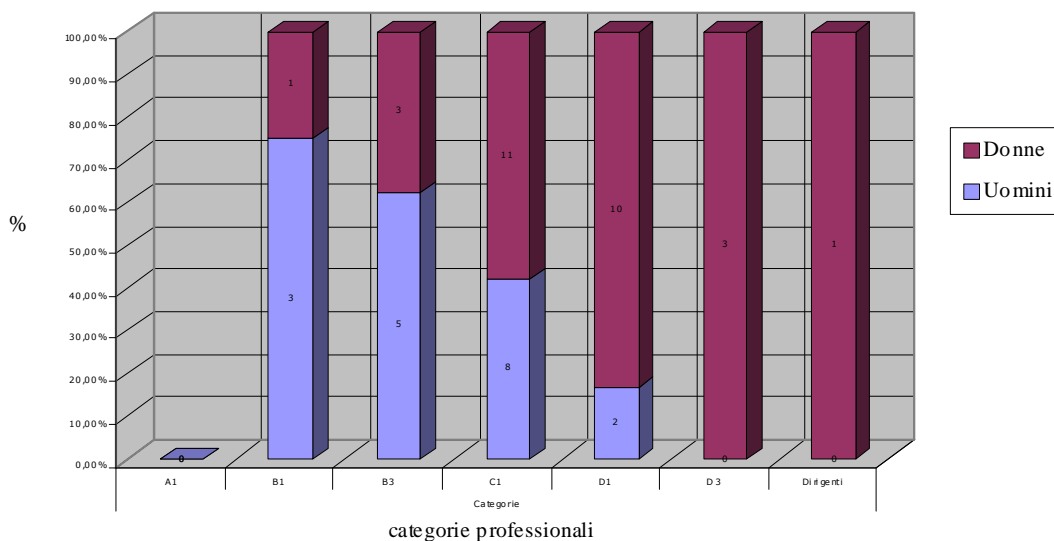
Una successiva connotazione è data da una ripartizione di genere sostanzialmente equilibrata tra uomini e donne, ma queste registrano la maggiore consistenza (61,00% contro il 39,00% del totale).

GENERE	NUMERO DIPENDENTI	%
UOMINI	18	39,00 %
DONNE	29	61,00 %

Tale distribuzione, che prevede una lieve maggioranza di donne, viene letta anche attraverso la distribuzione per livelli funzionali dove sempre le donne si collocano in una posizione di vantaggio.

DISTRIBUZIONE PER GENERE E CATEGORIA							
Genere	Categorie						Dirigenti
	A1	B1	B3	C1	D1	D3	
Uomini	0	3	5	8	2	0	0
Donne	0	1	3	11	10	3	1
Totale	0	4	8	19	12	3	1

Distribuzione del personale per genere e categoria



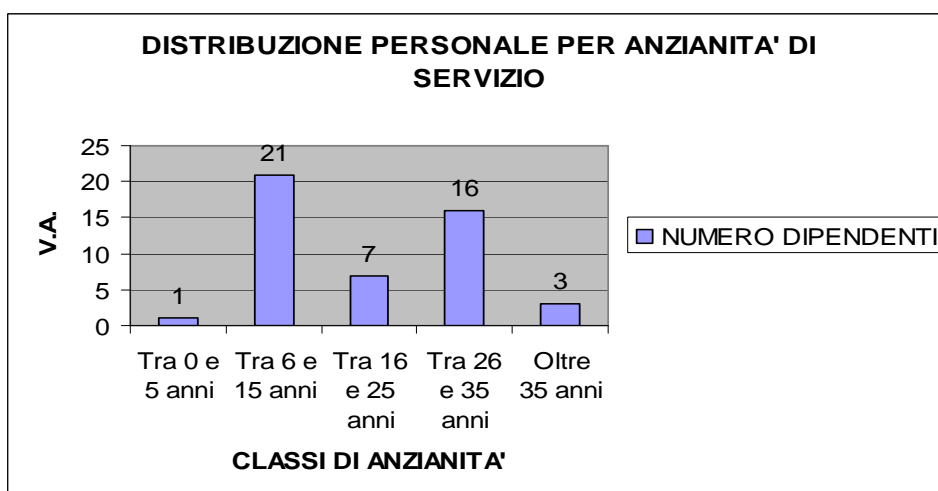
Anzianità di servizio

La maggior parte (circa il 92%) dei dipendenti ha un'anzianità di servizio compresa tra i 6 ed i 25 anni e tra i 26 e i 35 anni; di questi il 44% si colloca tra i 6 ed i 15 anni.

Solo il 6% circa ha un'anzianità di servizio superiore ai 35 anni e quindi ai livelli di soglia del pensionamento.

La fascia sino a 25 anni assomma al 14% del personale, mentre solo l'2% dei dipendenti ha un'anzianità di servizio inferiore a 5 anni.

ANZIANITÀ DI SERVIZIO	NUMERO DIPENDENTI	%
Tra 0 e 5 anni	1	2%
Tra 6 e 15 anni	21	44%
Tra 16 e 25 anni	7	14%
Tra 26 e 35 anni	16	34%
Oltre 35 anni	2	6%
TOTALE	47	100%



Livello di scolarità

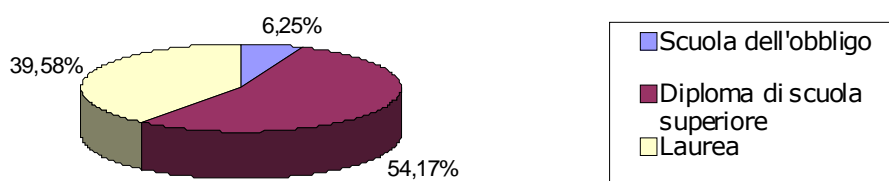
Il 94% del personale è in possesso almeno di un titolo di istruzione superiore e ciò contribuisce a costituire una base molto solida per un percorso di sviluppo professionale durevole nel

tempo, un ulteriore tassello verso la "Camera di Professionisti" già delineata negli indirizzi programmatici di medio periodo.

Va segnalato che il 40% del personale in servizio è laureato: di questi l'84% appartiene all'area sociale (Economia e Commercio, Giurisprudenza, Scienze Politiche) e il 16% all'area scientifica (Ingegneria, Informatica, Matematica).

TITOLO DI STUDIO	NUMERO DIPENDENTI	%
Scuola dell'obbligo	3	6,25%
Diploma di scuola superiore	25	54,17%
Laurea	19	39,58%
di cui:		
Area Sociale	16	84%
Area Scientifica	3	16%

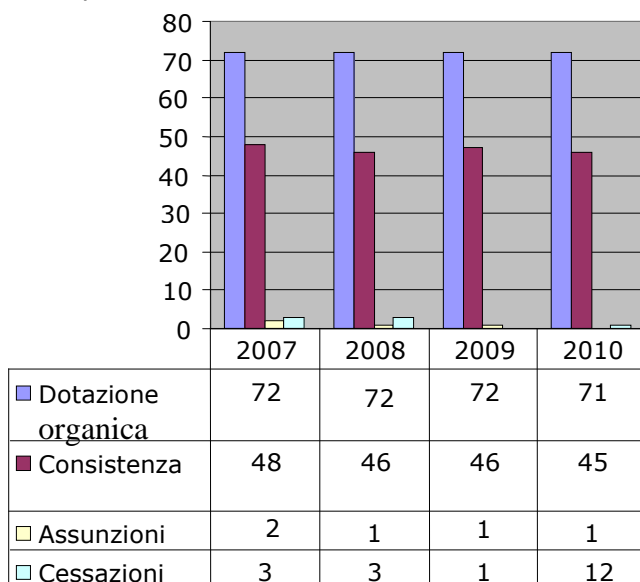
Dipendenti per livello di scolarità



Andamento consistenza del personale

Per come già richiamato la consistenza del personale della Camera di Commercio si livella al di sotto delle necessità dell'Ente e il suo trend in diminuzione si appalesa incompatibile rispetto agli obiettivi strategici e programmatici individuati dagli organi di governo della Camera per il periodo 2010-2014.

Consistenza del personale - andamento anni 2007-2010



Alle 45 unità del personale camerale si aggiungono le 2 professionalità dell'A.S. IN.FORM.A..

La formazione del personale

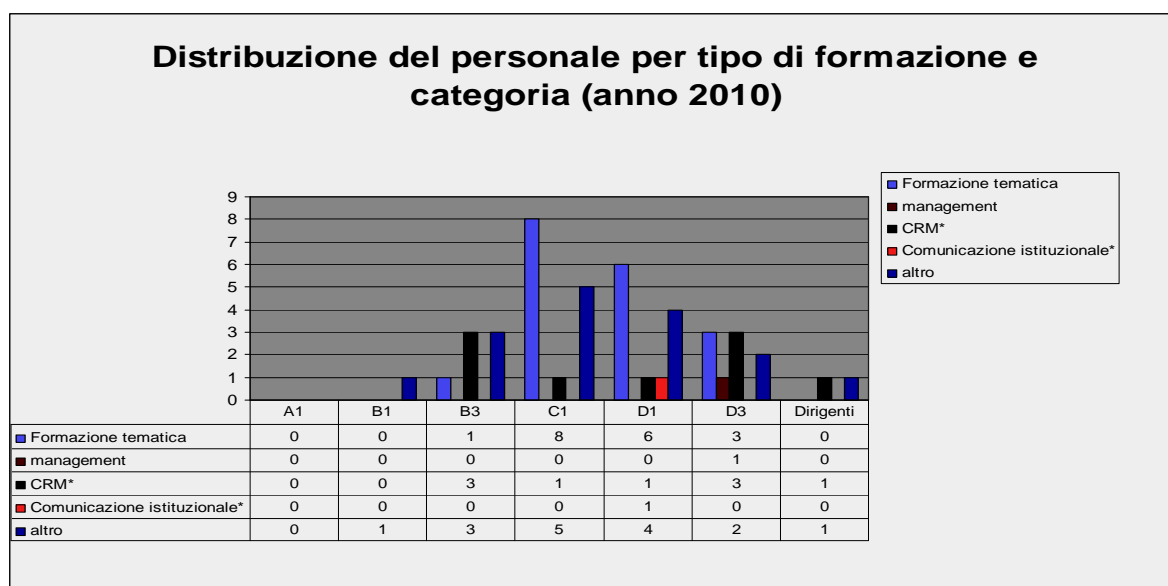
Il Piano di Formazione 2010 della Camera di Commercio, predisposto dal Segretario Generale e condiviso con le rappresentanze del personale, si è rilevato coerente con il grande sforzo di innovazione culturale ed organizzativa che la Camera va compiendo da qualche anno ormai, secondo un modello nel quale l'utilizzo della tecnologia sia lo strumento principale della semplificazione, per essere percepita sempre più come realtà al servizio delle stesse imprese e promotrice di sviluppo economico, e proiettato a fare evolvere la struttura verso un'organizzazione di tipo professionale, che punta sulla logica di rete all'interno e verso l'esterno, su team multiprofessionali ed interfunzionali, sul decentramento delle decisioni, sulla responsabilizzazione per processi ed obiettivi, sul controllo dei risultati.

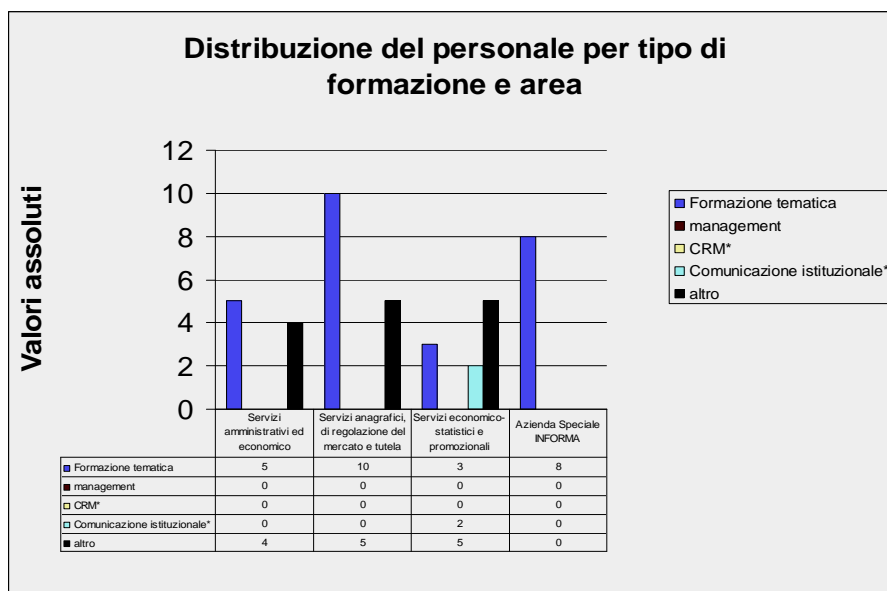
Il Piano di formazione ha confermato il piano formativo secondo i piani operativi predisposti dai Responsabili dei Servizi nell'anno 2009 con le seguenti integrazioni:

Area Interfunzionale:

- Aggiornamento della Legge 241 del 1990 dopo le modifiche apportate nel 2009: Il Procedimento amministrativo e i termini del procedimento, le funzioni di responsabile di procedimento e di provvedimento, la disciplina sull'azione amministrativa, controlli relativi alla documentazione amministrativa e alle autocertificazioni, il diritto di accesso ai documenti
- Business English: gestione delle negoziazioni in inglese e delle conversazioni telefoniche, organizzazione meetings e marketing di base-studio approfondito dell'inglese commerciale contemporaneo
- Sicurezza del lavoro: La sicurezza che cambia
 - Nuovi adempimenti per la P.A. alla luce del T.U. D.Lgs. 81/2008
 - La gestione dell'emergenza
 - Prevenire gli infortuni attraverso una politica della sicurezza efficace, consapevole e condivisa
- Informatica: excel e powerpoint
- Corso per incaricati del trattamento dei dati – Tutela della privacy
- Controllo di gestione e Accogliere, orientare, informare il cliente: il front-office e lo sportello virtuale, il servizio come fattore di qualità, la gestione del disservizio
- Le attività contrattuali: in particolare le ordinazioni in economia sulla base dei regolamenti vigenti per le Camere
- La class action
- I sistemi di valutazione delle performance

Il piano formativo programmato e realizzato nel corso del 2010 ha coinvolto tutto il personale della Camera, in funzione delle specifiche aree di intervento e dei singoli moduli contenuti all'interno delle aree e coerentemente con la categoria di inquadramento dei singoli destinatari della formazione e del corrispondente profilo di appartenenza, del periodo di permanenza nella Camera e della appartenenza a specifiche famiglie professionali, come riportato nei prospetti seguenti che mettono in luce le relazioni tra percorsi formativi, categorie di personale ed aree operative.





Analisi delle risorse economiche, patrimoniali e finanziarie (Preconsuntivo 2010)

PROVENTI

DIRITTO ANNUALE	7.408
DIRITTI DI SEGRETERIA	1.270
ALTRI PROVENTI	1.647
GESTIONE FINANZ. E STRAORD.	128

TOTALE PROVENTI 10.453

ONERI

PERSONALE	2.293
FUNZIONAMENTO	1.724
INTERVENTI ECONOMICI	3.312
AMMORTAMENTI E ACCANTONAMENTI	3.301

TOTALE ONERI 10.630

Nel periodo in esame ed in prospettiva, le risorse finanziarie sono ipotizzate in moderata crescita, con dinamiche altrettanto moderate per le Aziende Speciali:

- le risorse provenienti dal sistema imprenditoriale sotto forma di diritto annuale, principale componente delle entrate camerali, sono interessate da eventuali adeguamenti derivanti essenzialmente dal saldo positivo fra cancellazioni e nuove iscrizioni al Registro Imprese, non essendo ipotizzabili consistenti incrementi dei valori unitari delle contribuzioni;
- i diritti di segreteria, in linea con la tendenza manifestata nell'ultimo biennio, evidenzieranno una contenuta crescita lineare;
- i proventi derivanti dai contributi, rimborsi e gestione di servizi sono stimati in moderata crescita, in particolare per il consolidamento delle attività di natura commerciale;
- l'attività delle Aziende Speciali è caratterizzata da un crescente incremento dei volumi delle iniziative proposte e dei soggetti beneficiari coinvolti, con significativi ritorni in termini di maggiori ricavi propri. Ciò consentirà di continuare il trend positivo verso l'obiettivo primario dell'autofinanziamento, che porta con sé una maggiore efficacia di azione sul mercato e, per conseguenza, un ulteriore risparmio delle risorse che la Camera di Commercio di Reggio C. potrà destinare al finanziamento diretto di iniziative promozionali;
- le gestioni accessorie (finanziaria e straordinaria) evidenziano saldi positivi che consentono di mobilitare ulteriori risorse a beneficio del sistema economico locale, sia attraverso erogazioni dirette sia mediante investimenti. In particolare: la gestione finanziaria evidenzia elevati livelli dei proventi derivanti dall'attenta politica di gestione dei flussi finanziari con l'ottimizzazione degli investimenti dei picchi di liquidità; la gestione straordinaria mantiene un andamento complessivamente positivo, per effetto del puntuale perseguimento del processo sanzionatorio praticato dall'Ente, per il recupero del diritto annuale non corrisposto

ESERCIZIO 2011

PROVENTI

DIRITTO ANNUALE	7.435
DIRITTI DI SEGRETERIA	1.263
ALTRI PROVENTI	591
GESTIONE FINANZ. E STRAORD.	140

TOTALE PROVENTI 9.429

ONERI

PERSONALE	2.869
FUNZIONAMENTO	2.053
AMMORTAMENTI ED ACCANTONAMENTI	3.365

TOTALE ONERI 8.287
DISPONIBILITÀ 1.142



MANDATO ISTITUZIONALE E MISSIONE

E' l'art. 1 comma 1 della riformata legge n. 580/1993 ad affidare alle Camere un preciso **mandato istituzionale**: sono enti pubblici dotati di autonomia funzionale che svolgono, nell'ambito della circoscrizione territoriale di competenza, sulla base del principio di sussidiarietà di cui all'articolo 118 della Costituzione, funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese", per rappresentare il perno istituzionale della crescita competitiva del proprio territorio e delle imprese che ne fanno parte.

Ma anche lo "statuto" della Camera, agevolmente accessibile al sito web istituzionale www.rc.camcom.it/camera in quanto definisce il perimetro nell'ambito del quale la Camera può e deve operare in base a quanto stabilito dalla legge. Esso è esplicitato negli articoli 1, 11, 13.

STATUTO

Approvato dal Consiglio Camerale con delibera n. 2 del 14 febbraio 2002 e successivamente modificato (in data 07.03.2002 con delibera consiliare n. 4; in data 29.05.2003 con delibera n. 2; in data 28.10.2005 con delibera n.13; in data 27.04.2007 con delibera n.3; in data 14.07.2008 con delibera n.7)

ARTICOLO 1

Natura e finalità

1. La Camera di Commercio Industria, Artigianato e Agricoltura di Reggio Calabria, la cui istituzione risale al 23 Ottobre 1862, nel seguito denominata "Camera di Commercio," svolge compiti di interesse generale per il sistema delle imprese insediate nella provincia di Reggio Calabria, quale ente autonomo funzionale di diritto pubblico nel quadro dell'ordinamento nazionale ed europeo.
2. La Camera di Commercio, nell'espletare i compiti istituzionali, promuove lo sviluppo del sistema delle imprese a qualunque settore appartenenti, valorizzando - secondo il principio di sussidiarietà - l'autonomia e l'attività delle associazioni imprenditoriali, professionali, sindacali, dei consumatori, nonché delle altre formazioni sociali.

ARTICOLO 11

Sistema camerale

1. La Camera di Commercio è parte di un sistema e si riconosce nella rete delle Camere di Commercio dell'Unione europea, nell'Unione Italiana delle Camere di Commercio cui fa parte e nell'Unione Regionale delle Camere di Commercio di cui fa parte.

ARTICOLO 13

Sussidiarietà e complementarietà

1. La Camera di Commercio ispira la propria azione al principio di sussidiarietà, al fine di attivare sinergie e collaborazioni con le istituzioni pubbliche di livello regionale, nazionale ed europeo e di instaurare un efficace rapporto tra le attività dell'Ente e le espressioni dell'associazionismo, del sistema delle imprese e del mercato.

Anche la "**missione**", che identifica la ragion d'essere e l'ambito in cui la Camera opera in termini di politiche e azioni perseguite, è sempre la legge istitutiva (legge n. 580/1993 per ultimo modificata dal d.lgs. n.23/2010) a definirla nell'art. 2, rafforzando notevolmente il ruolo nei processi di sviluppo economico e sociale, assegnando in maniera esplicita una serie di funzioni di supporto e di promozione per attuare quel mandato istituzionale di rappresentare gli interessi generali del sistema delle imprese per esserne di supporto e di promozione:

"2. Le camere di commercio, singolarmente o in forma associata, svolgono in particolare le funzioni e i compiti relativi a:

- a) tenuta del registro delle imprese, del Repertorio economico amministrativo, ai sensi dell'articolo 8 della presente legge, e degli altri registri ed albi attribuiti alle camere di commercio dalla legge;
- b) promozione della semplificazione delle procedure per l'avvio e lo svolgimento di attività economiche;
- c) promozione del territorio e delle economie locali al fine di accrescerne la competitività, favorendo l'accesso al credito per le PMI anche attraverso il supporto ai consorzi fidi;
- d) realizzazione di osservatori dell'economia locale e diffusione di informazione economica;
- e) supporto all'internazionalizzazione per la promozione del sistema italiano delle imprese all'estero, raccordandosi, tra l'altro, con i programmi del Ministero dello sviluppo economico;
- f) promozione dell'innovazione e del trasferimento tecnologico per le imprese, anche attraverso la realizzazione di servizi e infrastrutture informatiche e telematiche;
- g) costituzione di commissioni arbitrali e conciliative per la risoluzione delle controversie tra imprese e tra imprese e consumatori e utenti;
- h) predisposizione di contratti-tipo tra imprese, loro associazioni e associazioni di tutela degli interessi dei consumatori e degli utenti;
- i) promozione di forme di controllo sulla presenza di clausole inique inserite nei contratti;
- l) vigilanza e controllo sui prodotti e per la metrologia legale e rilascio dei certificati d'origine delle merci;
- m) raccolta degli usi e delle consuetudini;
- n) cooperazione con le istituzioni scolastiche e universitarie, in materia di alternanza scuola-lavoro e per l'orientamento al lavoro e alle professioni.

Particolarmente espliciti i punti da c) ad f).

Funzioni che vengono riprese anche dallo statuto agli articoli 8, 9, 10

ARTICOLO 8

Funzioni e competenze

1. La Camera di Commercio, quale ente di autogoverno del sistema delle imprese della circoscrizione provinciale, ne rappresenta e cura gli interessi generali e ne promuove lo sviluppo. Essa può esercitare, oltre alle funzioni espressamente attribuite dalla legge, dai regolamenti e dal presente Statuto, tutte le funzioni nelle materie amministrative ed economiche concernenti il sistema delle imprese, salvo che la Costituzione o la legge non le attribuiscono in via esclusiva ad altri soggetti pubblici o privati. In particolare, svolge azioni di sostegno del sistema economico locale e può essere soggetto promotore o partecipante di iniziative di programmazione concertata con soggetti pubblici e privati per la promozione e lo sviluppo del territorio.

2. La Camera di Commercio esercita altresì le funzioni delegate o conferite dallo Stato, dalla Regione Calabria, dall'Unione Europea, nonché quelle derivanti da convenzioni internazionali, regionali, provinciali o locali.

ARTICOLO 9

Attività

1. Per l'espletamento delle proprie funzioni la Camera di Commercio:
 - a) direttamente o mediante aziende speciali, esercita, anche con l'istituzione di osservatori, le funzioni di raccolta, comunicazione e diffusione delle informazioni sulle economie locali, sui mercati e sul sistema generale delle imprese, utilizzando a tali fini i dati - anche individuali - comunicati dalle imprese e da pubbliche amministrazioni o altri enti in relazione allo svolgimento delle proprie funzioni amministrative;
 - b) attua iniziative dirette a favorire la formazione imprenditoriale, l'accesso al credito da parte delle imprese, l'innovazione ed il trasferimento delle tecnologie, l'internazionalizzazione, la promozione della diffusione del commercio elettronico, la tutela ambientale e la valorizzazione delle risorse del territorio;
 - c) promuove, realizza e gestisce strutture ed infrastrutture di interesse economico generale a livello locale, provinciale, regionale e nazionale, direttamente o mediante la partecipazione, secondo le norme del codice civile, con altri soggetti pubblici e privati ad organismi anche associativi, ad enti, a consorzi e a società;
 - d) può costituire aziende speciali operanti secondo le norme del diritto privato per la realizzazione di interventi a favore del sistema delle imprese, dell'economia, della competitività del territorio;
 - e) può partecipare, anche in collaborazione con l'Unione Regionale delle Camere di Commercio e con l'Unione Italiana delle Camere di Commercio, ad accordi di programma. Essa può stipulare contratti, convenzioni, protocolli d'intesa e promuovere e partecipare ai patti territoriali e altri strumenti di programmazione negoziata;
 - f) può svolgere l'attività di editoria nel rispetto delle norme in vigore.

ARTICOLO 10

Funzioni di regolazione del mercato

1. La Camera di Commercio esercita le proprie funzioni garantendo imparzialità e terzietà rispetto a tutti i soggetti del mercato dei quali cura lo sviluppo nell'ambito dell'economia locale.
2. La Camera di Commercio, nell'esercizio delle funzioni di regolazione, effettua i servizi previsti dalla legge n.580/1993 e da altre norme. In particolare:
 - a) esercita funzioni di inibizione dell'uso di clausole vessatorie, di controllo sulla presenza di clausole inique nei contratti, nonché altre iniziative finalizzate a tali attività;
 - b) promuove l'elaborazione e l'adozione di contratti-tipo, in particolare da parte di associazioni di rappresentanza di imprese ed associazioni di tutela dei consumatori e degli utenti;
 - c) effettua servizi di conciliazione e di arbitrato tra le imprese, tra imprese e consumatori ed utenti, anche con l'assistenza delle rispettive associazioni;
 - d) svolge attività indirizzate alla tutela del consumatore e della fede pubblica.
3. La Camera di Commercio può costituirsi parte civile nei giudizi relativi ai delitti contro l'economia pubblica, l'industria e il commercio e può promuovere l'azione per la repressione della concorrenza sleale.
4. La Giunta Camerale individua il responsabile delle attività finalizzate alla tutela del consumatore e della fede pubblica che sovrintende all'attività di controllo di conformità dei prodotti e degli strumenti di misura di cui all'articolo 20 del decreto legislativo n. 112 del 1998.
5. Il Responsabile informa periodicamente il Presidente e la Giunta Camerale dell'attività svolta e delle iniziative da intraprendere.

La missione nello scenario di un nuovo assetto istituzionale e nuovo quadro normativo.

Ma nei prossimi anni la missione della Camera sarà influenzata da profondi mutamenti nel quadro istituzionale e normativo:

- L'operatività dell'area metropolitana dello Stretto con l'istituzione della *città metropolitana* di Reggio Calabria (ex art.23 comma 2 della legge 5 maggio 2009 n.42), che rideterminerà, nel corso del mandato consiliare, la dimensione spaziale della programmazione.
- Il trasferimento alle Camere di Commercio delle competenze delle stazioni sperimentali, soppresse per effetto di quanto disposto dall'art. 7 comma 20 del d.l. n.78/2010 conv. in l. n.122/2010.

Così alla Camera di Commercio di Reggio Calabria sono state trasferite le competenze della "Stazione Sperimentale per le industrie delle essenze e dei derivati dagli agrumi".

Le Stazioni Sperimentali (n. 8) enti pubblici economici sottoposti alla vigilanza del Ministero Sviluppo Economico ed in relazione ai settori di competenza e secondo le rispettive leggi istitutive, svolgevano attività di ricerca industriale ed attività di sviluppo precompetitiva, cioè precedente alla fase sperimentale vera e propria; attività di certificazione di prodotti o di processi produttivi; analisi e controlli; consulenza alle imprese, alle pubbliche amministrazioni ed enti pubblici; attività di documentazione, divulgazione, promozione della qualità e supporto alla formazione degli specifici settori produttivi, anche al fine di consentire la crescita occupazionale qualificata; partecipazione all'attività di formazione tecnica; attività ad esse affidate dallo Stato, alle Regioni, nonché quelle derivanti da convenzioni internazionali.

In particolare questi i compiti della Stazione Sperimentale delle essenze e dei derivati dagli agrumi, istituita con Decreto Luogotenenziale 20/06/1918 n. 2131:

- a) studi e ricerca applicata concernenti le essenze e derivati dagli agrumi;
- b) analisi, prove, esperimenti, tarature di strumenti ed apparecchi;
- c) assistenza tecnica e consulenze alle aziende;
- d) documentazione ed informazione di interesse per le industrie di riferimento;
- e) formazione del personale dipendente delle industrie cui la Stazione è preordinata;
- f) partecipazione ai lavori di normazione nazionali ed internazionali.

Ma anche:

- promuove ed attua iniziative di interesse nazionale nei settori di competenza;
- cura lo studio e la ricerca innovativa relativa ai prodotti ed ai processi di produzione.

- Il progetto di *riordino degli strumenti per la proiezione all'estero del Sistema Italia*, che chiama la rete camerale a sostenere la vocazione all'internazionalizzazione di tante piccole imprese;
- Il DPR 7 settembre 2010, n. 160, che nell'approvare il "regolamento per la semplificazione ed il riordino della disciplina sullo *sportello unico per le attività produttive*" attua la previsione di cui all'art.38 del d.l. n.112/2008 conv. in l. n.133/2008, che coinvolge le Camere di Commercio nel raccordo tra le istituzioni e nei processi di comunicazione telematica ma riconosce loro anche una funzione sostitutiva laddove prevede che "Nel caso in cui, al momento della scadenza del termine di cui all'articolo 12, comma 1, lettera a), il comune non abbia istituito il SUAP, o questo non abbia i requisiti di cui al comma 10, l'esercizio delle relative funzioni, decorso il termine di cui al medesimo articolo, è delegato, anche in assenza di provvedimenti espressi, alla camera di commercio territorialmente competente".

Ma più in generale il processo complessivo di semplificazione richiesto dalla direttiva comunitaria 123/2006 CE, la cui attuazione è stata avviata dal d.lgs. n.59/2010 e proseguita dalla legge n.112/2010 e che dispiegherà i suoi effetti a livello di legislazione regionale e regolamentazione comunale

- Il nuovo istituto della mediazione civile e commerciale, approvato con il decreto legislativo 4 marzo 2010, n. 28 (Gazzetta Ufficiale 5 marzo 2010, n. 53) attuativo della riforma del processo civile :si applica a tutte le controversie civili e commerciali che vertono su diritti disponibili, fatta eccezione per le controversie in materia di telecomunicazioni (telefonia) e subfornitura che continuano ad essere disciplinate dalle disposizioni previgenti in tema di conciliazione.

In quanto organismo iscritto (n. 85) dal 24/5/2010 nel registro degli Organismi deputati a gestire tentativi di conciliazione a norma dell'art. 38 del decreto legislativo 17 gennaio 2003 n. 5, istituito con il decreto del Ministero della Giustizia 23 luglio 2004, n. 222, il Servizio di

conciliazione è abilitato a gestire le nuove procedure di mediazione previste dal Decreto Legislativo 4 marzo 2010, n. 28.

- A seguito del Decreto del Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestaliol.M. 2/11/2010, per le Camere di Commercio si ripropone l'opportunità di promuovere il loro ruolo quali autorità pubbliche di controllo che, a normativa vigente, sono chiamate a garantire la tracciabilità di ciascuna partita di vino a d.o. e igt.
- Conclusa il 31 marzo la sperimentazione della Comunicazione Unica per l'avvio delle attività d'impresa, prevista dalla legge 2 aprile 2007, n. 40, dal 1° aprile la nuova procedura riguarderà gli oltre 6 milioni di imprese attualmente esistenti in Italia e tutti coloro che, dal prossimo 1° aprile, intenderanno aprire una qualunque iniziativa economica in forma d'impresa.

Prima di definire ed analizzare le scelte strategiche e le priorità programmatiche non si può prescindere da due premesse:

❶ La consiliatura 2009-2014 si è aperta in una fase delicata per il Paese e per la regione ma anche per la provincia, soprattutto per le difficoltà della situazione economica e produttiva di un periodo definito a livello politico come il terminale del tunnel della crisi che preclude alla ripresa e quindi alla crescita.

Quest'anno la situazione nazionale e internazionale è particolarmente complessa e diventa sempre più urgente chiederci, al di là delle prese di posizione preconcepite, quale possano essere le strade per acchiappare una ripresa che sembra allontanarsi man mano che la rincorriamo. La risposta è che la vera sfida per lo sviluppo inizia proprio nel momento in cui è necessario cogliere i segnali di ripresa e far sì che coinvolgano una platea sempre più numerosa di imprese e di territori.

❷ l'attuazione e il consolidamento dei nuovi ruoli a cui è chiamato il sistema camerale e quindi la Camera di Commercio di Reggio Calabria, impongono che le azioni di supporto e di accompagnamento al rilancio dell'economia locale si qualificano e qualificano la Camera interlocutore più autorevole per un più efficace dialogo con gli altri attori dello sviluppo a livello locale ma anche nazionale.

La genesi del presente programma parte così dalla condivisione delle finalità strategiche del sistema Paese, sistema associativo, sistema camerale, politiche regionali che, in funzione dell'exit strategy dalla crisi, perseguono una comune politica per la competitività del sistema Paese/Regione.

Programmi	Destinatari P.A. e MPI (Micro Piccole Imprese)	Obiettivi e misure
Europa 2020 e Carta Europea per le piccole imprese	<i>Avviamento meno costoso e più veloce. Migliore legislazione regolamentazione. Migliorare l'accesso in linea</i>	<i>Crescita intelligente; crescita sostenibile; crescita sostenibile'. Educazione e formazione alla imprenditorialità; fornire competenze; potenziare la capacità tecnologica delle piccole imprese; imprenditorialità elettronica</i>
Small Business Act- I principi interessati	I, III, IV, V	II, VI, VII, VIII, IX, X
Programma Ministero Sviluppo Economico	<i>Il "Piano per la semplificazione amministrativa per le imprese e le famiglie 2010-2012". Piano e-gov 2012</i> <i>Industria 2015</i>	<i>Atto di indirizzo MSE 2010/2012: Ottimizzare le risorse per le politiche territoriali di sviluppo; Potenziare l'internazionalizzazione; Sviluppare la concorrenza con regole adeguate; Realizzare le infrastrutture per le comunicazioni. Italia 2020. Piano di azione per l'occupabilità dei giovani attraverso l'integrazione tra apprendimento e lavoro</i>
ReteImprese Italia. Strategie e scelte di medio periodo	<i>Garantire una reale semplificazione amministrativa</i>	<i>Incentivare l'innovazione: Potenziare i rapporti di una partnership fra imprese e banche, Potenziare gli interventi per un lavoro attivo. Riqualficare il territorio. Sviluppare le energie rinnovabili. Le città anello aggregante. Interventi per le infrastrutture: La risorsa turismo.</i>
Programma di governo regionale 2010/2015	<i>Migliorare l'efficienza della PA. Libertà d'impresa</i>	<i>Aumentare l'occupabilità, creare nuovi e migliori posti di lavoro, rafforzare i sistemi educativi e formativi, la formazione permanente, superiore e continua dei lavoratori, sostenere l'imprenditorialità; mettere in rete la nostra regione con l'Italia e l'Europa, lungo il corridoio "Berlino - Palermo"; aumento della qualità del contesto sistema Regione; salvaguardia del territorio e dell'ambiente, aumento della competitività e consapevolezza del sistema territoriale regionale come risorsa; tutela e sostenibilità del sistema ambientale; politiche giovanili: 1. Supporto alla conoscenza, alla comunicazione ed alle informazioni; 2. Realizzazione di "spazi di creazione"; 3. Coinvolgimento nei processi decisionali delle politiche pubbliche. Il turismo, una concreta ed immediata risorsa economica. Una Società dell'Informazione coerente e accessibile a tutti.</i>
Sistema camerale	<i>Promuovere la riforma del sistema camerale e l'efficienza della PA</i> <i>Semplificazione</i>	<i>Sostenere l'innovazione e il rilancio competitivo dei territori Formazione continua e alta formazione Rafforzare il mercato e tutelare il Made in Italy Reti di impresa e Int.ne Diffondere cultura e strumenti di giustizia alternativa</i>

ANALISI DEL CONTESTO ESTERNO

Introduzione



Europa e Sistema Paese

Dal punto di vista dell'economia mondiale, il 2009 è stato archiviato con esiti che ne fanno l'anno peggiore dal dopoguerra. L'intensità di questa crisi è stata aggravata dalla dimensione globale della recessione, che, al contrario di altri casi del passato, non ha consentito ad alcun Paese di poter contare sul sostegno derivante dalla domanda di altre economie in una fase ciclica più favorevole, con l'unica, parziale, eccezione dei Paesi emergenti asiatici.

L'Italia è stata colpita profondamente dalla crisi dei mercati internazionali ma in misura meno drammatica rispetto a molte altre potenze europee. Abbiamo mostrato una tenuta della coesione sociale e finanziaria ben superiore a quella di Paesi la cui domanda interna era stata gonfiata dalla bolla finanziaria o da un aumento dell'indebitamento - pubblico e privato - oltre il limite di guardia.

Dimostrando così come la nostra crescita fosse sì contenuta ma più solida di quella dell'Irlanda e della Spagna, per non dire della Grecia o del Portogallo.

Il vero patrimonio sul quale il nostro Paese ha potuto contare per arginare l'impatto della crisi è stato il lavoro: di milioni di cittadini e di imprenditori che, a costo di sacrifici, ancora oggi si stanno reinventando un'occupazione, stanno pensando a nuovi modi per rendere più competitiva l'azienda, stanno sostenendo la tenuta dei nostri territori, dei nostri saperi, della nostra cultura.

Studiosi ed economisti confrontano le loro visioni e si domandano se riusciremo a tornare competitivi sfruttando i primi segnali di ripresa sullo scenario internazionale: il clima economico elaborato dalla Commissione Europea, riferito all'intera area dell'Unione, progredisce anche nel terzo trimestre dell'anno, portandosi a 102,9 da 100,8, su valori non lontani da quelli di inizio 2008. In Italia, la crescita dell'indicatore si spinge fino a 101 da 98,6 avvicinandosi ai risultati ottenuti alla fine del 2007. Per il sesto trimestre consecutivo, sale la fiducia delle imprese manifatturiere europee che, attestandosi a -2,6 da -6,4, si riporta sui valori prossimi al -3 del secondo trimestre del 2008. Il settore manifatturiero italiano segue la stessa rotta e recupera ancora fino a 98,6 da 96,2 portandosi sui massimi dalla prima metà del 2008. A livello europeo, nel settore delle costruzioni la fiducia, dopo il miglioramento del precedente trimestre, appare ora sostanzialmente stabile, a -30,3 da -29,9; in Italia l'indice, invece, migliora per il secondo trimestre consecutivo portandosi a 75,6 da 73,1.

Unioncamere ha cercato di offrire un contributo a tale riflessione, analizzando l'ingente mole di informazioni sul mondo delle imprese che ogni giorno il sistema delle Camere di commercio raccoglie ed elabora in ciascuna provincia italiana¹⁰.

La prima evidenza del Rapporto è che il tessuto economico-produttivo italiano ha retto l'impatto della crisi economica. I dati demografici delle imprese per il 2009 e per i primi tre mesi del 2010 dimostrano che la voglia di fare impresa rappresenta il segnale più evidente della vitalità del nostro corpo sociale, capace di generare, anche in tempi difficili, nuove forze economiche. Forze 'sane', che continuano a investire nonostante il mutamento delle condizioni di accesso al credito e nelle quali gli imprenditori stessi continuano a investire, mettendo le mani in tasca e dando spesso fondo ai patrimoni personali.

Secondo il Rapporto Unicredit 2009-2010 sulle piccole imprese¹¹, al finire dell'estate sono emersi con un po' più di chiarezza dei segnali di ripresa, di natura macroeconomica. Migliorano

¹⁰ Il momento di sintesi di tale attività di monitoraggio permanente è rappresentato dal Rapporto che ogni anno il Centro Studi Unioncamere realizza in occasione della Giornata dell'Economia

¹¹ Osservatorio Unicredit Piccole Imprese. "Le piccole imprese ed il rilancio del sistema produttivo"

le condizioni dell'economia USA, con l'indice ISM (Institute for Supply Management ex NAPM - National Association of Purchasing Management) manifatturiero che è tornato a segnalare espansione dell'attività in agosto¹².

Il nostro Paese mostra condizioni più deboli di quelle degli altri paesi europei, è probabile che la perdita complessiva di PIL nel biennio 2008-2009 superi il 6%. Anche in Italia però si avverte qualche segno di ripresa: c'è un miglioramento nella fiducia dei consumatori e in alcuni ambiti della loro domanda, c'è più ottimismo anche dal lato delle imprese, in riferimento alle condizioni attese.

Secondo il Rapporto l'impatto della crisi sul settore delle imprese deve ancora manifestarsi appieno, per due ragioni: la prima più statistica, nel senso che l'esperienza storica insegna che l'impatto del ciclo economico sugli indicatori di vulnerabilità delle imprese (per esempio i tassi di decadimento, cioè il rapporto tra nuove sofferenze e impieghi) si sente con uno o due trimestri di ritardo; la seconda invece dice che nell'ultimo periodo è aumentata la polarizzazione (la distanza tra le imprese che "fanno bene" e le altre), si sono bloccate le spese per investimento, la relazione con il sistema finanziario è stata improntata all'emergenza e andrà ricomposta in un futuro molto prossimo; in effetti le risposte messe in campo fino ad ora dagli imprenditori sono state rivolte a superare questa fase, ma la ripartenza richiederà nuove trasformazioni.

Da ultimo le imprese di più piccola dimensione non stanno soffrendo la crisi sistematicamente più delle altre; è invece probabile che si sentano più discriminate nei confronti della relazione verso il sistema finanziario.

Per quanto agli effetti che la crisi ha provocato sulle realtà produttive territoriali, secondo il "Dossier Economia-Settembre 2010" di Unioncamere, dopo il rilancio registrato tra aprile e giugno, le imprese italiane guardano al III trimestre come a quello del consolidamento dei risultati raggiunti negli ultimi mesi. Un consolidamento che fa riferimento sia al buon andamento della domanda estera, sia a timidi segnali di risalita della domanda interna, comunque incoraggianti se si pensa che si tratta del trimestre estivo, solitamente meno dinamico per motivi di stagionalità delle attività produttive.

Per quanto all'industria manifatturiera il 60% circa degli imprenditori prevede di consolidare l'andamento del recente passato, mantenendo stabili produzione e fatturato, mentre un altro 20% prevede un miglioramento delle performance. A pesare negativamente sul quadro generale sono le aspettative delle imprese meridionali, il cui saldo scende intorno a -10 punti percentuali per produzione e fatturato (-20 per le più piccole, mentre oltre la soglia dei 50 dipendenti si registrano attese positive in media con le altre regioni).

Quadro prevalentemente positivo anche nel comparto del commercio al dettaglio, dove le attese degli imprenditori intervistati mostrano un saldo di 6 punti percentuali in favore dell'aumento delle vendite tra luglio e settembre. Anche in questo caso, la dimensione d'impresa è una variabile importante: per le imprese oltre i 20 dipendenti il saldo positivo sale, infatti, a 26 punti mentre per quelle nella fascia 1-19 il bilancio pende in favore dei pessimisti (-6 punti).

Nel complesso, le manifestazioni di maggior fiducia nelle vendite estive si registrano al Nord-Ovest (+12) e al Centro (+10). Praticamente stabili il Nord-Est (+2) e il Sud e Isole (0). Più equilibrate, e tutte in campo positivo, appaiono infine le attese degli imprenditori dei servizi: nel complesso, le aspettative sull'andamento del volume d'affari del trimestre estivo si attestano a +7 punti percentuali (+6 nella fascia al di sotto dei 50 dipendenti e +9 in quella superiore). Più ottimista, questa volta, il Mezzogiorno (+19 il saldo complessivo che sale a +28 tra le imprese minori), seguito dal Nord-Est (+10).

I segnali di ripresa economica incoraggiano l'intraprendenza degli italiani e confermano la vitalità del nostro sistema imprenditoriale anche in tempi di crisi. Dopo il buon risultato del

¹² L'ISM manifatturiero è un report nazionale che serve per valutare lo stato di salute del settore manifatturiero statunitense. Si basa su un'indagine svolta tra i direttori d'acquisto di circa 300 aziende industriali del Paese, che rispondono ad un questionario in modo anonimo e confidenziale, per riportare fatti e non opinioni sui cambiamenti registratisi rispetto al mese precedente. Il PMI (Purchasing Managers' Index), ossia il principale indicatore dell'indice ISM manifatturiero, viene calcolato in punti percentuali come media ponderata di 5 sottoindici: nuovi ordini (30%), produzione (25%), occupazione (20%), spedizioni (15%) e scorte di magazzino (10%). Un livello di quest'ultimo indicatore inferiore a 50 segnala una contrazione dell'economia manifatturiera mentre un livello superiore indica una crescita. Quando il PMI si attesta sopra i 41,9 punti percentuali per un determinato lasso di tempo, vuol dire che l'intera economia o il prodotto interno lordo è in espansione e viceversa. Più l'indice PMI si avvicina ai 50 punti percentuali tanto più forte sarà l'espansione mentre più si allontana dai 41,9 punti tanto più intensa sarà la recessione. Tra le altre componenti dell'ISM manifatturiero ci sono quella dei prezzi, delle importazioni, delle esportazioni, delle scorte dei clienti e dell'accumulo di ordini.

secondo trimestre, tra luglio e settembre il saldo tra imprese iscritte e cessate ai registri delle Camere di commercio, è stato positivo di 29.627 unità, un terzo in più di quanto rilevato nello stesso periodo del 2009. Il trimestre estivo evidenzia anche un rallentamento nella crescita delle aperture di procedure fallimentari rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso (+13,8% contro +38%).

In particolare, le 85.220 nuove imprese iscritte rappresentano il valore più alto di tutti i corrispondenti trimestri dal 2003 ad oggi. Rispetto al dato dello scorso anno (quando nello stesso periodo le nuove iscrizioni furono 79.488), in termini assoluti la natalità ha fatto registrare un miglioramento del 7,21%. Le 55.593 imprese cessate, invece, risultano inferiori del -9,33% rispetto al dato del 2009, quando a chiudere i battenti furono ben 61.314 imprese. Come effetto di queste due favorevoli dinamiche, il saldo del terzo trimestre dell'anno è il secondo miglior risultato tra quelli degli ultimi otto, dopo quello del 2004, in netta ripresa (+63%) rispetto al 2009. Il buon risultato non si riflette appieno nell'andamento delle imprese artigiane, aumentate solo dello 0,24% (3.543 unità in più rispetto a fine giugno). In termini assoluti, a incidere positivamente sul saldo sono state soprattutto la crescita delle Società di capitali (+11.124 nel periodo), la tenuta del settore commerciale e dei servizi turistici (che insieme hanno determinato un terzo del saldo complessivo), il rilancio delle Ditte individuali che fanno registrare un saldo quasi quattro volte superiore a quello dello stesso periodo dello scorso anno (+15.082 unità, contro le 3.806 del 2009), cui hanno dato un forte contributo le imprese avviate da cittadini extra-comunitari, cresciute di 4.354 unità, il 28,9% del saldo trimestrale di tutte le Ditte individuali¹³.

"Motivi di fiducia e, ancora, diversi campanelli di allarme". Questo il primo commento ai dati Movimprese del Presidente di Unioncamere, Ferruccio Dardanello. "Da un lato l'impresa continua ad essere considerata dagli italiani una risorsa importante per rispondere alle sfide più difficili, come quella della perdita del lavoro, prendendosi delle responsabilità e affrontando il mercato. Nei primi nove mesi dell'anno il bilancio demografico è positivo per oltre 60mila imprese. Dall'altro, pur rallentando, l'andamento dei fallimenti ci dice che gli effetti della crisi non si sono ancora esauriti e che continueremo a scontrarli ancora per molti mesi. Il compito delle istituzioni in questa fase - ha aggiunto Dardanello - è di sostenere l'impresa. Per questo bisogna mantenere alto l'impegno a semplificare le norme per lo svolgimento delle attività d'impresa e a non far mancare il credito indispensabile per garantire investimenti e occupazione. Accanto a questo è urgente completare le riforme già avviate, come quella per l'internazionalizzazione, e accelerare il passo su una riforma fiscale a misura di piccole imprese e famiglie".



Il Mezzogiorno nella crisi

Cosa dice la SVIMEZ: *Nel periodo 2000-2008 il Mezzogiorno è cresciuto la metà de Centro-Nord. Dal dopoguerra non si era mai verificato una così lunga interruzione del processo di crescita tra le due aree. La forte contrapposizione tra Nord e Sud oggi rischia di allargare il divario e ostacola la ripresa economica nazionale.*

Di qui la proposta di un "progetto Paese" per valorizzare le aree deboli con politiche nazionali più efficienti e politiche specifiche riformate, che passi attraverso il concetto di Mezzogiorno come "frontiera" verso il Mediterraneo e le nuove opportunità di sviluppo che vengono soprattutto dai settori innovativi.

¹³ Dati relativi al III trimestre dell'anno diffusi da Unioncamere sulla base di Movimprese, la rilevazione condotta da InfoCamere a partire dai dati del Registro delle Imprese delle Camere di Commercio.

I dati e le analisi presentati nel *Rapporto SVIMEZ* di quest'anno documentano¹⁴ il processo di deterioramento in atto nel Mezzogiorno, a livello di capitale fisso, sociale e produttivo: nel Paese, indebolito nel suo insieme, sembra prevalere un atteggiamento di contrapposizione tra aree deboli e aree forti, che se da un lato delinea il rischio di un ulteriore allargamento del divario, dall'altro condiziona anche le possibilità di ripresa dell'intera economia italiana; richiamano l'attenzione sull'urgenza di un profondo processo di ristrutturazione dell'apparato produttivo meridionale, che deve essere accompagnato da più efficaci politiche di sviluppo che pongano le condizioni per cogliere le sfide e le opportunità nel "nuovo" scenario che si aprirà all'uscita dalla crisi.

La grave recessione che ha colpito l'economia mondiale si è abbattuta pesantemente sull'economia del Mezzogiorno, provata da un decennio di forte rallentamento e da un allargamento del divario di col resto del Paese .

Andamento del PIL dal 2001 al 2009 (Variazioni %)

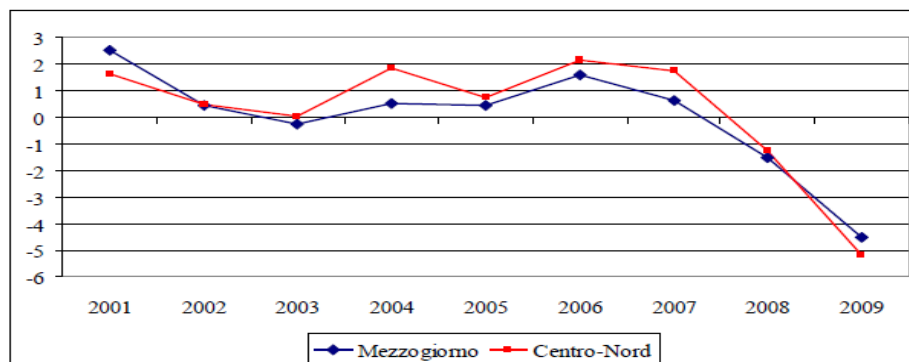


Fig. 1

Dall'inizio degli anni duemila fino all'arrivo della crisi, il Mezzogiorno ha registrato ritmi di crescita dimezzati rispetto al Centro-Nord (Fig. 2). Con la recessione del 2008 e del 2009 il PIL meridionale è ritornato, in valore assoluto, ai livelli di dieci anni prima: nel 2009 il prodotto interno lordo (a prezzi concatenati) si è ridotto nel Mezzogiorno del 4,5%, con una caduta molto più ampia di quella registrata nell'anno precedente (-1,5%), inferiore – ma solo per effetto di una diversa composizione dei settori dell'economia – di poco più di mezzo punto a quella nel resto del Paese (-5,2%).

Prodotto Interno Lordo (Variazioni % medie annue)

	2008	2009	2001-2009	
			Media annua	Cumulata
Mezzogiorno	-1,5	-4,5	0,0	-0,3
Centro-Nord	-1,3	-5,2	0,2	2,0
Italia	-1,3	-5,0	0,2	1,4

La crisi del biennio 2008-2009 è l'unica, tra quelle vissute negli ultimi decenni, in cui il PIL si sia contratto per due anni consecutivi: il prodotto a prezzi concatenati tra il 2007 e il 2009 si è ridotto complessivamente del 5,7% nel Mezzogiorno e del 4,9% nel resto del Paese.

Ciò sfata l'ipotesi di un Mezzogiorno che subisce meno gli effetti del ciclo, specie quello internazionale, in quanto meno aperto agli scambi con l'estero, e in cui i settori anticiclici, come quelli dei servizi, hanno un ruolo congiunturale determinante.

Al contrario, la maggiore debolezza dell'economia meridionale la rende particolarmente vulnerabile non solo agli *shock* diretti provenienti dalla domanda estera, ma anche ai suoi effetti indiretti, tramite la domanda proveniente dal Centro-Nord.

La recessione attuale, aggiunta alla bassa crescita, comporta che il prodotto del Mezzogiorno risulti nel 2009 ancora inferiore dello 0,3% al livello raggiunto dall'inizio del decennio. Nel resto del Paese, la migliore dinamica di sviluppo realizzata nello stesso periodo ha portato ad una crescita cumulata nel decennio del 2%, un valore esiguo ma comunque positivo.

¹⁴ Riccardo Padovani (Direttore SVIMEZ) - Presentazione del Rapporto SVIMEZ 2010

In tutti i comparti in cui sono disaggregati i conti regionali, la flessione produttiva del Sud è stata maggiore di quella del Centro-Nord. Soltanto la diversa composizione settoriale – con un peso strutturalmente maggiore dei servizi, meno colpiti dalla crisi – ha determinato al Sud un risultato meno negativo nell'anno.

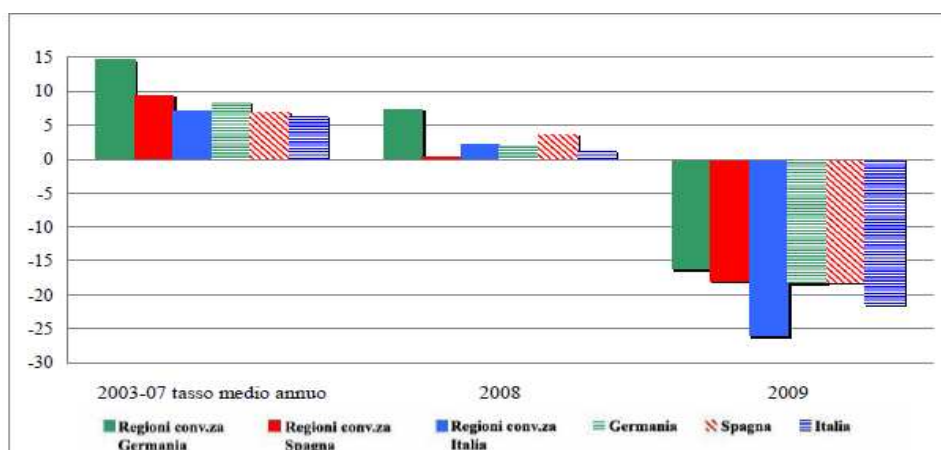
Tra le componenti della domanda, la caduta nell'acquisto di beni capitali è la prima causa anche nel 2009 della recessione del PIL: gli investimenti fissi lordi del Mezzogiorno sono diminuiti del 9,6%, dopo la flessione del 3,7% già registrata l'anno precedente. Nel Centro-Nord la flessione è stata più ampia (-13,0%), come nel 2008.

Assai più grave è stata, invece, al Sud la contrazione dei consumi. In particolare, la spesa finale delle famiglie nel 2009 si è ridotta nel Mezzogiorno del 2,6%, un punto in più che nel resto del Paese. La contrazione dell'occupazione è stata nel 2009 nelle regioni meridionali di intensità tripla (-3%) rispetto al -1,1% del Centro-Nord. In termini assoluti ciò vuol dire 194 mila occupati in meno nel Mezzogiorno, che si aggiungono ai 34 mila posti persi nel precedente anno. Una riduzione dello *stock* di occupazione impiegata che ha determinato tra il 2007 e il 2009 un calo di circa due punti del tasso di occupazione: dal 46,5% al 44,7%, valore distante di quasi venti punti dal resto del Paese (64,5%). Solo un ulteriore e deciso incremento dello "scoraggiamento" a cercare lavoro ha limitato gli effetti di tali andamenti sul tasso di disoccupazione.

La crisi ha accentuato il rischio della scomparsa del Sud industriale.

Nel complesso del biennio di crisi 2008-2009, la perdita occupazionale supera le 100 mila unità (-12%), andando così a ridurre ulteriormente il tasso di industrializzazione di un'area che presentava già livelli assai inferiori al resto del Paese. Va ricordato, a riguardo, che ancora nel 2007 vi erano al Sud, secondo i dati dell'Archivio ASIA, appena 35 addetti manifatturieri ogni 1.000 abitanti a fronte dei 105 del Centro-Nord.

La particolare intensità con cui la recessione industriale ha colpito il Mezzogiorno nel 2009 fa seguito, infatti, a quel già richiamato forte ampliamento del *gap* di crescita con il resto del Paese e a quel ritardo di sviluppo la cui gravità è stata fin qui misurata con riferimento al livello e alla persistenza del divario di PIL pro capite rispetto al resto del paese. Altri fattori, anche non strettamente correlati ai livelli di reddito, vanno invece -come già detto- presi in considerazione, per non esaurire la complessa problematica del dualismo territoriale nell'ambito unidimensionale della ricchezza media prodotta. Quest'ultimo parametro presenta in effetti una serie di elementi problematici, in specie quando lo si utilizza nei confronti internazionali dei divari di sviluppo, che possono indebolire significativamente la sua correlazione con le condizioni materiali di vita cui le popolazioni dei diversi territori possono accedere.



Crescita delle esportazioni di merci in alcune regioni dell'Obiettivo Convergenza - Variazioni % sul valore in euro correnti

Perde terreno sulla competitività e la dinamica dell'*export* l'Italia rispetto agli altri paesi dell'Area Euro e – al suo interno – le regioni più in ritardo subiscono un ulteriore peggioramento della loro posizione relativa. Un processo di polarizzazione degli squilibri che contrasta nettamente con la convergenza riscontrabile in Spagna e soprattutto in Germania, finanche nel pieno della crisi.

Considerazioni che si accentuano se si rileva lo stato della struttura imprenditoriale nel Mezzogiorno.

Circa l'82% delle imprese manifatturiere italiane ha meno di 10 addetti, valore che arriva quasi all'89% nel Mezzogiorno¹⁵. Oltre a Grecia, Cipro, Slovenia e Polonia, vi sono anche alcuni Paesi scandinavi (Svezia) che presentano una quota molto alta di microimprese, analoga a quella del Mezzogiorno.

Il paese europeo a più alta vocazione manifatturiera, la Germania, ha una forte concentrazione di imprese nelle classi piccole e medie, fra 10 e 249 addetti: il 37,4%, rispetto al 17,9% dell'Italia (valore quest'ultimo che va distinto nel 20,2% del Centro-Nord e nell'11,1% del Mezzogiorno). Tale quota per l'Italia risulta in crescita rispetto all'anno precedente, a prova di un lento ma positivo consolidamento della struttura industriale, seppure ancora a livelli molto bassi, esteso anche all'area meridionale del Paese.

Le microimprese (fino a 9 addetti) nel Mezzogiorno assorbono più del 38% dell'occupazione manifatturiera, contro il 22% del Centro-Nord. Simile è invece la quota dell'occupazione che opera nelle piccole imprese da 10 a 49 addetti (circa un terzo in entrambe le aree).

Più ridotta nel Mezzogiorno è la quota dell'occupazione nelle medie imprese (da 50 a 249 addetti) e, soprattutto, nelle grandi (oltre i 250 addetti): 12,1% a fronte del 24% del Centro-Nord.

Tuttavia, nel Mezzogiorno, a conferma di un moderato processo di consolidamento, la quota di addetti che opera nelle imprese con oltre 250 dipendenti è cresciuta - rispetto al 2006 - di circa 1 punto percentuale, a fronte di una contestuale flessione di addetti nelle micro imprese (da 40,3 a 38,5%). Poche sono le medie imprese industriali nel Mezzogiorno: su un totale nazionale di 4.345 se ne contano solo 364, valore che si riferisce al Mezzogiorno propriamente detto, escludendo il Lazio, regione ricompresa nell'area Centro-Sud secondo la classificazione adottata dall'indagine Mediobanca - Unioncamere.

La mancanza di indirizzi chiari di politica industriale impedisce di affrontare i problemi posti dalla globalizzazione e dall'irruzione delle economie emergenti sui mercati dei prodotti manifatturieri, e penalizza in maggiore misura le regioni in ritardo.

Proprio per queste aree, ci sarebbe stato bisogno di definire e perseguire specifiche politiche ancorate ad un disegno strategico di politica industriale, che ormai manca dalla metà degli anni '70. Dopo di allora si è assistito in Italia a un progressivo indebolimento della politica industriale *tout court*, verso la quale è cresciuta, ormai da molti anni, un'avversione spesso di marca ideologica.

Le politiche di riequilibrio territoriale, in particolare, sono state travolte dalla convinzione di un basso rendimento economico e sociale delle risorse pubbliche impiegate nel Sud.

Dopo la scomparsa di importanti strumenti, tra i quali, in primo luogo, la legge 488/1992, ma anche altri ad essa collegati, finalizzati in particolare al sostegno delle R&S e all'innovazione (tra il 2000 e il 2008 le agevolazioni alle imprese concesse dallo Stato e dalle amministrazioni regionali hanno superato gli 88 miliardi di euro, con una spesa media annua di 11 miliardi di euro. Forti le difformità tra il Centro-Nord e il Sud in merito alla tipologia di agevolazioni concesse. Nelle regioni meridionali il 23% dei finanziamenti pubblici è destinato ad attività di innovazione, ricerca industriale e trasferimento tecnologico, mentre nel Centro-Nord si arriva al 57%, a cui si aggiunge il 12% di incentivi per l'export e l'internazionalizzazione, nel 2009, sono infatti rimasti non operativi tutti gli interventi di incentivazione, anche quelli per i quali era prevista nell'anno l'attivazione, come le Zone franche urbane, i nuovi contratti di programma e i contratti di sviluppo, ancora in attesa di una regolamentazione.



La Calabria e la crisi

Cosa dice la SVIMEZ:

¹⁵ Check up Mezzogiorno-Confindustria - IPI Gennaio 2010

Costo del lavoro - Tra le regioni del Sud **la situazione più critica è in Calabria** (indice 26,9): costo del lavoro decisamente più alto della media nazionale (ferma a 12,5) accompagnato da alto tasso di irregolarità nel lavoro.

Contratti atipici e flessibilità - **In testa alla triste classifica la Calabria**, con un valore pari a 22,5 che si accompagna sempre a tasso di irregolarità alto.

Innovazione, ricerca e sviluppo - Ma al Sud la situazione precipita: **ancora una volta è la Calabria a dominare la classifica**, con un valore – percentuale della spesa - pari a 0%.

Obiettivi di Lisbona 2010 - Una regione sempre più periferica, che si allontana dall'Europa soprattutto per il basso tasso di attività, la scarsa spesa per l'innovazione e la diffusa povertà.

La Calabria presenta nel 2009 una densità demografica di circa 133 abitanti per kmq (contro una densità di popolazione in Italia pari a 200 abitanti per kmq).

La regione registra un PIL per abitante pari a 13742,4 euro nel 2001 e 16897,9 euro nel 2009 (contro 25237 euro circa in Italia). Il valore aggiunto nell'industria per Ula passa da 43,6 nel 2001 a 36,3 (migliaia di euro) nel 2009 (contro 37,9 nel 2007 in Italia). Il tasso di disoccupazione passa da 19,3% del 2001 a 11,3% del 2009 (in Italia passa dal 9,1% al 7,8%), e il tasso di natalità delle imprese passa da 9,9 nel 2001 a 8,5 nel 2008.

La capacità di esportare è pari a 1,1% nel 2001 e 1,1% nel 2008 (contro 23,5% nel 2008 in Italia) e la spesa in R&S passa da 0,3% nel 2001 a 0,5% nel 2007 (1,2% nel 2007 in Italia).

1) Il quadro strutturale

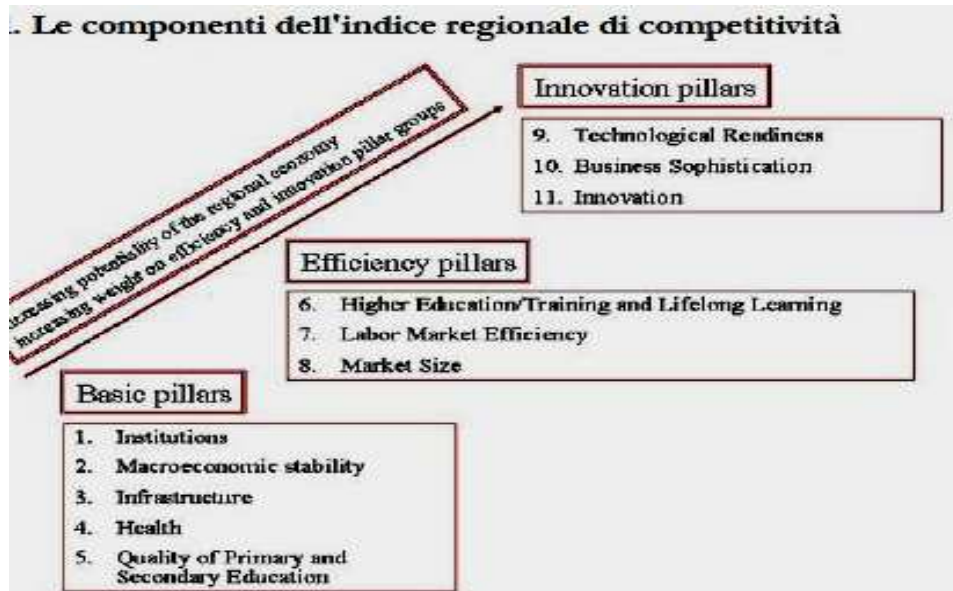
Categorie	N°	Indicatori	anni*	Calabria		Italia	
Mercato domestico	1	Densità di popolazione	2001-2009	133,3	133,4	189,1	200,0
	2	PII per abitante (valori a prezzi correnti)	2001-2009	13.742,4	16.897,9	21.914,8	25.237,2
	3	Produttività del lavoro nell'industria in senso stretto	2001-2009	43,6	36,3	49,2	37,9
	4	Produttività del lavoro nel commercio	2001-2007	32,6	29,8	39,8	39,1
Mercato del lavoro	5	Tasso di scolarizzazione superiore	2004-2009	75,5	78,3	72,3	75,8
	6	Partecipazione della popolazione al mercato del lavoro	2001-2009	53,9	48,7	61,6	62,4
	7	Tasso di occupazione 15-64 anni	2001-2009	43,4	43,1	55,9	57,5
	8	Tasso di disoccupazione	2001-2009	19,3	11,3	9,1	7,8
Sistema produttivo	9	Tasso di industrializzazione	2004-2007	15,2	14,1	29,2	27,0
	10	Densità di unità locali delle imprese industriali	2004-2007	6,3	6,2	10,4	9,8
	11	Imprese attive manifatturiere (Infocamere)	2001-2009	16.241	16.193	645.508	631.866
	12	UL industria in senso stretto	2004-2007	12.687	12.320	605.061	583.660
	13	Addetti industria in senso stretto	2004-2007	44.196	44.216	4.804.739	4.750.383
	14	UL Totali	2004-2007	117.554	120.839	4.688.137	4.878.836
	15	Addetti Totali	2004-2007	290.360	312.552	16.461.767	17.575.856
	16	Indice di specializzazione settoriale prevalente (Italia=1)	2006	Alimentari, bevande (2,5)		1,0	
	17	Percentuale di UL di imprese medio-grandi sul totale	2004-2007	0,3	0,3	0,6	0,6
	18	Tasso di natalità delle imprese	2001-2008	9,9	8,5	7,7	7,1
	19	Capacità di esportare	2001-2008	1,1	1,1	21,9	23,5
	20	Capacità di esportare prodotti a elevata produttività	2001-2008	25,6	31,3	30,5	28,9
	21	Capacità di sviluppo dei servizi alle imprese	2001-2007	12,7	14,4	16,3	18,1
	22	Investimenti fissi lordi in % sul VA	2001-2007	25,3	26,9	22,6	23,7
Infrastrutture	23	Investimenti diretti netti della regione all'estero, in % al PIL	2001-03,2004-06	0,0	0,0	1,3	1,4
	24	L'incidenza % dei consumi energetici industriali sul totale	2001-2007	22,7	20,3	53,1	50,3
	25	Indice del traffico merci su ferrovia	2001-2007	13,6	21,7	44,8	49,3
	26	Indice del traffico merci su strada	2001-2007	5,9	12,0	19,7	24,6
	27	Indice di infrastrutture economiche	2004-2007	76,6	78,7	100,0	100,0
	28	Indicatore di infrastrutture stradali	1996		65,6		54,7
	29	Incidenza della certificazione ambientale	2001-2006	2,3	7,5	2,9	7,7
	30	Indice di criminalità violenta	2001-2007	9,8	15,4	13,3	21,0
Qualità sociale	31	Incidenza della spesa per ricreazione e cultura	2001-2007	5,9	6,1	7,3	7,5
	32	Capacità di attrazione dei consumi turistici	2001-2008	3,0	4,2	6,1	6,2
Politiche pubbliche	33	Domande approvate sul totale imprese attive extra-agricole (%)	2003-2008	6,3	5,3	5,1	3,1
	34	Agevolazioni concesse per abitante (euro)	2003-2008	475,8	448,2	196,9	201,5
Innovazione	35	Laureati in scienza e tecnologia	2001-2007	3,9	9,6	6,2	11,9
	36	Occupati che partecipano ad attività formative e di istruzione	2004-2009	5,5	4,3	6,4	5,9
	37	Spesa media per innovazione delle imprese per addetto	2004		1,0		3,7
	38	Addetti alla Ricerca e Sviluppo	2001-2007	0,7	0,9	2,7	3,5
	39	Spesa in Ricerca e Sviluppo	2001-2007	0,3	0,5	1,1	1,2
	40	Intensità brevettuale	2001-2006	3,6	3,4	69,1	62,5
	41	Grado di diffusione di Internet nelle famiglie	2001-2009	18,9	38,6	25,5	47,3
	42	Indice di diffusione della banda larga nelle imprese	2003-2009	22,5	75,7	31,2	82,8

(*) Sono indicati gli anni utilizzati per i singoli indicatori, e nelle due colonne successive vengono riportati per la regione i valori relativi all'uno e all'altro anno.

Fonte: elaborazione MSE su dati Istat, Terna e Infocamere

La graduatoria sulla **competitività delle regioni europee**, secondo la ricerca "EU Regional Competitives Index" (RCI), è condotta dal Joint Research Centre della commissione europea¹⁶ sulla base delle seguenti componenti:

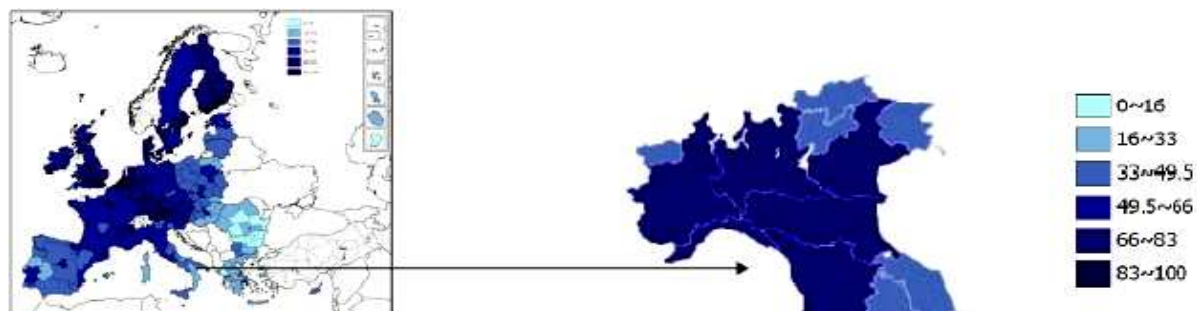
¹⁶ L'indice RCI è stato calcolato seguendo la stessa metodologia utilizzata per il calcolo dell'indice di competitività tra paesi del World Economic Forum. Nello specifico sono stati utilizzati i dati più recenti disponibili (2007-2009), facenti riferimento a diversi indicatori di tre categorie: la prima categoria comprende la qualità delle istituzioni, la stabilità macroeconomica, le infrastrutture, la sanità e l'istruzione primaria; la seconda categoria è relativa al funzionamento del mercato del lavoro, alle dimensioni del mercato, all'istruzione superiore ed ai livelli di innovazione; la terza categoria comprende i brevetti e la capacità tecnologica delle imprese.



Colloca sul podio della graduatoria Utrecht (Olanda), Hovedstaden (Danimarca) e Noord-Holland (Olanda), mentre le regioni italiane non hanno brillato particolarmente. Nella metà alta della classifica, infatti, si collocano solo tre regioni italiane, la prima delle quali, la Lombardia, di colloca appena al 95° posto.

La graduatoria delle regioni italiane prosegue con l'Emilia Romagna (121° posto) il Lazio (133° posto), il Veneto (146° posto), il Piemonte (149° posto), la Toscana (155°posto), e la Liguria (170°posto). Nelle ultime posizioni della graduatoria italiana si registrano solamente regioni del Sud ed isole, con la Basilicata, fanalino di coda al 235° posto, seguita da Sardegna (234° posto), Molise (225° posto), Calabria (222° posto) e Sicilia (213° posto).

I valori dell'indice Rci variano fra zero e cento, e le regioni italiane non vanno oltre la quarta banda di colore (v.figura sottostante), corrispondente a valori fra il 49.5 e il 66 (Lombardia, Piemonte, Emilia Romagna, Toscana, Veneto, Lazio e Liguria). Le regioni più in difficoltà si trovano nella seconda banda (16 - 33) e sono Molise, Basilicata, Calabria e Sardegna.



Region	GDP % (2007) *	RCI**
Lombardia	43.8	65.3
Emilia-Romagna	41.0	60.3
Lazio	38.7	58.5
Veneto	38.5	56.1
Piemonte	35.3	55.5
Toscana	34.9	53.2
Liguria	32.5	49.8
Friuli-Venezia Giulia	36.5	49.1
Marche	32.0	46.2
Umbria	28.6	46.0
Provincia Autonoma Trento	38.6	44.5
Abruzzo	23.9	43.2
Provincia Autonoma Bolzano-Bozen	43.6	42.4
Campania	16.1	40.6
Puglia	16.5	36.0
Valle d'Aosta	37.3	35.8
Sicilia	16.2	35.8
Calabria	16.1	32.6
Molise	21.0	32.0
Sardegna	21.2	27.8
Basilicata	19.8	27.7

* PPP per inhabitant in % of EU average, min-max normalized values for all EU regions
 ** min-max normalized values for all EU regions

Nel 2009 la crisi economica e finanziaria ha continuato a produrre effetti rilevanti sull'economia regionale¹⁷; la fase recessiva iniziata l'anno precedente ha raggiunto il suo apice nella prima metà dell'anno e ha riguardato tutti i settori produttivi.

L'andamento dell'agricoltura è risultato particolarmente negativo con una forte contrazione delle produzioni di olive e di cereali.

Il settore manifatturiero ha subito la fase più acuta della crisi nel primo trimestre dell'anno mentre il livello degli ordini e della produzione è lievemente migliorato nei mesi successivi; il grado di utilizzo degli impianti si è notevolmente ridotto e gli investimenti sono diminuiti.

Le costruzioni hanno risentito in maniera accentuata dell'avversa congiuntura economica. Vi è stata una forte contrazione del livello di attività nel comparto delle opere pubbliche. Si è avuta una diminuzione delle transazioni nel mercato immobiliare, a cui si è associata una ulteriore decelerazione dei prezzi.

Nel terziario il valore delle vendite del commercio al dettaglio è diminuito, in particolare per effetto del calo della distribuzione alimentare. Le presenze turistiche hanno registrato una contrazione che ha riguardato principalmente la componente nazionale. Nel settore dei trasporti, l'attività di transhipment del porto di Gioia Tauro ha subito un notevole calo; tra gli aeroporti calabresi solo quello di Lamezia Terme ha registrato una crescita del numero dei passeggeri in transito.

L'occupazione è diminuita a causa della contrazione nei settori dei servizi non commerciali e delle costruzioni. Il calo più sensibile ha riguardato la componente del lavoro autonomo. Sono diminuite le persone in cerca di occupazione, ma si è anche accentuata l'uscita di soggetti dal mercato del lavoro. Il divario con la media nazionale nella partecipazione al mercato del lavoro è particolarmente ampio nella fascia di età tra i 25 e i 34 anni e per le donne. La quota di lavoro sommerso è la più elevata tra le regioni italiane.

Nel corso del 2009 i prestiti erogati dagli intermediari bancari hanno ulteriormente rallentato rispetto all'anno precedente ma si sono tuttavia mantenuti su ritmi di crescita superiori alla

¹⁷ Banca d'Italia. Economia della Calabria. Giugno 2010

media nazionale. Nei primi mesi del 2010, secondo i dati provvisori, il ritmo di espansione dei prestiti si è attestato su livelli analoghi a quelli della fine dell'anno precedente.

Il credito erogato alle imprese è diminuito a causa sia della minore domanda di finanziamenti sia della maggiore cautela delle banche nell'erogazione del credito. Secondo le risposte degli intermediari rilevati nell'indagine della Banca d'Italia, la contrazione della domanda è riconducibile al forte ridimensionamento dell'attività di investimento da parte delle aziende. Rispetto all'ultimo trimestre del 2008, l'irrigidimento degli intermediari nell'erogazione dei fondi si è attenuato nel 2009 e dovrebbe arrestarsi, secondo le previsioni, nei primi mesi del 2010.

La contrazione della spesa per il consumo di beni durevoli e dell'attività nel mercato immobiliare ha influito sulla domanda di prestiti da parte delle famiglie. Ciononostante i prestiti alle famiglie, pur avendo decelerato per tutto il 2009, sono cresciuti a ritmi più sostenuti rispetto alla media nazionale e hanno invertito la tendenza flettente negli ultimi mesi dell'anno.

Nel 2009 la qualità del credito, già notevolmente peggiore rispetto alla media nazionale, si è deteriorata marcatamente nel settore delle costruzioni e, in minor misura, in quello dei servizi. Nel comparto manifatturiero il tasso di decadimento, che si era attestato su livelli elevati sin dalla seconda parte del 2008, è invece migliorato

Nella prima parte del 2010 il livello dell'attività economica regionale ha ristagnato.

Nei primi nove mesi del 2010 il "clima economico" calabrese subisce una forte battuta d'arresto passando da 95,1 a 88,0¹⁸. L'indicatore, che cala di circa 7 punti, si riporta sui valori del periodo luglio/settembre dello scorso anno, arrestando la ripresa registrata negli ultimi cinque trimestri. La flessione rilevata è in linea con il dato dell'intera area del Mezzogiorno già in calo dall'inizio del 2010. Il risultato è ascrivibile prevalentemente al calo della fiducia nei servizi registrato per l'intera ripartizione Mezzogiorno.

CLIMA ECONOMICO COMPLESSIVO				
	UE	Italia	Mezzogiorno	Calabria
I 2008	104,0	95,6	98,7	97,1
II 2008	99,7	96,6	95,7	98,3
III 2008	91,8	89,1	89,6	91,9
IV 2008	78,5	76,9	77,9	84,9
I 2009	68,8	71,9	73,9	72,5
II 2009	74,2	81,3	76,6	84,0
III 2009	84,3	92,1	84,7	88,0
IV 2009	92,2	97,6	95,0	90,5
I 2010	98,2	101,1	92,1	90,3
II 2010	100,8	100,1	91,1	95,1
III 2010	102,9	101,9	88,7	88,0

Cresce, seppur in lieve misura, la fiducia delle **imprese manifatturiere** calabresi. Nel secondo trimestre 2010 l'indice passa da 90,4 a 91,8 recuperando in parte il calo dello scorso trimestre. L'indicatore continua quindi a risalire lasciandosi alle spalle il minimo storico (82,0) rilevato all'inizio del 2009. L'andamento positivo del clima di fiducia in Calabria è in linea con la media del Mezzogiorno.

Tale miglioramento è ascrivibile ai giudizi meno negativi degli imprenditori calabresi sul livello degli ordini (il saldo passa da -40 a -36) e alle attese più ottimiste sulle tendenze della produzione, con il saldo che passa da 12 a 17.

Le valutazioni sull'andamento delle scorte di magazzino risultano invece in peggioramento (il saldo passa da -1 a 4), segnalando un accumulo nel periodo luglio/settembre del 2010.

¹⁸ SRM. Congiuntura economica del Mezzogiorno .3° 2010

Indicatori congiunturali per l'industria manifatturiera
(valori percentuali)

PERIODI	Grado di utilizzazione degli impianti	Livello degli ordini (1)			Livello della produzione (1)	Scorte di prodotti finiti (1)
		Interno	Estero	Totale (2)		
2007	72,0	-12,0	-36,4	-12,0	-10,2	1,8
2008	64,7	-26,3	-55,8	-26,8	-25,5	-1,2
2009	60,9	-40,9	-63,1	-40,8	-37,2	1,2
2008 – 1° trim.	65,5	-17,4	-49,8	-19,3	-17,7	-0,6
2° trim.	65,7	-22,2	-58,2	-22,7	-23,1	-2,3
3° trim.	68,0	-27,2	-55,5	-27,3	-27,8	-0,5
4° trim.	59,6	-38,2	-59,7	-38,0	-33,4	-1,3
2009 – 1° trim.	59,4	-43,2	-64,6	-42,4	-37,4	3,2
2° trim.	63,0	-40,4	-65,4	-40,7	-37,0	-0,5
3° trim.	60,9	-41,6	-56,7	-41,8	-37,1	2,3
4° trim.	60,4	-38,5	-65,9	-38,2	-37,4	-0,1
2010 – 1° trim.	60,8	-35,1	-48,0	-35,2	-36,7	-0,2
2° trim.	57,7	-40,2	-28,2	-40,3	-37,1	-0,7
3° trim.	59,9	-36,3	-49,4	-36,3	-36,4	4,3

I saldi demografici delle imprese industriali sono risultati negativi. Secondo i dati di Infocamere-Movimprese, nel primo semestre dell'anno in corso il saldo tra iscrizioni al registro delle imprese e cessazioni, in rapporto al numero di imprese attive all'inizio del semestre, è stato pari a -1,5 per cento, in linea con quanto registrato nel 2009.

Imprese attive, iscritte e cessate (1)
(unità)

SETTORI	I semestre 2009			I semestre 2010		
	Iscritte	Cessate	Attive a fine periodo	Iscritte	Cessate	Attive a fine periodo
Agricoltura, silvicolt. e pesca	1.425	1.189	32.717	678	879	32.373
Industria in senso stretto	240	485	14.283	219	434	13.982
di cui: attività manifatturiere	236	475	13.705	213	425	13.432
Costruzioni	613	842	20.844	569	818	20.659
Commercio	1.600	1.958	53.257	1.560	1.752	52.652
di cui: al dettaglio	1.093	1.338	35.920	1.030	1.215	35.327
Trasporti e magazzinaggio	72	122	4.040	55	118	3.952
Servizi di alloggio e ristorazione	405	380	10.156	378	350	10.380
Finanza e servizi alle imprese	479	483	11.892	488	436	12.216
di cui: attività immobiliari	32	32	948	31	16	1.036
Altri servizi	236	252	9.097	260	272	9.279
Imprese non classificate	1.640	336	794	2.172	273	782
Totale	6.710	6.047	157.080	6.379	5.332	156.275

Il settore delle **costruzioni** ha sperimentato un'ulteriore riduzione del valore della produzione associata a una sensibile diminuzione dell'occupazione. Il clima di fiducia del settore risulta sostanzialmente stazionario, passando da 91,8 a 91,1. La lievissima flessione dell'indicatore per la Calabria conferma l'andamento negativo dei due trimestri precedenti ed è in controtendenza rispetto all'andamento positivo registrato per l'intera area del Mezzogiorno. In particolare, i giudizi espressi dagli imprenditori edili calabresi, sia per ciò che concerne le dinamiche del

portafoglio degli ordini sia per quanto riguarda le attività di costruzione, sono tra i più negativi delle regioni del Sud Italia.

Più della metà delle aziende del settore intervistate dalla Banca d'Italia ha dichiarato che il valore della produzione del 2010 sarà inferiore a quello dell'anno precedente. Le aspettative per il 2011 sono più favorevoli: meno di un terzo delle imprese si aspetta un ulteriore calo del valore della produzione mentre più di un terzo prevede un'espansione. Nel primo semestre dell'anno è proseguita la riduzione del numero di imprese operanti nel settore delle costruzioni che si protrae dal 2006: il saldo negativo tra imprese iscritte e imprese cessate è stato pari all'1,2 per cento di quelle attive a inizio periodo (-1,5 per cento nel 2009; tav. a2).

Nel comparto delle opere pubbliche il valore della produzione sarebbe calato per più della metà delle aziende contattate dalla Banca d'Italia, con aspettative lievemente migliori per il 2011. Il valore dei bandi per opere pubbliche, in base ai dati del CRESME, è diminuito del 40 per cento nei primi sei mesi del 2010. Il calo è riconducibile quasi per intero alla contrazione degli importi nella provincia di Catanzaro.

La sfavorevole dinamica congiunturale ha colpito in maniera più intensa le imprese dei **servizi** privati non finanziari per le quali è stata rilevante la riduzione del fatturato.

Il 61 per cento delle imprese dei servizi privati non finanziari intervistate dalla Banca d'Italia ha riportato una contrazione del fatturato nei primi nove mesi del 2010 rispetto all'analogo periodo dell'anno precedente (nel 2009 era il 58 per cento); il 41 per cento delle imprese si attende un ulteriore calo nei prossimi sei mesi, contro il 26 per cento che ne anticipa una ripresa. Secondo l'indagine "Vendite Flash" di Unioncamere, nel primo semestre dell'anno il fatturato delle imprese della grande distribuzione organizzata è calato del 2,1 per cento rispetto allo stesso periodo del 2009.

Nei primi otto mesi del 2010, secondo i dati preliminari del Sistema informativo turistico della Regione Calabria (SITR), le presenze turistiche presso gli esercizi ricettivi sono rimaste pressoché invariate rispetto al corrispondente periodo dell'anno precedente (-0,1 per cento; tav. a5). È ancora diminuita la componente straniera che ha fatto registrare un sensibile calo (-3,9 per cento). Cosenza e Vibo Valentia rimangono le province col maggiore numero di presenze, ma solo la seconda ha registrato quest'anno una lieve variazione positiva (-2,1 e 0,4 per cento rispettivamente). I risultati dell'indagine della Banca d'Italia sul turismo internazionale confermano la diminuzione del numero di presenze straniere nel periodo gennaio-luglio del 2010 a fronte di una sostanziale stazionarietà della media nazionale. La spesa dei turisti stranieri è aumentata del 2,7 per cento.

Nel periodo gennaio-settembre del 2010 il numero di passeggeri transitati negli aeroporti calabresi è salito del 14,4 per cento rispetto allo stesso periodo del 2009. La crescita dell'aeroporto di Lamezia Terme (15,5 per cento) conferma la tendenza registrata negli anni passati, mentre il traffico nello scalo di Reggio Calabria torna ad aumentare (3,3 per cento), a fronte del calo dell'anno precedente.

L'attività del porto di Gioia Tauro ha registrato un'ulteriore sensibile riduzione. Secondo le stime di Assoporti, nei primi sei mesi del 2010 la movimentazione di container è stata pari a circa 1,4 milioni di TEU (*Twenty feet Equivalent Unit*), con un calo del 14,1 per cento rispetto all'analogo periodo dell'anno precedente.

Il clima di fiducia dei consumatori calabresi (17) risulta sostanzialmente stabile. L'indice passa infatti da 101,4 a 102,8, generando però un'inversione di tendenza rispetto all'andamento negativo degli ultimi due trimestri. Il lieve miglioramento della fiducia dei consumatori è in controtendenza rispetto alla flessione registrata nel Mezzogiorno complessivamente. Migliorano sia i giudizi (da -113 a -102) sia le previsioni (da -40 a -36) sulla situazione economica italiana. Coerentemente, diventano più ottimistiche anche le aspettative sul mercato del lavoro, con le attese sulla disoccupazione per i successivi dodici mesi che passano da 100 a 76.

Anche il quadro personale si presenta in ripresa, con valutazioni meno negative sull'attuale situazione economica della famiglia (il saldo passa da -54 a -52) e previsioni ottimistiche sulle proprie condizioni economiche future (da -14 a -6). Inoltre, il saldo relativo ai giudizi sulla situazione finanziaria familiare resta sostanzialmente stabile (da -6 a -7), ma nettamente al di sopra della media registrata negli ultimi quattro anni.

Nonostante si registrino giudizi positivi sulla situazione personale, i vincoli di bilancio continuano a pesare, e nelle scelte tra consumo e risparmio i consumatori calabresi continuano a preferire il risparmio.

Le previsioni sulle possibilità di risparmio nei prossimi dodici mesi (il saldo passa da -72 a -76), infatti, non si discostano troppo dal punto di massimo degli ultimi cinque anni registrato a settembre 2009, mentre, le valutazioni sulla convenienza attuale all'acquisto di beni durevoli registrano una marcata contrazione (il saldo passa da -71 a -97). La preferenza per il risparmio, tra l'altro, non sembra legata a motivi precauzionali, in quanto i giudizi sulla convenienza attuale ad effettuare risparmi sono in netto calo (il saldo passa da 152 a 143) e si allontanano in maniera costante dal livello di massimo storico raggiunto alla fine dell'anno scorso.

Le esportazioni (16) sono calate del 6,1 per cento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (-16,4 per cento nel 2009); la riduzione è per lo più riconducibile al comparto dei mezzi di trasporto. Le esportazioni di prodotti dell'agricoltura e di prodotti alimentari e bevande hanno ripreso a crescere in maniera significativa. Il calo delle esportazioni ha riguardato soprattutto i paesi extraeuropei (-19,4 per cento) ma non quelli dell'Area dell'euro (14,5 per cento).

Sempre nel primo semestre del 2010 le importazioni sono diminuite del 9,1 per cento.

Sulla base della *Rilevazione sulle forze di lavoro* dell'Istat, l'**occupazione** nella media dei primi due trimestri del 2010 è scesa in Calabria dell'1,9 per cento rispetto allo stesso semestre dell'anno precedente, in linea con la tendenza registrata nella seconda metà del 2009 .

Forze di lavoro, tasso di disoccupazione e attività
(variazioni percentuali sul periodo corrispondente e valori percentuali)

PERIODI	Occupati					In cerca di occupazione	Forze di lavoro	Tasso di disoccupazione (1)	Tasso di attività (1) (2)	Tasso di occupazione (1) (2)	
	Agricoltura	Industria in senso stretto	Costruzioni	Servizi di cui: commercio							Totale
2007	-8,2	-10,6	0,3	-0,2	-1,7	-2,0	-16,0	-3,8	11,3	50,6	44,9
2008	-17,6	-2,5	-4,6	2,1	1,5	-1,2	7,5	-0,2	12,1	50,2	44,1
2009	2,9	1,9	-0,7	-2,6	2,1	-1,5	-8,5	-2,4	11,4	48,7	43,1
2009 – 1° trim.	26,5	12,6	-3,9	-0,6	7,4	1,9	-11,9	0,1	11,7	48,7	42,9
2° trim.	-8,0	-9,0	0,0	-3,7	0,1	-4,1	-7,8	-4,5	11,4	48,8	43,2
3° trim.	-7,2	-2,6	6,5	-0,4	4,3	-0,5	-6,6	-1,3	11,3	48,4	42,9
4° trim.	5,1	8,1	-4,9	-5,5	-3,2	-3,1	-7,5	-3,6	11,0	48,9	43,5
2010 – 1° trim.	-5,3	-6,3	-14,4	0,1	-8,5	-2,5	4,0	-1,7	12,4	48,0	42,0
2° trim.	26,3	-8,7	-8,0	-2,5	-9,4	-1,4	1,1	-1,1	11,6	48,3	42,7

La diminuzione degli occupati in regione è analoga a quella del Mezzogiorno (-1,8 per cento). A differenza di quanto si è verificato nel 2009, la riduzione degli occupati è maggiormente riconducibile alla componente del lavoro alle dipendenze (-2,3 per cento). L'occupazione femminile, già debole, si è ridotta più di quella maschile (-2,4 e -1,7 per cento rispettivamente).

Il calo dell'occupazione è stato più marcato nei settori delle costruzioni (-11,1 per cento), del commercio (-9,0 per cento) e nell'industria in senso stretto (-7,4 per cento).

Nei primi sei mesi del 2010 il tasso di occupazione della popolazione in età lavorativa (15-64 anni) si è attestato al 42,4 per cento, in ulteriore calo rispetto all'anno precedente (43,1 per cento). Il tasso di disoccupazione si è mantenuto pressoché invariato al 12 per cento, a fronte di una partecipazione al mercato del lavoro che continua a diminuire. Un terzo delle imprese regionali con almeno 20 addetti intervistate dalla Banca d'Italia ha indicato, per l'anno corrente, un calo nei livelli di occupazione rispetto al 2009. La riduzione risulterebbe maggiore nel settore dei servizi privati non finanziari rispetto a quella dell'industria in senso stretto.

In base ai dati INPS, nei primi nove mesi del 2010 le ore autorizzate di Cassa integrazione guadagni (CIG) sono sensibilmente cresciute. Il settore che ha fatto maggiormente ricorso alla CIG è stato quello del commercio (circa il 40 per cento del totale complessivo delle ore autorizzate, quasi interamente in deroga). Secondo i dati di Azienda Calabria Lavoro sulle comunicazioni obbligatorie in materia di lavoro dipendente, i nuovi contratti avviati in Calabria nei primi nove mesi del 2010 sono cresciuti del 3,1 per cento rispetto al medesimo periodo del 2009; i contratti cessati sono aumentati del 6,9 per cento.

Ma un nuovo fenomeno incide drammaticamente sul mercato del lavoro calabrese: l'emigrazione di cui possono individuarsi, con una certa approssimazione, quattro fasi dal secondo dopoguerra ad oggi¹⁹.

La quarta fase dell'emigrazione dal dopo guerra ha inizio con il decennio in corso ed è caratterizzata da un nuovo indebolimento del fenomeno migratorio. La caratteristica distintiva di quest'ultima fase è, tuttavia, l'ampliamento della quota dei laureati e della perdita netta di capitale umano qualificato dalle aree meno sviluppate del paese. Negli anni novanta, i trasferimenti di laureati dal Mezzogiorno erano in media annua 7 ogni 1000 abitanti con un analogo titolo di studio, un tasso di poco superiore a quello riferito al complesso della popolazione (5,5). Tra il 2000 e il 2005, tale indice è considerevolmente aumentato portandosi a circa 12. In termini assoluti, la perdita netta di laureati per le regioni meridionali è stata di quasi 50 mila unità (a fronte di poco più di 20 mila nel complesso degli anni novanta).

Dal punto di vista anagrafico i migranti si caratterizzano, in linea con il passato, per l'appartenenza alle classi d'età più giovani che hanno davanti a sé un orizzonte di vita sufficientemente ampio da poter bilanciare i costi sostenuti per lo spostamento geografico:

- Il 65% ha un'età tra i 15 e i 44 anni. Rispetto agli inizi degli anni novanta, è cambiata la classe d'età a maggiore intensità migratoria: è diminuita la propensione migratoria degli individui tra i 15 e i 24 anni, fenomeno connesso ad una maggiore partecipazione scolastica dei giovani, mentre è aumentata quella degli individui tra i 25 e i 34 anni che corrisponde all'età dell'ingresso nel mondo del lavoro dei laureati.
- Il 12 per cento è laureato, una percentuale quasi doppia rispetto a quella di dieci anni prima. A tale fenomeno ha contribuito il generale innalzamento della scolarità della popolazione ma soprattutto un aumento della propensione ad emigrare dei laureati rispetto a quelli con un titolo di studio inferiore.
- Il rapporto tra la quota dei laureati sul totale dei migranti e la quota dei laureati sul totale della popolazione residente: 1,6; tale indice è aumentato, anche se non in maniera lineare, rispetto a dieci anni prima ed è stato trainato dalla maggiore propensione migratoria dei laureati delle regioni meridionali. Nel passato, la minore mobilità dei laureati del Mezzogiorno è stata associata da alcuni autori all'atteggiamento d'attesa di un'occupazione nella pubblica amministrazione (Bodo e Sestito, 1991). Tali comportamenti sembrano essersi esauriti nella seconda metà degli anni novanta quando la propensione migratoria dei laureati del Mezzogiorno è aumentata e ha superato quella media nazionale.
- Le opportunità lavorative, come ampiamente rilevato dalla letteratura, giocano un ruolo decisivo nelle scelte migratorie delle persone: il 20% dei migranti meridionali sono disoccupati l'anno precedente al trasferimento di residenza, una percentuale superiore a quella media della popolazione (9 per cento).

La necessità di trovare un lavoro influenza quindi la propensione migratoria. L'anno successivo circa un migrante su due che era disoccupato ha trovato un'occupazione, a fronte di una percentuale complessiva del 24 per cento. Le maggiori opportunità lavorative nella nuova regione di residenza (o la necessità di ammortizzare i costi del trasferimento) spingono inoltre gli individui a partecipare maggiormente alla forza lavoro: il 18 per cento degli inattivi l'anno precedente al cambio di residenza entra a far parte della forza lavoro, a fronte del 6 per cento nella media della popolazione.

Nei dodici mesi terminanti a giugno i **prestiti bancari** concessi a clientela residente in Calabria, al netto delle sofferenze e dei pronti contro termine e corretti per tener conto dell'effetto contabile delle cartolarizzazioni, sono cresciuti del 4,1 per cento, un tasso in aumento rispetto a quello rilevato a dicembre 2009 (2,4 per cento) e al di sopra della media nazionale.

¹⁹ S.Mocetti e C.POrello-Banca d'Italia, Questioni di Economia e Finanza-La mobilità del lavoro in Italia: nuove evidenze sulle dinamiche migratorie-Gennaio 2010

Prestiti bancari per settore di attività economica (1)

(variazioni percentuali sui 12 mesi)

PERIODI	Amministrazioni pubbliche	Società finanziarie e assicurative	Imprese				Famiglie consumatrici	Totale
			medio-grandi		piccole (2)			
						Famiglie produttrici (3)		
Mar. 2008	::	::	16,5 (*)	24,6 (*)	4,3	2,6	12,6	23,1
Giu. 2008	::	::	13,7 (*)	19,4 (*)	4,6	2,7	11,7	24,6
Set. 2008	::	::	8,6	11,6	3,5	1,4	10,0	25,9
Dic. 2008	14,7 (*)	::	3,7 (*)	3,7 (*)	3,7	2,7	8,3	7,3
Mar. 2009	23,3 (*)	::	-0,5 (*)	-1,7 (*)	1,8	0,2	7,5	6,4
Giu. 2009	20,2 (*)	::	-3,4 (*)	-4,9 (*)	-0,5	-1,0	5,8	3,9
Set. 2009	15,8 (*)	::	-5,2 (*)	-7,6 (*)	-0,6	-1,0	5,7	2,6
Dic. 2009	4,5	::	-2,5	-2,4	-2,6	-3,3	6,8	2,4
Mar. 2010	2,0	::	-0,4	0,6	-2,0	-2,6	7,3	3,1
Giu. 2010	6,1	::	0,9	2,3	-1,6	-2,4	6,6	4,1

Nel bimestre successivo, in base ai dati preliminari, il ritmo di espansione del credito si è mantenuto stabile rispetto alla fine del primo semestre. A giugno 2010 i prestiti alle imprese calabresi sono tornati a crescere (0,9 per cento) dopo sedici mesi di contrazione. L'espansione del credito erogato alle imprese ha interessato esclusivamente quelle di maggiori dimensioni (2,3 per cento a giugno 2010) a fronte della diminuzione registrata per quelle più piccole (-1,6 per cento; tav. a8). Nei mesi di luglio e agosto la crescita del credito alle imprese ha registrato un'accelerazione rispetto al dato di giugno. Il credito erogato alle imprese del settore delle costruzioni ha registrato a maggio 2010 una contrazione minore di quella rilevata a fine 2009 (da -1,8 a -0,2 per cento).

La diminuzione dei prestiti al settore dei servizi è principalmente ascrivibile alla branca degli alberghi e pubblici esercizi (-8,7 per cento) e a quella del commercio (-0,7 per cento); il dato riguardante gli altri servizi destinabili alla vendita, pur in rallentamento rispetto al dato di fine 2009, registra un ritmo di crescita positivo (1,1 per cento).

A maggio 2010 il credito erogato alle imprese del settore agricolo si è contratto del 5,3 per cento (-8,1 per cento a dicembre 2009; tav. a10). L'indagine (16) ha evidenziato un ulteriore lieve irrigidimento delle condizioni di offerta alle imprese nella prima parte dell'anno; l'inasprimento dei criteri di accesso al credito non ha riguardato le piccole e medie imprese, per le quali le condizioni di offerta si sono mostrate stazionarie. In base alle previsioni degli intermediari, una tendenza all'allentamento dovrebbe accomunare tutte le imprese nella seconda metà del 2010.

Nel secondo trimestre del 2010 il tasso annuo effettivo globale (TAEG) sui nuovi prestiti a medio e a termine si è attestato al 3,5 per cento, un valore in linea con quello di dicembre 2009 e superiore di circa un punto percentuale a quello registrato a livello nazionale. Prosegue, invece, la diminuzione del tasso d'interesse a medio e a lungo termine riguardante i prestiti alle famiglie consumatrici per l'acquisto di abitazioni, attestatosi a giugno 2010 al 2,8 per cento (3,4 per cento a dicembre 2009).

Tassi di interesse bancari (1)

(valori percentuali)

VOCI	Set. 2009	Dic. 2009	Mar. 2010	Giu. 2010
	Tassi attivi (2)			
Prestiti a breve termine (3)	6,60	7,10	6,94	6,87
Prestiti a medio e a lungo termine (4)	3,77	3,47	3,35	3,46
di cui: prestiti alle famiglie per acquisto di abitazione	3,69	3,44	3,08	2,82
	Tassi passivi			
Conti correnti liberi (5)	0,26	0,23	0,18	0,18

Certamente non incoraggiante l'andamento del PIL pro capite:

	2000	% della media naz.	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	% della media naz.
Calabria	13.019	62,24	13.742	14.226	14.773	15.457	15.754	16.244	16.625	17.285	16.898	66,96
Italia	20.917	100	21.914	22.660	23.181	23.902	24.281	25.031	25.921	26.2760	25.237	100



L'economia provinciale ... una ripresa lenta

Il sistema Reggio si caratterizza per un andamento del tutto peculiare²⁰.

Nel 2008, Reggio Calabria era stata la provincia italiana che aveva manifestato la contrazione del Pil più intensa (-5,3%; Italia -1%), anticipando la dinamica recessiva nazionale del 2009, particolarmente consistente nel primo semestre. L'estate 2009 ha rappresentato un punto di svolta. La recessione nazionale si è mostrata meno rigida, anche se la ripresa è debole e discontinua.

Il mercato del lavoro, i consumi ed il credito sono i fattori che hanno registrato le maggiori difficoltà. In ogni caso, hanno agito in maniera combinata, soprattutto nel primo semestre 2009. Ciò si è tradotto in una riduzione della liquidità delle imprese, le quali hanno trasmesso le proprie difficoltà a monte, presso i propri fornitori, ed a valle ai propri lavoratori, ingessando il circuito economico.

Proprio il rallentamento del circuito economico ha comportato una flessione degli occupati e, di conseguenza, del monte redditi, costringendo le famiglie a restringere la spesa per consumi, o fare ricorso al credito. Va specificato che gli effetti sul mercato del lavoro sono ritardati rispetto al ciclo recessivo e, per questa ragione, non è verosimile pensare ad un repentino rimbalzo congiunturale.

Chiaramente, tale sistema di concause determina effetti diversi a seconda del modello di sviluppo del sistema socio economico che si considera: un sistema che nel medio periodo mette in luce importanti segnali di cambiamento: da un lato l'ispessimento imprenditoriale e la riduzione degli indicatori di rischiosità delle imprese, ma dall'altro persistenti rigidità strutturali che non consentono un reale e duraturo sviluppo economico:

- la significativa restrizione dell'economia locale all'interno del proprio perimetro e cioè la sua bassa apertura all'internazionalizzazione, nonostante la presenza del porto di Gioia Tauro (esportazioni su Pil 2009; Reggio Calabria 2,1%; Italia 21,4%);
- la presenza di "squilibri produttivi", ovvero l'elevata presenza dei servizi (valore aggiunto 2008; Reggio Calabria 79,9; Italia 71%), con particolare riferimento agli esercizi commerciali (imprese commercio nel 2009: 37,6%; Italia 26,8%), le quali risentono della flessione della domanda interna;
- l'elevata incidenza del ruolo della Pubblica Amministrazione (Reggio Calabria 26%; Italia 15,5%) che determina la rilevanza dell'indotto locale e, quindi, del mercato interno;

²⁰ Osservatorio economico provinciale 2010 - Camera Commercio Reggio Calabria-Ist.G.Tagliacarne

- il dinamismo provinciale, esposto al mutamento dei parametri di competitività, ha mostrato una debolezza nella capacità di accumulazione di capitale;
- la modesta presenza di settori produttivi ad elevato tasso di innovazione in grado di trasmettere capacità competitiva al territorio;
- la consistente presenza di piccole imprese (nel 2009 le ditte individuali sono il 80,6%; Italia 63,2%), le quali, meno patrimonializzate, hanno una maggiore difficoltà di accesso al credito;
- le imprese manifatturiere (incidenza sul valore aggiunto 2008 7,4%; Italia 20,8%) poco inclini a sperimentare percorsi di aggregazione proto-distrettuale e/o economie di scopo;
- il mercato del lavoro che sconta la modesta capacità di crescita del territorio, ma risulta essere contrassegnato dalla bassa età media della popolazione (indice di vecchiaia 129,3%; Italia 143,3% e, quindi, potenzialmente più produttivo);
- la situazione territoriale caratterizzata da sperequazione nella distribuzione della popolazione, delle infrastrutture e della ricchezza;
- la presenza di situazioni di "disagio sociale", sommerso e criminalità organizzata.

Il sistema produttivo della provincia, si contraddistingue anche per alcune eccellenze settoriali, quali: l'agroalimentare; la chimica, con particolare riferimento all'industria essenze; l'artigianato artistico; il turismo; la logistica.

Le dinamiche

Sebbene l'intensità della recessione, per la provincia di Reggio Calabria, sia stata più seria nel 2008, anche il 2009 si è rivelato un anno difficile dal punto di vista della dinamica economica. La recessione nazionale, infatti, ha utilizzato diverse leve per sovrapporre i propri effetti sulla domanda aggregata locale già asfittica. Esaminando i fattori della **domanda esterna**, la flessione del commercio internazionale nel 2009 (-15% a livello mondiale) ha determinato una battuta d'arresto delle esportazioni anche per il nostro Paese (-21,4%).

I dati sul **commercio estero** per la provincia di Reggio Calabria relativi al 2009, mostrano la debolezza in cui versa non solo la domanda interna locale, ma anche, e soprattutto, la domanda estera. Le esportazioni, comunque, seppure in calo, mostrano una flessione decisamente più contenuta rispetto a quella sperimentata mediamente dalla Calabria e dal resto Paese (Reggio Calabria -12,2%; Calabria -18,2%; Italia -21,4%), diversamente dalle importazioni che registrano una tendenza inversa (+2,3%) rispetto alla media regionale (-8,2%) e nazionale (-23%).

Tab. 3 Export manifatturiero nelle province in Calabria (mln euro)

	2005	2006	2007	2008	2009	Var.% 2009/2008
ITALIA	287.897	315.179	350.599	349.894	275.524	-21,3
MEZZOGIORNO	32.050	34.287	39.319	40.566	29.049	-28,4
Calabria	249	253	365	330	279	-15,3
Cosenza	42	30	29	42	36	-15,1
Crotone	47	40	47	29	18	-35,7
Catanzaro	24	29	29	33	22	-34,0
Vibo Valentia	32	40	89	72	61	-16,3
Reggio Calabria	104	115	170	154	143	-7,3

Fonte: elaborazioni MSE su dati Istat

I settori reggini di esportazione maggiormente colpiti dalla flessione del commercio mondiale nel 2009 sono quelli dell'agricoltura (-20,7%), dell'industria alimentare (-20,9%) e dei prodotti chimici (-15,9%); al contrario, una performance favorevole è quella dei mezzi di trasporto.

Il tasso di copertura nel 2009 manifesta una maggiore capacità dell'economia locale di equilibrare il valore delle importazioni con quello delle esportazioni rispetto alla media regionale (78,9% a livello provinciale contro un 58,9% a livello regionale).

Andamento del tasso di copertura* nelle province calabresi, in Calabria ed in Italia
(2006-2009; valori in %)

	2006	2007	2008	2009
Catanzaro	2,0	2,8	2,3	1,7
Cosenza	1,9	2,3	1,8	1,6
Crotone	4,8	5,3	4,2	3,9
Reggio Calabria	4,2	4,5	3,9	3,7
Vibo Valentia	3,4	5,7	4,7	4,3
CALABRIA	2,9	3,5	2,9	2,6
ITALIA	46,4	48,1	47,8	38,5

* è dato dal rapporto tra le esportazioni e le importazioni (%)

Fonte: Elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati ISTAT

Il tasso di apertura a sua volta posiziona la realtà reggina al secondo posto, subito dopo Vibo Valentia, in termini di apertura agli scambi con l'estero. Nel 2009, infatti, il volume di merci scambiate sui mercati esteri in rapporto al PIL provinciale risulta pari al 3,7%, superiore alla media regionale (pari al 2,6%), ma piuttosto distante dal dato medio nazionale (38,5%).

Andamento del tasso di apertura* nelle province calabresi, in Calabria ed in Italia
(2006-2009; valori in %)

	2006	2007	2008	2009
Catanzaro	2,0	2,8	2,3	1,7
Cosenza	1,9	2,3	1,8	1,6
Crotone	4,8	5,3	4,2	3,9
Reggio Calabria	4,2	4,5	3,9	3,7
Vibo Valentia	3,4	5,7	4,7	4,3
CALABRIA	2,9	3,5	2,9	2,6
ITALIA	46,4	48,1	47,8	38,5

* è dato dal rapporto tra la somma delle esportazioni e delle importazioni e PIL (%)

Fonte: Elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati ISTAT

Una conferma ulteriore è fornita dalla propensione all'esportazione e all'importazione. La prima si esprime in un valore pari al 2,1%, fra i più alti a livello regionale (1,8%) ma distante da quello nazionale (19,4%), confermando il trend degli anni precedenti. La seconda pari ad un 1,6% contro il 19,1% nazionale, ma superiore al dato regionale (1%). In 150 milioni di euro si quantificano le esportazioni, controbilanciate da 190 milioni di euro importati.

I principali partner commerciali delle imprese di Reggio Calabria sono costituiti, tradizionalmente, da Germania, Francia, Spagna e Stati Uniti, una composizione molto simile a quella dell'intera economia nazionale, anche se il posizionamento geografico della provincia consente di attivare rapporti commerciali piuttosto frequenti con i mercati emergenti del Nord Africa.

Concentrando l'attenzione sulle merci in uscita, è possibile osservare come l'Europa rimanga il principale mercato di sbocco della produzione provinciale, con una quota del 53,6% del totale dell'export provinciale. Con riferimento ai paesi europei, i prodotti locali sono rivolti soprattutto verso: Spagna (12,3%), Germania (9,6%) Francia (6,4%) e Regno Unito (5,2%). I tassi di variazioni 2009/08, tuttavia, evidenziano la perdita di importanza del vecchio continente per l'export provinciale, registrando una contrazione del -15,6%. Nello scenario dei paesi europei si registrano, comunque, tassi di variazione positivi di tipo sporadico, come nel caso della Grecia (+161,3%), ed alcune conferme, come nel caso della Spagna (+39,85%).

Il continente americano, con una quota del 29,8% sul totale, si conferma come il secondo mercato di destinazione delle esportazioni locali pur registrando, rispetto al 2008, una variazione negativa del -6,9%. Da osservare, infine, la tenuta del continente asiatico che registra una crescita del +1,5%, mentre perdono di significatività le esportazioni verso l'Oceania e altri territori (-40,5%) ed il continente americano (-6,9%).

Sempre sul versante della domanda esterna, **il turismo** soffre la modesta capacità attrattiva dell'intero contesto regionale. La concentrazione turistica, infatti, calcolata mediante il rapporto tra arrivi su popolazione nel 2008, indica come il valore della provincia sia pari a circa un quarto rispetto a quello nazionale (Reggio Calabria 41,7%; Italia 159,1%), con una incidenza del settore sul valore aggiunto pari al 2,3% (terzultima tra le 107 province; Italia 3,8%). I

risultati del 2009, inoltre, evidenziano una contrazione delle presenze particolarmente marcata (-17,1% di presenze; Italia -0,9%), anche alla luce della generale riduzione della spesa per consumi turistici.

Spostando l'attenzione sulla **domanda interna**, il biennio recessivo ha generato effetti deletéri soprattutto sui consumi delle famiglie per un periodo prolungato, indebolendo il circuito economico interno.

La dinamica recessiva si è riflessa sull'**occupazione** reggina innalzando il tasso di disoccupazione già nel 2008 (dal 10,5% del 2007 all'11,2% nel 2008). Nel 2009, in provincia, si assiste ad un processo di assestamento sul versante del mercato del lavoro, in quanto le persone in cerca di occupazione sono l'11% del totale della forza di lavoro. Si tratta di un tasso ampiamente superiore alla media nazionale, ma non quanto altre province del Mezzogiorno, ove la situazione economica risulta simile a quella reggina. Ciò può essere ascritto a diversi ordini di fattori, tra questi si sottolinea che i tassi di disoccupazione non raccolgono l'intensità del lavoro (ovvero il numero di ore lavorate a settimana che coinvolge anche i livelli retribuitivi e, conseguentemente, di spesa), ma anche all'incremento di ore di cassa integrazione erogate nel 2009 (+155%) e gli esodi per motivi di studio verificatesi nel corso dell'ultimo decennio.

In ogni caso, l'ingessamento del circuito economico della provincia ha indotto le famiglie a fare ricorso al credito al consumo per sostenere i propri standard di vita (impieghi delle famiglie 09/08: Reggio Calabria +12,7%; Italia +6,8%) e controbilanciare la riduzione delle retribuzioni.

Chiaramente, stili di consumo e propensione all'indebitamento delle famiglie, dipendono dalla ricchezza media distribuita. Il livello di Pil pro capite, in provincia di Reggio Calabria, si attesta al 65% di quello medio italiano.

Se dovesse continuare la situazione di consistente incremento del credito al consumo, associato ad una flessione della ricchezza per abitante, il tessuto socio demografico locale intraprenderebbe la strada dell'ulteriore impoverimento.

Prodotto interno lordo dell'intera economia a prezzi correnti nelle province calabresi, in Calabria, nel Mezzogiorno ed in Italia (2003-2009; valori assoluti in milioni di euro)

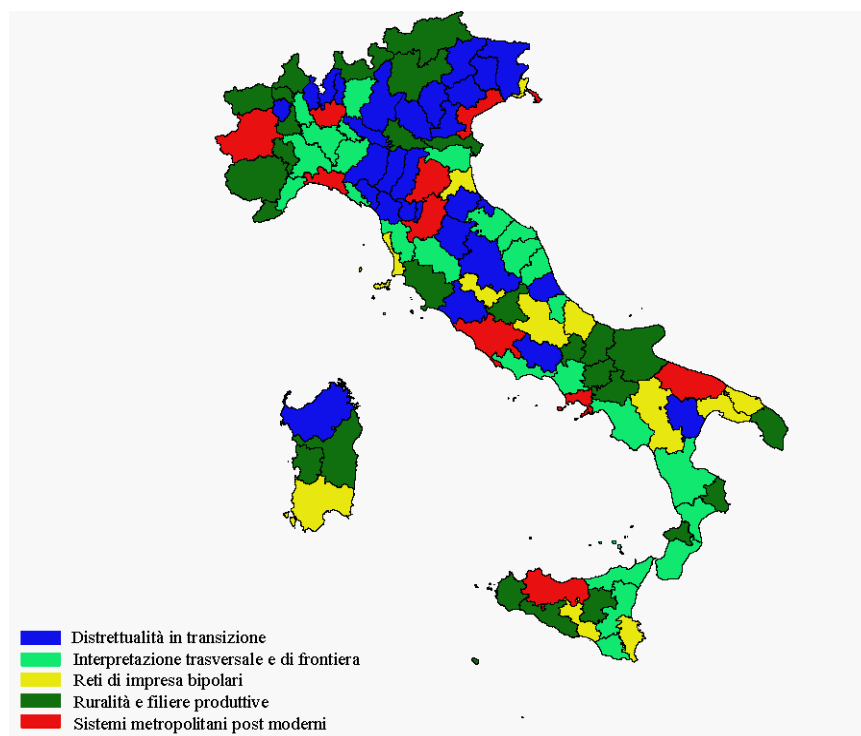
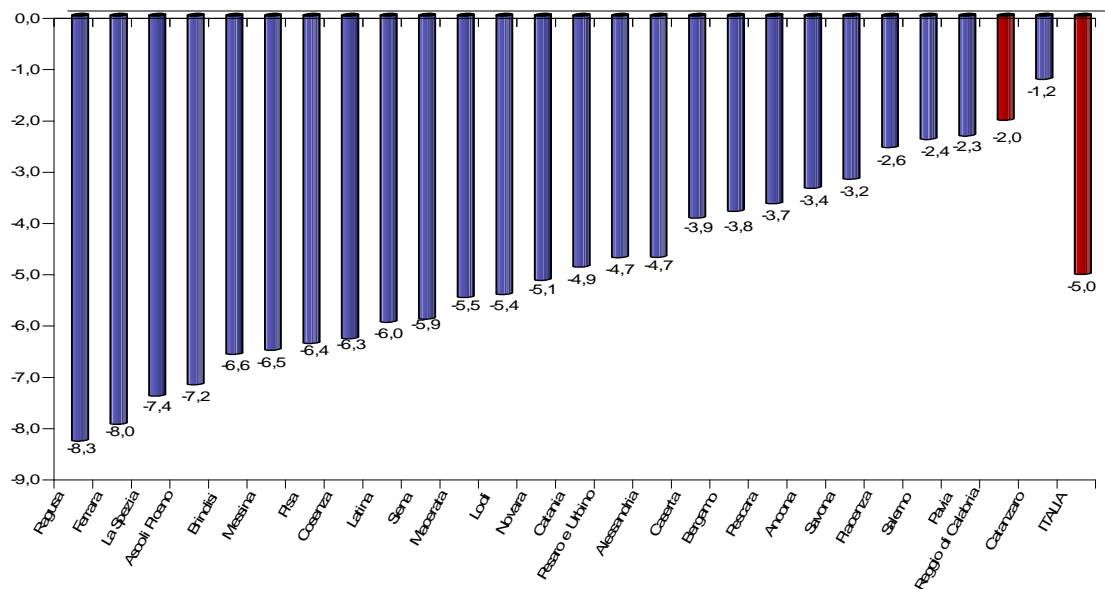
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Cosenza	10.428,6	10.876,3	11.162,7	11.758,8	12.239,4	12.252,8	12.188,6
Catanzaro	6.018,2	6.339,5	6.421,8	6.789,0	6.939,2	6.900,2	6.914,2
Reggio Calabria	8.139,8	8.893,8	8.943,8	8.835,7	9.157,7	9.187,3	9.291,5
Crotone	2.307,8	2.507,3	2.595,6	2.515,8	2.630,3	2.669,8	2.604,2
Vibo Valentia	2.461,6	2.456,4	2.492,8	2.608,4	2.598,3	2.781,2	2.610,9
CALABRIA	29.356,0	31.073,3	31.616,7	32.507,7	33.565,0	33.791,3	33.609,4
MEZZOGIORNO	328.518,0	332.776,2	341.498,9	352.869,0	363.083,4	370.827,1	358.949,6
ITALIA	1.333.981,0	1.389.263,5	1.421.800,6	1.473.948,6	1.535.540,4	1.570.745,3	1.519.460,6

Fonte: Istituto G. Tagliacarne

La combinazione delle dinamiche di domanda esterna ed interna si riflettono in una contrazione del **PIL** nel 2009 pari a -2%, molto meno intensa rispetto a quella nazionale (-5%), rappresentando il 27,6% della ricchezza prodotta a livello regionale, confermandosi come la seconda realtà produttiva della Calabria, preceduta dalla sola provincia di Cosenza (36,3% sul totale regionale). A tal proposito, l'evoluzione temporale del prodotto interno lordo provinciale a prezzi correnti evidenzia un trend di crescita positivo della ricchezza prodotta localmente, con la sola eccezione della contrazione registrata tra il 2005 ed il 2006.

Da notare, soprattutto, il miglioramento, anche se ancora in area negativa, registrato a livello provinciale tra il 2009 ed il 2008 (-2%) rispetto alla sostanziale flessione che aveva caratterizzato il periodo precedente (-5,3%)²¹.

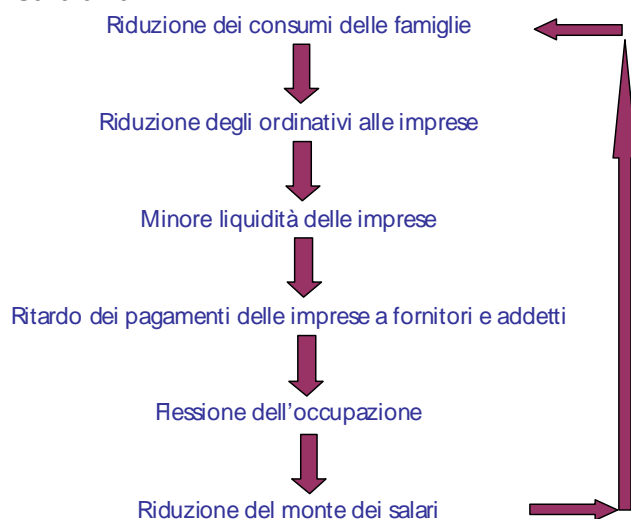
²¹ Secondo un modello di clusterizzazione provinciale qualitativa, basata su peculiarità strutturali e produttive, come l'importanza di alcuni settori, la dimensione di impresa prevalente e l'organizzazione della divisione produttiva (cinque i cluster di province simili per modello di sviluppo socio produttivo intrapreso: 1. Distrettualità in transizione; 2. Integrazione trasversale e di frontiera; 3. Reti di impresa bipolari; 4. Ruralità e filiere produttive; 5. Sistemi metropolitani post moderni), il sistema economico della provincia di Reggio Calabria rientra nel gruppo "Integrazione trasversale e di frontiera", economie che hanno intrapreso complessi percorsi di sviluppo e crescita, caratterizzati dalla localizzazione di imprese di diverse tipologie e settori, ma sostanzialmente flessibili a livello produttivo e sul mercato. Tra le province appartenenti a tale gruppo (25), escludendo Catanzaro, tutte evidenziano una flessione del Pil più marcata rispetto a Reggio Calabria, probabilmente a causa della maggior apertura internazionale e minore peso della Pubblica Amministrazione.



Fonte: Istituto G. Tagliacarne

Pos.	Province	Variazione 09/08	Pos.	Province	Variazione 09/08
1	Belluno	-10,0	94	Bolzano/Bozen	-1,7
2	Treviso	-9,8	95	Rovigo	-1,6
3	Caltanissetta	-9,6	96	Rimini	-1,6
4	Chieti	-8,4	97	Grosseto	-1,4
5	Lecco	-8,3	98	Catanzaro	-1,2
6	Ragusa	-8,3	99	Massa-Carrara	-1,0
7	Bari	-8,2	100	Foggia	-1,0
8	Como	-8,1	101	Sondrio	-0,5
9	Reggio nell'Emilia	-8,0	102	Rieti	-0,2
10	Ferrara	-8,0	103	Lucca	0,0
92	Reggio di Calabria	-2,0		ITALIA	-5,0

In provincia di Reggio Calabria:



L'analisi settoriale del valore aggiunto mette in risalto alcune considerazioni sulla struttura e sulle dinamiche di trasformazione economica della provincia.

Valore aggiunto a prezzi correnti per settore di attività economica nelle province calabresi, in Calabria, nel Mezzogiorno ed in Italia (2008; val. assoluti in milioni di euro e in %)

	Agricoltura	Industria			Servizi	Totale economia
		Manifatturiero	Costruzioni	Tot. Ind.		
Cosenza	400,3	1.042,8	774,6	1.817,4	9.004,5	11.222,1
Catanzaro	220,2	550,4	413,2	963,7	4.832,5	6.016,4
Reggio Calabria	487,6	604,2	554,3	1.158,5	6.537,6	8.183,7
Crotone	180,8	231,4	177,0	408,4	1.759,7	2.348,9
Vibo Valentia	137,8	236,6	168,9	405,5	1.808,7	2.352,1
CALABRIA	1.426,6	2.665,5	2.088,0	4.753,4	23.943,1	30.123,1
MEZZOGIORNO	11.234,3	44.369,3	23.225,2	67.594,5	249.119,6	327.948,4
ITALIA	28.443,3	293.021,3	87.464,2	380.485,6	1.002.535,5	1.411.464,4

	Agricoltura	Industria			Servizi	Totale economia
		Manifatturiero	Costruzioni	Totale		
Cosenza	3,6	9,3	6,9	16,2	80,2	100,0
Catanzaro	3,7	9,1	6,9	16,0	80,3	100,0
Reggio Calabria	6,0	7,4	6,8	14,2	79,9	100,0
Crotone	7,7	9,9	7,5	17,4	74,9	100,0
Vibo Valentia	5,9	10,1	7,2	17,2	76,9	100,0
CALABRIA	4,7	8,8	6,9	15,8	79,5	100,0
MEZZOGIORNO	3,4	13,5	7,1	20,6	76,0	100,0
ITALIA	2,0	20,8	6,2	27,0	71,0	100,0

Fonte: Istituto G. Tagliacarne

In particolare:

- è riconducibile per il 79,9% al settore terziario, in linea con il dato regionale (79,5%) ma nettamente superiore al resto del Paese (71%);
- è modesto il contributo dell'industria che, analogamente a quanto si registra a livello regionale (15,8%), partecipa con un 14,2% a fronte di un dato Italia superiore di tredici punti percentuali;
- maggiore incidenza del valore aggiunto agricolo (6%) rispetto alla media nazionale (2%), e regionale (4,7%): un indicatore "positivo" se assimilato alle produzioni di qualità che caratterizzano il territorio.

In sintesi, il modello di sviluppo economico provinciale presenta una struttura settoriale simile a quella calabrese, in quanto contraddistinto da una crescente tendenza alla terziarizzazione e da una carenza del tessuto manifatturiero.

Il settore edile, viceversa, mantiene un'incidenza sostanzialmente in linea al dato medio nazionale (6,8%).

Per quanto alle dinamiche settoriali, si evince come, nel 2008, la crescita media del valore aggiunto complessivo rispetto al 2003 (+1,9%), sia per lo più da ascrivere alla performance delle costruzioni (+3,9%). Anche la tendenza registrata dal manifatturiero (+0,9%) e dai servizi (+1,9%) si presenta in termini positivi; l'agricoltura, infine, registra una crescita del valore aggiunto del +1,2%.

Il contributo del turismo alla creazione di ricchezza locale assume un peso poco rilevante, con una incidenza sul totale provinciale pari, nel 2007, al 2,3%, contro una media regionale del 3% (Italia 3,8%). Di conseguenza, la provincia si colloca ultima fra le province calabresi. Ciò nonostante, in valore assoluto, il settore turistico reggino ha prodotto nel 2007 circa 184 milioni di euro, pari al 20,4% del totale regionale (meglio di Reggio Calabria soltanto la provincia di Cosenza).

L'analisi del valore aggiunto delle attività economiche coinvolte nel "processo produttivo" attivato dal patrimonio culturale, evidenzia come degli 893.333 euro prodotti nel 2006 a livello provinciale (ultimo dato disponibile) il 53% sia riconducibile alle attività di architettura ed edilizia di riqualificazione. Per il restante 47%, invece, il 14,4% deriva dai beni e attività culturali, il 9,5% dall'industria culturale, il 17,8% dall'enogastronomia ed il 5,3% dalla produzione di natura industriale e artigiana.

In questo scenario, in provincia, a fine 2009, risultano 43.593 imprese attive; nel corso dell'anno si sono verificate 3.188 nuove iscrizioni al Registro, ma data la dinamica delle cessazioni, 3.355 in valore assoluto, si è assistito ad un saldo pari a -167 imprese. In termini di variazione percentuale dello stock di imprese attive rispetto al 2008, per la provincia di Reggio Calabria la variazione negativa del -0,5% risulta in linea alla media nazionale (-0,6%)²².

Il sistema imprenditoriale: è sostanzialmente invariato il numero delle imprese tra il 2008 ed il 2009. Al 31 dicembre 2009 sono 49.368. Nel corso dell'anno sono state 3.188 le aziende iscritte (+5,1% rispetto al 2008), a fronte delle quali 3.355 hanno cessato di operare, facendo registrare un saldo negativo pari a -167 unità. Si tratta, tuttavia, di una tendenza analoga a quella che ha caratterizzato il tessuto imprenditoriale sia della Calabria che dell'Italia.

La numerosità imprenditoriale in provincia di Reggio Calabria (2009)

	Registrate	Attive	Attive/Registrate (in %)	Iscritte	Cessate	Saldo
Agricoltura, caccia e silvicoltura	7.900	7.815	98,9	558	522	36
Pesca, piscicoltura e servizi connessi	66	64	97,0	4	5	-1
Estrazione di minerali	113	107	94,7	1	21	-20
Attività manifatturiere	5.272	4.955	94,0	159	311	-152
Prod.e distrib.energ.elettr.,gas e acqua	15	13	86,7	0	0	0
Costruzioni	5.556	5.209	93,8	285	356	-71
Comm.ingr.e dett.;rip.beni pers.e per la casa	17.469	16.591	95,0	883	1.281	-398
Alberghi e ristoranti	1.773	1.705	96,2	134	154	-20
Trasporti,magazzinaggio e comunicaz.	1.684	1.606	95,4	63	131	-68
Intermediaz.monetaria e finanziaria	841	824	98,0	64	66	-2
Attiv.immob.,noleggio,informat.,ricerca	2.553	2.402	94,1	140	174	-34
Istruzione	238	231	97,1	9	14	-5
Sanità e altri servizi sociali	258	237	91,9	4	6	-2
Altri servizi pubblici,sociali e personali	1.777	1.737	97,7	98	120	-22
Serv.domestici presso famiglie e conv.	0	0	-	0	0	0
Imprese non classificate	3.853	97	2,5	786	194	592
TOTALE	49.368	43.593	88,3	3.188	3.355	-167

* La numerosità delle cessazioni è data dalla somma delle cessazioni effettive e delle cancellazioni d'ufficio (DPR 247/04) effettuate nel periodo dalle Camere di Commercio
Fonte: Elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati Infocamere

²² Le cancellazioni d'ufficio nel 2009 risultano pari a 836.

Il terziario continua ad essere il settore con il maggior numero di aziende attive nella provincia (48,7%) con una netta preponderanza, al suo interno, degli esercizi commerciali (38,1%), mentre la quota regionale è del 34,2% e la nazionale 27,3%.

il peso dell'agricoltura si discosta dal valore regionale: il settore rappresenta il secondo segmento in ambito provinciale per quanto riguarda la consistenza di imprese attive -il 17,9% del totale, a fronte del 20,9% nel caso della Calabria e del 16,5% su scala nazionale. Le imprese edili rappresentano l'11,9%, con un peso percentuale inferiore ai valori rilevati su base regionale (13,1%) e nazionale (15,3%). Seguono le imprese manifatturiere, a conferma dell'importanza secondaria che ancora assume l'industria in senso stretto nell'economia locale, con un'incidenza sul totale pari all'11,4% (10,3% per la Calabria e 12% per l'Italia).

Ancora una volta sono i comparti più innovativi dei servizi a risultare sottodimensionati nel confronto con il dato Italia, e così nel terziario avanzato risultano impegnate il 5,5% delle imprese, dato analogo quello regionale, a fronte dell'11,7% registrato nel Paese. Carente anche il peso del settore alberghi e ristoranti (3,9% contro il 5,3% regionale e 5,4% nazionale). Nel 2009, il tessuto produttivo risulta composto prevalentemente da imprese in forma individuale: 35.155 che rappresentano l'80,6% delle imprese attive a livello provinciale, mentre il 9,5% è costituito da società di persone ed il 7,5% da società di capitale. Nel complesso sono 7.393 le imprese costituite in forma societaria, pari al 16,9% del totale. L'analisi temporale registra comunque un irrobustimento in termini giuridici e finanziari delle imprese presenti a livello locale. Rispetto al 2003, infatti, si rileva una riduzione del peso delle ditte individuali ed una crescita delle società di capitale, la cui incidenza sul totale è passata dal 4,8% del 2003 al 7,5% del 2009 con un tasso di variazione medio annuo pari al +8,5%. Un incremento che segnala una tendenza positiva al cambiamento verso forme più strutturate e sembrerebbe confermare il processo di ispessimento che ha caratterizzato il sistema imprenditoriale nazionale negli ultimi anni, dove comunque le ditte individuali continuano ad essere la forma imprenditoriale maggiormente rappresentata.

L'ipotesi dell'ispessimento del tessuto produttivo attraverso la crescita delle forme giuridiche più complesse risulta frenata da una struttura produttiva locale ancora condizionata dalla rilevanza di settori come l'agricoltura (che presenta un 94,9% di incidenza delle ditte individuali sul totale) o il commercio, dove le ditte individuali sono pari all'84,4%. La prospettiva non cambia anche se si includono altri settori produttivi dell'economia provinciale. Le società di persone, infine, non prevalgono in maniera netta rispetto alle altre forme giuridiche in nessun comparto produttivo. Tale forma giuridica è maggiormente presente nel settore delle attività immobiliari (20,6%), sanità (27,1%) ed attività professionali, scientifiche e tecniche (16,5%).

Non particolarmente significativa la presenza di imprenditori extracomunitari in provincia di Reggio Calabria (2589, pari al 3,8%), mentre le donne che svolgono un'attività d'impresa sono 18246, pari al 27% circa del totale.

Spostando l'attenzione su un altro aspetto rilevante, maggiori difficoltà di accesso al **credito** si sono rilevate per le imprese, a causa della restrizione del comportamento delle banche in fase di istruttoria, indotta da Basilea 2. In particolare, le imprese, nel 2009, hanno avvertito una maggiore rigidità in sede di richiesta di garanzie reali a fronte della domanda di affidamento. E' una conseguenza legata alla minore propensione al rischio da parte degli istituti di credito, soprattutto perché il peggioramento dei bilanci di molte imprese richiedenti rende oggettivamente più rischioso il credito. Per altro verso, occorre sottolineare come il costo del denaro sia diminuito nel 2009 e nel 2010, come effetto della riduzione dei tassi di interesse interbancari (i più bassi dall'introduzione dell'euro). A metà 2010, il tasso di interesse in provincia di Reggio Calabria risulta pari all'8,5% per le famiglie e al 9,4% per le imprese.

Infine, è doveroso puntualizzare che il peso delle sofferenze sul totale degli impieghi, a dicembre 2009 (7,9%; Italia 4%) ha mantenuto elevato il costo del denaro rispetto alla media Italia; in ogni caso, all'incremento del credito in sofferenza si associa una crescita degli impieghi che testimonia un impegno del sistema economico ad investire.

L'analisi del mercato del **lavoro** può partire dalla disamina dei dati quantitativi sull'occupazione, effettuando un confronto a livello territoriale, con i contesti limitrofi e rispetto alle dinamiche nazionali.

Nel 2009, le forze lavoro della provincia reggina (dato aggregato costituito dalle persone già occupate e da coloro che sono attivamente alla ricerca di un impiego) ammontano a 178.500

unità (182 mila nel 2008) con una incidenza sul totale regionale pari al 27%; di cui 158.300 occupati e 20.200 persone in cerca di occupazione.

Forze di lavoro, occupati e persone in cerca di occupazione nelle province calabresi, in Calabria ed in Italia (2009; dati in migliaia)

	Forze di lavoro		
	Totale	- di cui Occupati	- di cui Persone in cerca di occupazione
Cosenza	247,6	220,5	27,0
Catanzaro	133,4	118,3	15,1
Reggio di Calabria	178,5	158,3	20,2
Crotone	47,3	41,6	5,7
Vibo Valentia	54,3	47,4	7,0
CALABRIA	661,1	586,1	75,0
ITALIA	24.969,9	23.025,0	1.944,9

Fonte: Elaborazione Istituto Tagliacarne su dati ISTAT

L'analisi temporale evidenzia un miglioramento dello scenario provinciale con una riduzione del numero di persone in cerca di occupazione da 40.600 del 2004 alle 20.200 del 2009, con una tasso di variazione 2009-2004 pari al -50,2% (-27,5% a livello regionale e -0,8% a livello nazionale). Ma il dato, collegato ai movimenti migratori dei giovani, supporterebbe un commento negativo riconducendo il fenomeno ad un crescente scoraggiamento, o ad un incremento del lavoro nero.

Serie storica delle persone in cerca di occupazione nelle province calabresi, in Calabria ed in Italia (2004-2009; dati in migliaia)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Cosenza	28,3	31,2	32,0	26,9	28,2	27,0
Catanzaro	17,9	20,6	18,6	16,2	18,6	15,1
Reggio di Calabria	40,6	33,7	25,3	19,5	20,4	20,2
Crotone	9,4	8,5	7,3	5,4	6,7	5,7
Vibo Valentia	7,2	7,4	7,6	8,3	8,1	7,0
CALABRIA	103,4	101,4	90,8	76,3	82,0	75,0
ITALIA	1.960,4	1.888,6	1.673,4	1.506,0	1.691,9	1.944,9

Fonte: Elaborazione Istituto Tagliacarne su dati ISTAT

Sul lato dell'offerta di lavoro, l'indicatore di sintesi fornito dal tasso di attività è diminuito dal 56,4% del 2004 al 47,2% del 2009

Tasso di attività e tasso di occupazione nelle province calabresi, in Calabria ed in Italia (2004-2009; valori in %)

	Tasso di attività 15-64 anni						Differenz a ('09- '04)	Tasso di occupazione 15-64 anni						Differenz a ('09- '04)
	2004	2005	2006	2007	2008	2009		2004	2005	2006	2007	2008	2009	
Cosenza	52,6	51,0	52,7	52,1	51,4	49,5	-5,9	46,8	44,6	46,2	46,6	45,7	44,0	-6,0
Catanzaro	55,2	53,7	54,3	52,3	53,9	53,4	-3,2	47,9	45,3	46,6	45,7	46,3	47,3	-1,2
Reggio Cal.	56,4	54,8	52,9	49,8	48,4	47,2	-16,3	45,5	45,7	46,1	44,5	42,9	41,8	-8,2
Crotone	49,1	47,0	46,5	43,8	43,1	40,4	-17,8	41,0	39,6	40,1	39,2	37,3	35,5	-13,5
Vibo Val.	51,5	50,2	51,1	50,2	50,7	48,8	-5,3	45,0	43,6	44,2	42,6	43,4	42,4	-5,8
CALABRIA	53,7	52,1	52,4	50,6	50,2	48,7	-9,3	46,0	44,5	45,6	44,9	44,1	43,1	-6,2
ITALIA	62,5	62,4	62,7	62,5	63,0	62,4	-0,2	57,4	57,5	58,4	58,7	58,7	57,5	0,1

Fonte: Elaborazione Istituto Tagliacarne su dati ISTAT

Analizzando poi l'assorbimento dell'offerta di lavoro attraverso il tasso di occupazione, tra il 2004 e il 2009 si registra una contrazione dal 45,5% al 41,8% (-8,2%).

Una certa preoccupazione la fornisce il tasso di disoccupazione, che si mantiene elevato nel 2009: 11,3%.

Ma è preoccupante anche il numero di ore autorizzate di Cassa Integrazione Guadagni che nel 2009 esplose ad un tasso del +155,1%, ben al di sopra della crescita regionale (+57,5%) ma inferiore a quello nazionale (+311,4%).

Se il **PIL pro capite** è centrale nell'analisi socioeconomica di un territorio, perché a prescindere dalle dinamiche del prodotto interno lordo, le modalità di redistribuzione del reddito concorrono a definire l'assetto sociale del territorio caratterizzandone il grado di coesione a seconda della maggiore o minore equità nella ripartizione della ricchezza fra le varie classi di percettori di reddito ed influenzano la propensione al consumo, i dati provinciali non sono incoraggianti.

Pil pro capite nell'anno 2009 nelle province calabresi, in Calabria ed in Italia

	Posizione in graduatoria nazionale	Pro capite	Numero Indice (Italia=100)
Cosenza	92	16.619,0	65,8
Catanzaro	77	18.792,2	74,4
Reggio Calabria	95	16.422,4	65,0
Crotone	105	15.008,6	59,4
Vibo Valentia	102	15.638,7	61,9
CALABRIA	-	16.741,2	-
ITALIA	-	25.263,4	100,0

Fonte: elaborazioni Istituto Tagliacarne

Con 12,9 milioni di euro registrati nel 2007 i consumi delle famiglie della provincia di Reggio Calabria risultano i più consistenti tra le province calabresi, superiore anche al dato del Mezzogiorno (12 milioni di euro), a fronte di un PIL pro capite in provincia di Reggio Calabria che si è attestato sui 16.422 euro, un valore in linea con il valore medio regionale (16.741), ma ampiamente al di sotto del dato nazionale (25.263 euro). I consumi alimentari (20,2% del totale) restano pressoché incompressibili, mentre la componente dei consumi non alimentari (79,8%) permane inferiore in termini di incidenza, rispetto al dato nazionale (82,7%), registrando una difficoltà a destinare ad essi una quota parte del reddito.

Cresce comunque il credito al consumo +8,4% rispetto al 2008, denotando una tendenza al ricorso all'indebitamento per far fronte ai consumi.

Mentre il patrimonio delle famiglie si attesta negli ultimi due anni a circa 43,4 miliardi di euro, ovvero il 26,4% del totale regionale, quello di una famiglia ammonta a 203.711 euro, circa 167.000 euro in meno rispetto alla media italiana, tuttavia in crescita, tra il 2004 e il 2007, dello +18% a fronte del +14% nazionale. Marcata la concentrazione in attività immobiliari (64,7% a fronte di un 67,2% regionale, denotando un atteggiamento poco incline al rischio nei confronti della gestione del patrimonio familiare). I depositi incidono per il 26,1% e i valori mobiliari 8,6%.

L'analisi sul livello di rischiosità del **credito** assume un ruolo centrale nella definizione del quadro economico provinciale, in quanto perduranti situazioni di insolvenza da parte dei clienti e, quindi, alti livelli di rischio, possono generare un clima di sfiducia banche-imprese che si estrinseca in un razionamento del credito ed in un innalzamento dei tassi di interesse, ossia fattori deleteri per una strategia di crescita locale. Tale osservazione assume particolare rilievo in relazione al manifestarsi di una crisi economica internazionale ascrivibile al degrado degli asset di proprietà di banche, assicurazioni e società finanziarie, innescato dalle insolvenze nei mutui immobiliari.

Entrando nel dettaglio, l'analisi del quadro creditizio di un sistema economico verte, innanzitutto, sull'affidabilità dei soggetti che vi operano ed, in particolare, sul livello delle sofferenze bancarie in esso presenti. Più precisamente, l'indicatore relativo all'andamento delle sofferenze bancarie, nel periodo 2004-2010, evidenzia come la provincia di Reggio Calabria (-33,7%) abbia progressivamente consolidato il processo di contrazione del livello di rischio, ponendo le basi per l'instaurazione di un clima di fiducia, volto alla ripresa della concessione di

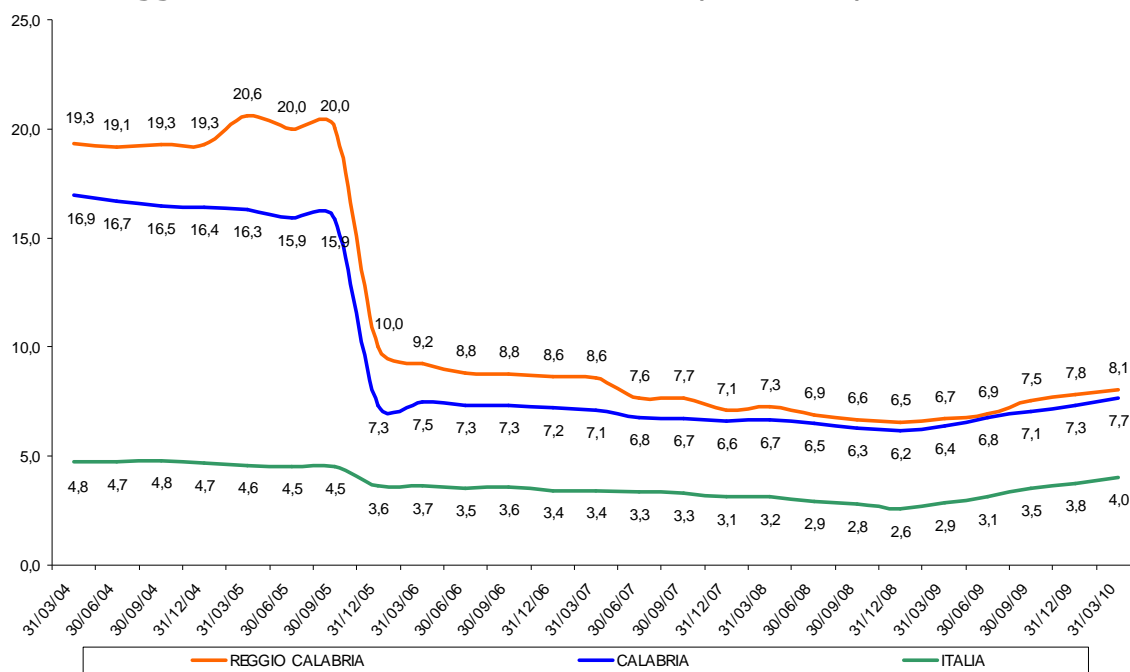
finanziamenti. Emerge, pertanto, una performance locale significativamente favorevole che risulta di particolare rilievo se confrontata con le risultanze esrinsecatesi a livello nazionale (+21,9%).

Lo scenario così delineato riflette, tuttavia, una dinamica complessiva che non consente di cogliere le sfumature di un trend sviluppatosi in un periodo caratterizzato dal manifestarsi di rilevanti fenomeni economici di impatto globale, ultimo fra tutti la crisi finanziaria internazionale. Tale osservazione trova conferma nell'andamento trimestrale del rapporto tra sofferenze-impieghi, nel periodo 2004-2010, che evidenzia, per la provincia di Reggio Calabria, una graduale inversione di tendenza in seguito al manifestarsi della crisi internazionale.

**Andamento delle sofferenze bancarie nelle province calabresi ed in Italia
(val. assoluti in milioni di euro e variazioni percentuali - val. al I trimestre 2004, 2009 e 2010)**

	30/03/2004	30/03/2009	30/03/2010	Variazione % 2010-2009	Variazione % 2010-2004
Catanzaro	323	191	228	19,4	-29,4
Cosenza	794	384	506	31,8	-36,3
Crotone	157	123	149	21,1	-5,1
Reggio Calabria	493	266	327	22,9	-33,7
Vibo Valentia	117	81	107	32,1	-8,5
CALABRIA	1.884	1.045	1.317	26,0	-30,1
ITALIA	51.582	44.552	62.873	41,1	21,9

Andamento trimestrale dell'incidenza delle sofferenze sul totale degli impieghi bancari ai Reggio Calabria, in Calabria ed in Italia (2004-2010)



Dall'analisi del grafico emerge, a partire dal III trimestre 2005, una incisiva diminuzione dell'incidenza delle sofferenze sugli impieghi bancari della provincia; diminuzione resasi particolarmente significativa nel corso del 2006 (III trim. 2005: 20,0%; IV trim. 2005: 10,0%; I trim. 2006: 9,2%; II trim. 2006: 8,8%).

Risulta doveroso evidenziare come tale accelerazione nella dinamica discendente sia stata agevolata dal meccanismo delle cartolarizzazioni e, seppur con minore intensità, si sia procrastinata nel corso del biennio 2006-2008 (da 9,2% nel I trim. 2006 a 6,5% nel IV trim. 2008). Come inevitabile conseguenza degli effetti della crisi economica internazionale, si registra, a partire dall'ultimo trimestre del 2008, un'inversione di tendenza nell'andamento del rapporto sofferenze-impieghi che sperimenta, in provincia di Reggio Calabria, una fase di progressivo aumento, attestandosi, nel marzo 2010, all'8,1%. nell'ambito della graduatoria nazionale, relativa al rapporto tra sofferenze ed impieghi bancari, la provincia di Reggio

Calabria si attesta, con l'8,1%, al 15-esimo posto, evidenziando, nel corso del I trimestre 2010, una performance non favorevole. Tali considerazioni trovano deciso riscontro nell'analisi inerente l'andamento delle sofferenze bancarie che evidenzia, nel biennio 2009-2010, un sensibile incremento di entità pari al +22,9% (Calabria: +26,0%; Italia: +41,1%).

Al fine di valutare la rischiosità dello scenario provinciale, e quindi le probabilità di insolvenza, al di là del rapporto tra sofferenze bancarie ed impieghi, risulta opportuno il ricorso ad un indicatore dinamico quale il tasso di decadimento degli impieghi, che pone in relazione l'ammontare dei flussi di credito entrati in sofferenza, in un dato trimestre, rispetto al volume dei crediti non considerati in tale situazione.

L'andamento di tale indicatore, nel periodo 2004-2010, evidenzia, per la provincia di Reggio Calabria, una dinamica altalenante e significativamente disomogenea rispetto ai valori nazionali, acuitasi sensibilmente nel corso del I trimestre 2010 (1.85 Reggio Calabria; 1.27 Calabria; 0.60 Italia). Analoga disomogeneità si rileva nel confronto con i dati regionali che, tuttavia, evidenziano maggiore criticità, rispetto al contesto provinciale, tra il IV trimestre 2008 (0.48 Reggio Calabria; 1.15 Calabria) ed il II trimestre 2009 (0.75 Reggio Calabria; 1.05 Calabria) e, successivamente, nel corso del IV trimestre 2009 (0.41 Reggio Calabria; 0.79 Calabria).

Gli impieghi forniscono un'utile interpretazione sulla predisposizione del sistema bancario ad erogare liquidità (ad imprese e persone), i depositi evidenziano, la capacità del territorio di destinare risorse economiche ai risparmi bancari.

I dati mostrano come il livello dei depositi bancari complessivamente detenuti sia passato dai 2,6 miliardi di euro del 2008 ai 2,9 del 2009, cui corrisponde un incremento percentuale del +12%, il più alto - escludendo Catanzaro - fra le province calabresi, anche se inferiore rispetto alla variazione media nazionale (+13,7%); mentre l'ammontare degli impieghi che il sistema creditizio eroga a sostegno dell'economia locale è cresciuto soltanto del +2,6% rispetto al 2008, nonostante sia migliorata la performance delle imprese sul piano della bancabilità e quindi dell'affidabilità creditizia.

E' da registrare che, nell'ultimo anno l'attenzione delle banche è stata rivolta soprattutto al credito al consumo (1 miliardo seicento mila euro circa, +7,6% tra il 2008 ed il 2009), mentre si è fatta sentire la stretta nei confronti delle imprese (1 miliardo cinquecento mila euro circa) pari a -1,6%.

Considerando, infine, i dati relativi ai tassi di interesse per rischi a revoca, si rileva come, nel II trimestre 2010, a fronte di un tasso medio su scala regionale del 7,5% per le famiglie e dell'8,9% per le imprese, si registri, in provincia di Reggio Calabria, un tasso pari rispettivamente all'8,5% e l'8,6% per le imprese



DALLA CRISI, OLTRE LA CRISI, VERSO LA CRESCITA

Dopo la battuta d'arresto del sistema economico mondiale, tutte le principali economie internazionali sembrano aver oramai imboccato il sentiero della ripresa, per quanto questo si preannunci non breve e certamente non privo di difficoltà.

In Italia, le prime evidenze di un generale miglioramento sono emerse già del 2009, con un attenuamento delle dinamiche recessive.

Le previsioni formulate dal Ministero dell'Economia e delle Finanze sull'andamento del prodotto interno lordo italiano nel 2010 sono positive (+1,1%). Secondo tali stime, un ruolo centrale è da attribuire ancora una volta alle dinamiche favorevoli delle esportazioni di beni e servizi, accompagnate, in ogni modo, dal ritorno in area positiva delle altre componenti della domanda aggregata (consumi finali nazionali +0,7% ed investimenti +1,4%).

“L'azienda Italia ha smesso di scendere i tornanti della crisi, ha finalmente imboccato un tratto di strada più rassicurante e si avvia a una seconda metà del 2010 più positiva di quanto previsto a inizio anno. Guai però a distrarsi o a slacciare le cinture di sicurezza.

Sul versante industriale, se la nostra vocazione all'export ci aveva fatto accusare con più forza l'impatto della crisi, oggi la ripresa premia chi ha saputo resistere riorganizzandosi, irrobustendo i rapporti di filiera e continuando a investire per innovare.

Resta preoccupante il ritardo delle imprese più piccole, in particolare degli artigiani, che pagano un maggiore isolamento dalle filiere più dinamiche e soprattutto del Mezzogiorno, dove la ripresa appare addirittura allontanarsi.

Sul fronte del commercio il clima migliore dà certamente più fiducia agli operatori, anche se la bilancia appare molto squilibrata tra la grande distribuzione e i piccoli negozianti. Un tessuto di operatori, questo, indispensabile per la tenuta del territorio e dell'occupazione, soprattutto nelle zone montane e appenniniche meno collegate alle reti della logistica.

Il dato diffusamente positivo dei servizi conferma il cambiamento del clima generale e induce a guardare con più fiducia all'autunno, soprattutto in chiave di recupero dei livelli occupazionali in quelli che sono i settori del domani: dalle tecnologie innovative, all'ambiente, ai servizi alla persona”²³.

Anche gli scenari previsionali 2010-2013, elaborati da Unioncamere-Prometeia, mostrano un quadro di generale miglioramento delle performance congiunturali, sebbene sembrano perdurare alcune criticità per il sistema economico locale. Per l'economia reggina si stima un tasso di crescita medio annuo del valore aggiunto per il biennio 2010-2011 pari all'1,7%, un ritmo pari a quello rilevato per l'Italia e superiore a quello regionale (1,2%) e del Mezzogiorno (1,4%). Tale trend viene confermato anche per il biennio 2012-2013, con una crescita medio annua del valore aggiunto provinciale dell'1,9% che rimarrà leggermente inferiore al tasso relativo all'economia nazionale (2,1%), ma comunque superiore alla performance regionale (1,7%).

La graduale riattivazione del circuito economico prevista implica un effetto positivo sull'occupazione: le stime indicano un tasso di crescita annuo degli occupati dello 0,2% per il periodo 2010-2011 e dell'1% per il 2012-2013, dati che delineano una dinamica migliore rispetto alla situazione regionale (-0,1% per il 2010-2011 e 0,8% per il 2012-2013), sebbene più lenta rispetto a quella nazionale (0,3% per il 2010-2011 e 1,1% per il 2012-2013).

Il tasso di occupazione nella provincia di Reggio Calabria a fine 2013 risulterà pari al 28% (27,7% a fine 2011), inferiore a quello medio regionale (29,2%), entrambi ancora piuttosto distanti rispetto al dato nazionale (38,6%). D'altro canto, si deve sottolineare come l'incremento previsto degli occupati non sembra in grado di invertire nel biennio 2010-2011 il trend di crescita del tasso di disoccupazione: a fine 2011 il tasso previsto per la provincia raggiunge il 13,3%, contro l'11,8% della Calabria e l'8,3% dell'Italia. Il dato stimato per la fine del 2013 (12,9%) indica, al contrario, un lieve miglioramento, pur rimanendo su livelli superiori alla media della Regione (11,3%) e del Mezzogiorno (12,7%).

Dalle previsioni emerge inoltre come il sistema economico locale continuerà a caratterizzarsi per una scarsa propensione all'export. Infatti, il rapporto tra esportazioni e valore aggiunto sembra destinato a rimanere su un livello piuttosto basso (1,7% a fine 2013), di poco superiore a quello medio regionale (1,2%) e lontano dal valore relativo al Mezzogiorno (10,6%) e all'Italia (22,4%).

Per quanto riguarda la ricchezza media disponibile sul territorio, le proiezioni indicano un livello di valore aggiunto per abitante a fine 2013 di 11.900 euro, piuttosto simile a quello medio regionale (12.000 euro), ma ampiamente al di sotto del dato nazionale (19.000 euro). La produttività del lavoro (valore aggiunto per occupato) dell'economia reggina (38.500 euro a fine 2011 e 39.200 euro a fine 2013) alla fine di ciascuno dei due bienni considerati risulta, invece, superiore a quella dell'economia calabrese (37.100 euro a fine 2011 e 37.800 euro a

²³ F.Dardanella, Presidente Unioncamere-agosto 2010

fine 2013), ma anche in questo caso il divario rispetto al dato aggregato nazionale appare ancora di entità molto rilevante (45.500 euro a fine 2011 e 46.400 euro a fine 2013).

“La grande crisi ha del resto consegnato a tutti - parti sociali, istituzioni, forze politiche - una lezione fondamentale: la necessità di una forte rivalutazione delle ragioni dell'economia reale e del lavoro. Coniugare insieme stabilità finanziaria, spinta alla crescita, avanzamento del cantiere delle riforme significa, allora, aver fatto tesoro di questa lezione. Una lezione - lo ripeto - che postula una comune responsabilità, e che dovrebbe sospingere tutti verso la ricerca di utili convergenze: tra le forze sociali e tra le forze politiche”²⁴.

Ma la crisi ha anche rappresentato un punto di svolta, determinando una forte accelerazione di questi fenomeni in risposta all'esigenza delle imprese di intercettare nuovi spazi di mercato per bilanciare il crollo della domanda nei paesi 'tradizionali' di sbocco. Ne è conseguita una rapida modificazione di quel modello aziendale improntato sulla qualità, sulla differenziazione, sul contenuto di servizio al cliente, che pure aveva segnato il successo delle medie imprese industriali e delle filiere da loro guidate.

In questo particolare momento congiunturale, per i nostri imprenditori l'offerta dal profilo qualitativamente elevato resta competitiva solo se frutto anche di una più ampia capacità innovativa e, soprattutto, di una maggiore efficienza produttiva (interna e di filiera), da conseguire anche attraverso un utilizzo di soluzioni nel campo dell'Information Technology più diffuso e tale da rafforzare le relazioni strategiche tra le diverse aziende. Dal nuovo equilibrio tra economie di specializzazione ed economie di scala dipende in larga misura l'espansione del nostro Made in Italy, il cui profilo andrà però profondamente ripensato all'interno di un modello di consumo più consapevole, rispettoso dell'ambiente e del consumo energetico. Un modello alla portata anche di molte piccole imprese, per le quali la green economy rappresenta una leva attraverso cui cogliere nuove opportunità di business, riorganizzandosi intorno a quei valori di qualità e di tutela del territorio che 'storicamente' ne hanno determinato il successo. Garantire crescita e competitività rendendo più equi e sostenibili i processi economici: sono anche questi tra i temi posti al centro dell'attenzione nel Rapporto Unioncamere 2010.

E le criticità che contraddistinguono l'universo delle micro e piccole imprese sono maggiori di quelle dell'altro universo (essenzialmente, le medie imprese): c'è un rischio di «asfissia finanziaria»; c'è una loro minore proiezione sui mercati europei e internazionali; c'è una loro insufficiente capacità/possibilità di inserire in azienda capitale umano qualificato, col quale potenziare le attività immateriali poste a monte e a valle della produzione in senso stretto; c'è, come conseguenza di tutto ciò, un minore *upgrading* qualitativo delle produzioni che richiede investimenti (leggi: costi fissi) di notevole entità.

Le MPI imprese si trovano oggi a ripensare il proprio futuro con una velocità senza precedenti: possono sopravvivere alla crisi e prosperare:

- incrementando "significativamente" la qualità dei beni prodotti determinando una differenza tangibile tra "il proprio prodotto di qualità" ed i prodotti "a bassa qualità" che arrivano dall'oriente
- perseguendo la filosofia aziendale della sperimentazione incessante
- attuando una strategia di investimento continuo in tecnologia ed innovazione di prodotto e processo.

Si tratta di investimenti e cambiamenti organizzativi che non possono essere procrastinati ulteriormente: in ritardo cronico rispetto alle consorelle europee le MPI rischiano l'estinzione in tempi che si misurano oggi in "mesi" anziché in anni.

Quale risposta da parte dei piccoli imprenditori?

Emerge la consapevolezza di un cambiamento strutturale sui mercati, anche al di là della congiuntura negativa legata alla crisi, per cui si rende necessario azionare tutte le leve competitive disponibili: valorizzazione del territorio, internazionalizzazione e innovazione.

I legami tra imprese sul territorio non riguardano solo lo scambio di merci e servizi ma si riferiscono anche e soprattutto a competenze e capitale relazionale, su cui si basa il carattere innovativo della piccola imprenditoria. Il protrarsi di condizioni dure e la moria di piccole imprese indotta dalla crisi rischia di disgregare tali valori, che necessitano di anni di lavoro e

²⁴ C.Sangalli – Presidente ReteImprese

relazioni per essere stabilite: in questo senso il territorio, inteso come spazio di relazioni, deve essere valorizzato per sostenere la competitività delle piccole imprese.

Anche l'attività sui mercati internazionali influisce sulla competitività del territorio: si tratta di valorizzare una vocazione già propria dell'economia italiana e che offre anche lo stimolo ad innovare e a migliorare l'efficienza e la qualità dei beni. D'altronde, le opportunità di sviluppo in tal senso sono ancora molte e confermano la rilevanza dell'attività con l'estero per il successo della piccola imprenditoria. Con un adeguato sostegno nell'accesso all'ambito internazionale (ricerca di controparti, assistenza burocratica, fiscale e linguistica, prodotti finanziari dedicati), anche le piccole imprese sono in grado di servire i mercati esteri, specie quelli emergenti dell'Europa Centro Orientale che, per contiguità fisica e culturale, si mostrano particolarmente adatti.

Anche se gli investimenti sono rallentati o congelati per i timori connessi alle difficoltà finanziarie, una nuova attenzione è dedicata ai processi innovativi, sia come potenziale strumento per affrontare un inasprimento delle condizioni di mercato, sia come modalità effettiva per ripensare o riadattare l'attività aziendale in seguito a periodi di maggiore competizione o di crisi. Permangono tuttavia notevoli difficoltà nell'innovare, soprattutto relative ai costi, giudicati troppo elevati per la singola impresa. Inoltre, emerge la necessità di un intervento per ridurre i costi della formazione del personale, data la connessione forte tra l'innovazione e le competenze professionali che esistono all'interno delle imprese stesse.

Oltre al contenimento dei costi operativi, qualità e innovazione emergono quali leve principali per affrontare situazioni di particolare difficoltà.

All'interno di questo universo i comportamenti d'impresa vanno differenziandosi sempre più fra chi, innovando (e lo si può fare nei prodotti, nei processi, nei mercati di sbocco, nelle forme di aggregazione con altre micro e piccole imprese, etc.), cerca di incamminarsi lungo un sentiero di crescita e chi resta ancorato all'esistente per una pluralità di ragioni.

Aiutare gli uni e gli altri appare il ruolo di una "politica" che voglia porsi come «nuova» in un contesto in cui l'apertura dei mercati e l'integrazione europea rappresentano potenti motori del cambiamento. Sono tempi nei quali - da un lato - si tratta di incentivare un certo processo di crescita dimensionale delle micro e piccole imprese, e - dall'altro - stimolarle a sperimentare nuove specializzazioni industriali ad elevato margine di crescita, in grado di corroborare l'intero sistema economico.

Più a rischio sono però ancora una volta quelle aree del Mezzogiorno lontane dai centri di offerta terziaria, di vocazione turistica, di tradizione industriale e agroindustriale.

La crescita sostenibile e duratura del nostro Paese dipende proprio dalla capacità di rafforzare le integrazioni tra i sistemi produttivi di diversa dimensione e tra i sistemi economici di territori diversi.

La vera sfida è dunque il perseguimento di obiettivi programmatici che mirino al rafforzamento delle condizioni di contesto necessarie a crescere di più (infrastrutture, credito, servizi pubblici, semplificazione amministrativa) e allo sviluppo delle connessioni tra imprese e tra soggetti istituzionali, promuovendo e sostenendo le reti dell'innovazione, sperimentando strumenti e iniziative a forte valenza territoriale che attivino e sostengano la fiducia, riducano l'isolamento e stimolino l'orgoglio locale.

Per determinare la velocità di uscita da questa crisi saranno dunque essenziali le risposte che gli attori in gioco, le imprese, le istituzioni finanziarie e l'operatore pubblico, daranno alla situazione attuale.

Gli "obiettivi guida" possono sommariamente individuarsi: nella riqualificazione del modello di specializzazione produttiva, attraverso il sostegno alla ricerca e all'innovazione tecnologica e organizzativa e allo sviluppo delle attività a più alta produttività relativa; nell'innalzamento delle dimensioni medie dell'impresa, attraverso il sostegno alla formazione di "reti" di imprese e ad un maggiore accesso al credito; nell'innalzamento del grado di apertura del sistema verso l'estero; nella promozione e nell'arricchimento di "filieri produttive"; nel pieno inserimento delle agglomerazioni di imprese in settori strategici per l'industria nazionale (anche attraverso i "Progetti di innovazione Industriale" di "Industria 2015"); nel rilancio delle politiche di attrazione.

Quanto agli strumenti di questa strategia per il Sud, un ruolo centrale dovrà continuare ad essere affidato anche agli interventi di incentivazione. Interventi per i quali - al di là della

forma tecnica di erogazione – sarebbe però il momento di aprirsi ad un approccio più “selettivo” rispetto a quello seguito con la legge 488 e ancor più con i crediti di imposta; un approccio, cioè, mirato al perseguimento di obiettivi specifici, che consenta di evitare la dispersione delle risorse tra un novero troppo ampio di finalità e su una platea troppo vasta di imprese.

Un importante elemento della nuova strategia di politica per MPI potrebbe essere costituito da una “vera” fiscalità di vantaggio, intesa come fiscalità *differenziata* a favore delle regioni meridionali nel loro complesso, e non di semplice accentuazione a favore del Sud di misure per il sistema produttivo nazionale. Essa dovrebbe costituire, infatti, una forma strutturale di diversificazione delle convenienze, tale da mettere effettivamente in moto una capacità di attrarre risorse esterne, nazionali ed internazionali, quale quella di cui si sono avvantaggiati altri paesi dell’Area dell’Euro, contribuendo a dare concretezza alla già evocata possibilità per il Mezzogiorno di proporsi quale “frontiera” in una rinnovata strategia di sviluppo del Paese. L’ultima manovra governativa (decreto legge 78/2010) prevede una forma di fiscalità di vantaggio per le Regioni del Mezzogiorno, che con propria legge possono, in relazione all’imposta regionale sulle attività produttive (IRAP) modificare le aliquote, fino ad azzerarle, e disporre esenzioni, detrazioni e deduzioni nei riguardi delle nuove iniziative produttive. In realtà, è difficile pensare che le Regioni del Mezzogiorno, tanto più dopo i tagli previsti dalla manovra stessa (e, per alcune di esse, con l’obbligo di far ricorso alla leva fiscale per coprire i disavanzi sanitari) abbiano risorse per avviare una concorrenza fiscale nei confronti delle altre aree per attirare nuove iniziative.

Con riferimento alle *capacità di sviluppo locale*, la provincia di Reggio Calabria mostra caratteristiche tipiche del territorio di appartenenza, il quale si connota per la scarsa reattività agli stimoli economici positivi registrati negli scorsi tre anni e per le scarse opportunità di lavoro che è stato in grado di generare. È evidente, quindi, come sia assolutamente prioritario rilanciare la crescita e l’allargamento della base produttiva locale, per mutare il segno degli indicatori fondamentali del mercato del lavoro provinciale.

Dal punto di vista delle imprese, emergono due tipi di interventi necessari; quelli volti al superamento delle difficoltà contestuali e quelle di natura più squisitamente strutturale.

Tra le prime troviamo:

- un sostegno diretto alla liquidità aziendale, oppure una riduzione ulteriore del costo del denaro;
- una azione tesa a sbloccare il razionamento del credito;
- la certificazione dei crediti della Pubblica Amministrazione, in grado di sbloccare una significativa quota di risorse sul territorio;
- la semplificazione delle procedure amministrative.

Tra gli interventi tesi al miglioramento strutturale dell’economia, emerge l’esigenza di:

- interventi pubblici di sostegno ai redditi ed alla domanda, per ridurre la contrazione dei consumi che ha colpito l’attività operativa delle imprese;
- un miglioramento dei servizi reali ad alto valore aggiunto disponibili sul territorio, anche in un’ottica di potenziamento della capacità imprenditoriale di raggiungere segmenti di mercato ad elevata capacità di spesa. Particolare interesse viene conferita a servizi di assistenza alla R&S ed all’innovazione tecnologica.

Ragionando, infine, sui fattori territoriali di crescita e nel contesto di una necessaria evoluzione del modello di sviluppo, sembra opportuno puntare al miglioramento della capacità competitiva del territorio, attraverso un sistema di infrastrutture economiche e sociali maggiormente finalizzato ad inserire il sistema produttivo locale nel contesto internazionale ed alla riduzione delle diseconomie esterne alle imprese. Oltre ad alimentare la capacità competitiva strutturale, la spesa in infrastrutture potrebbe costituire un valido supporto per le imprese locali anche in un momento come questo, caratterizzato da minore liquidità e irrigidimento del credito. In particolare, la provincia appare carente nelle dotazioni di reti energetico – ambientali (nel 2009 numero indice Reggio Calabria 54; Italia = 100), ma soprattutto, strutture culturali e ricreative (numero indice 34,1), utili ad innalzare la qualità della vita e rendere più attrattivo il territorio

Si conferma comunque viva la percezione che la microimpresa potrà essere l’elemento catalizzatore della ripresa e della creazione di nuovi posti di lavoro.

La micro e piccola impresa non solo guiderà la ripresa, ma crescerà a condizione di fare rete con adeguato supporto da parte delle istituzioni pubbliche.

Un'interessante testimonianza in proposito ci viene da un articolo di Ferruccio de Bortoli, Direttore de *Il Sole 24 ore* "Il futuro del Paese dipende dalle piccole imprese (...) perché svolgono due compiti essenziali. Assicurano una discreta, ma preziosa, coesione sociale là dove sono protagoniste e cuore di una comunità. (È chiaro che si riferisce alle imprese dei distretti industriali). Danno senso di appartenenza e orgoglio di identità a parti del Paese spazzate dal vento gelido della concorrenza globale e dell'apatia declinista. Sono antidoto alla depressione economica e al disinteresse di una classe dirigente cieca ed egoista".

La provincia di Reggio Calabria conferma la sua tradizionale vocazione imprenditoriale anche per il 2010, in un anno ancora difficile a causa della crisi. E' quindi sempre importante in questa fase sostenere le imprese con strumenti adeguati e innovativi nel loro sforzo di ripresa. Sempre De Bortoli: "Le piccole imprese in Italia (...) sono svantaggiate nel rapporto con il credito, che quando non è raro è costoso. La politica le trascura. I mass media non le vedono. Nelle grandi organizzazioni sono presenti a tratti, a volte come semplici figuranti o comparse".

CONTENUTO DEL PIANO

Il Piano è lo strumento che dà avvio al ciclo di gestione della performance (articolo 4 del d.lgs. n.150/2009). È un documento programmatico triennale in cui, in coerenza con le risorse assegnate, sono esplicitati gli obiettivi, gli indicatori ed i target su cui si baserà poi la misurazione, la valutazione e la rendicontazione della performance.

Il Piano è redatto con lo scopo di assicurare:

- ➔ *la qualità della rappresentazione della performance dal momento che in esso è esplicitato il processo e la modalità con cui si è arrivati a formulare gli obiettivi dell'amministrazione, nonché l'articolazione complessiva degli stessi. Questo consente la verifica interna ed esterna del livello di coerenza con i requisiti metodologici che, secondo il decreto, devono caratterizzare gli obiettivi.*
- ➔ *la comprensibilità della rappresentazione della performance e quindi il "legame" che sussiste tra i bisogni della collettività, la missione istituzionale, le priorità politiche, le strategie, gli obiettivi e gli indicatori dell'amministrazione, facendo in modo che tale documento sia redatto in maniera da consentire una facile lettura e comprensione dei suoi contenuti.*
- ➔ *l'attendibilità della rappresentazione della performance per la correttezza metodologica del processo di pianificazione e delle sue risultanze.*

Da un punto di vista operativo, la Camera si è trovata di fronte all'esigenza di dover correlare programma di mandato 2010/2014, relazione previsionale e programmatica 2011, budget direzionale 2011 e piano della performance, che si sarebbero sovrapposti rischiando di far perdere di vista coerenza e continuità di obiettivi e di piani.

Per corrispondere alle esigenze di massima trasparenza nei documenti di pianificazione pur nell'evoluzione dei modelli di rappresentazione, si è operato nel modo seguente:

- 📁 il Piano della performance rappresenta la traduzione in aree strategiche ed obiettivi strategici delle priorità strategiche ed obiettivi prioritari del "programma pluriennale di mandato" ed in piani operativi le scelte strategiche del "programma pluriennale di mandato" e i piani di azione della "relazione previsionale e programmatica";
- 📁 con riferimento all'anno 2011, il Piano della performance si richiama agli obiettivi e piani di azioni della "Relazione previsionale e programmatica 2011" e alle azioni risultati attesi del "Budget direzionale 2011". Le risorse finanziarie assegnate ai piani operativi corrispondono a quelle del budget direzionale;
- 📁 innovativo, rispetto al vigente strutturazione sistemica di obiettivi, risultati e valutazioni, per quanto nella sua impostazione sperimentale:
 - 📄 dagli indicatori di outcome quale impatto producibile dalla performance conseguita dalla Camera e quindi dai risultati che le azioni svolte nel periodo 2011/2013 nell'attualizzare le politiche e le strategie producono dal punto di vista degli stakeholder e quindi in termini di capacità di soddisfarne i bisogni

- agli indicatori degli obiettivi strategici che identificano i risultati attesi nel triennio ovvero i traguardi che la Camera si prefigge di raggiungere per eseguire con successo i propri indirizzi.
- agli output e quindi ai risultati attesi dalle azioni che atualizzano gli obiettivi operativi annuali che declinano l'orizzonte strategico nei singoli esercizi e quindi il carattere operativi degli obiettivi strategici.

Il presente piano, coerentemente alla normativa suindicata, per l'anno 2011 e successivi si declina in:



- Area strategica 1** ⇒ 3 obiettivi strategici ⇒ 3 piani operativi ⇒ 7 obiettivi operativi
- Area strategica 2** ⇒ 1 obiettivo strategico ⇒ 1 piano operativo ⇒ 3 obiettivi operativi
- Area strategica 3** ⇒ 3 obiettivi strategici ⇒ 8 piani operativi ⇒ 15 obiettivi operativi
- Area strategica 4** ⇒ 2 obiettivi strategici ⇒ 7 piani operativi ⇒ 12 obiettivi operativi
- Area strategica 5** ⇒ 1 obiettivo strategico ⇒ 1 piano operativo ⇒ 3 obiettivi operativi

Ad ogni indirizzo strategico (descrizione del valore strategico riconosciuto all'area) si accompagnano gli **indicatori di outcome**: n. 26 di cui 6 permettono di misurare il buon andamento della Camera di commercio sotto il profilo economico e gestionale:

- Miglioramento di p.p. 2 dell'indice medio di rigidità di bilancio nel triennio 2011-2013 rispetto al 2010
- Incremento di p.p. 6 dell'indice medio di riscossione del diritto annuale nel triennio 2011-2013 rispetto al 2010
- Aumento del 25%% fatturato commerciale dell'AS INFORMA rispetto al triennio 2008/2010 (€ 44.199,44)
- Conseguimento dell'equilibrio economico dell'A.S. "Stazione Sperimentale per le Industrie delle essenze e dei derivati dagli agrumi" (indicatore rivedibile a seguito dell'entrata in vigore del DM di cui all'art.7 comma 20 del dl n.78/2010).
- Conseguimento di un plus valore di almeno l'11,3% rispetto agli introiti da diritto annuale e diritti di segreteria, per effetto di progettualità finanziata e/o compartecipazione finanziaria esterna del programma annuale di attività.
- Miglioramento nel triennio di almeno 16/25 indicatori di struttura e 14/22 indicatori economico-patrimoniali del "sistema informativo Pareto"rispetto alla media dei risultati delle Camere di Commercio della Calabria ,ai fini del benchmarking di cui all'art.35 comma 6 del DPR n.254/2005.



GLI OBIETTIVI STRATEGICI

La programmazione strategica e operativa di cui alla presente relazione si inserisce in un contesto economico e finanziario di particolare complessità, conseguito alla grave crisi che ha scosso i mercati mondiali e la cui exit strategy sta determinando un nuovo disegno delle politiche economiche europee ed internazionali, con le inevitabili ricadute anche a livello nazionale.

In tutti i principali consessi internazionali (G20, G7, IMF, UE), in cui si è discusso delle strategie da adottare per fronteggiare gli effetti negativi di tale crisi ed uscire dalla stessa, la conclusione condivisa è stata che l'obiettivo principale delle politiche economiche - una crescita duratura ed equa - non è raggiungibile, se non in un contesto di stabilità finanziaria intesa quale entità complessa di cui fanno parte tanto gli equilibri di finanza pubblica quanto quelli di finanza privata (il comportamento delle famiglie, la struttura bancaria, le proiezioni pensionistiche, l'andamento delle partite correnti della bilancia dei pagamenti, etc.).

☞ Nell'ambito della programmata stabilità finanziaria intesa come sopra, è maturata la scelta compiuta dal Consiglio Europeo, a marzo 2010, di adottare la nuova strategia denominata "**Europa 2020**", elaborata dalla Commissione Europea, per rilanciare l'economia dell'UE per il prossimo decennio.

Detta strategia individua tre motori di crescita, da realizzare mediante azioni concrete a livello europeo e nazionale:

- ▣ crescita intelligente (promuovendo la conoscenza, l'innovazione, l'istruzione e la società digitale);
- ▣ crescita sostenibile (rendendo la produzione più efficiente sotto il profilo delle risorse e rilanciando contemporaneamente la nostra competitività);
- ▣ crescita inclusiva (incentivando la partecipazione al mercato del lavoro, l'acquisizione di competenze e la lotta alla povertà).

Attraverso le azioni finalizzate ai tre tipi di crescita suindicati, l'UE e i singoli Paesi membri sono chiamati a raggiungere cinque traguardi principali, che i medesimi Paesi saranno invitati a tradurre in obiettivi nazionali definiti in funzione delle situazioni di partenza:

- innalzamento del tasso di occupazione ad almeno il 75% (oggi al 69%);
- aumento della spesa per ricerca e sviluppo al 3% del prodotto interno lordo. Attualmente quest'ultima rappresenta soltanto il 2% del PIL, un livello di gran lunga inferiore a quello di USA e Giappone;
- riconferma degli ambiziosi obiettivi in materia di contrasto ai cambiamenti climatici, attraverso il conseguimento dei seguenti obiettivi: +20% di produzione da fonti rinnovabili, + 20% di risparmio energetico, -20% di emissioni di gas serra;
- riduzione del tasso di povertà del 25%, in modo da consentire a circa venti milioni di cittadini europei di superare l'attuale condizione di indigenza;
- nel campo dell'istruzione, riduzione della percentuale di abbandono scolastico (oggi al 15%) al di sotto della soglia del 10%; incremento dal 31% al 41% della percentuale della popolazione con età pari o superiore a trenta anni in possesso di un diploma di laurea o titolo di studio universitario equipollente.

Per raggiungere questi traguardi, la Commissione, nell'ambito della predetta strategia, ha proposto un programma, anch'esso denominato "Europa 2020", che prevede una serie di iniziative la cui realizzazione deve costituire una priorità comune, che richiederà interventi a tutti i livelli: organizzazioni dell'UE, Stati membri, autorità locali e regionali:

- ☐ L'Unione dell'innovazione: riorientare la politica in materia di R&S e innovazione in funzione delle sfide principali, colmando al tempo stesso il divario tra scienza e mercato per trasformare le invenzioni in prodotti. Il brevetto comunitario, ad esempio, potrebbe far risparmiare alle imprese 289 milioni di euro l'anno.
- ☐ Gioventù in movimento: migliorare la qualità e l'attrattiva internazionale degli istituti europei di insegnamento superiore promuovendo la mobilità di studenti e giovani professionisti. Per fare un esempio concreto, i posti vacanti in tutti gli Stati membri devono essere più accessibili in tutta Europa e le qualifiche e l'esperienza professionali devono essere debitamente riconosciute.
- ☐ Un'agenda europea del digitale: trarre vantaggi socioeconomici sostenibili da un mercato unico del digitale basato sull'Internet superveloce. Nel 2013 tutti gli europei dovrebbero avere accesso all'Internet ad alta velocità.
- ☐ Un'Europa efficiente sotto il profilo dell'uso delle risorse: favorire la transizione verso un'economia basata su un impiego efficiente delle risorse e a basse emissioni di carbonio. L'Europa non deve perdere di vista i suoi traguardi per il 2020 in termini di produzione di energia, efficienza energetica e consumo di energia. Ciò ridurrebbe di 60 miliardi di euro le importazioni di petrolio e di gas entro il 2020.
- ☐ Una politica industriale per una crescita verde: aiutare la base industriale dell'UE ad essere competitiva nel mondo post-crisi, promuovere l'imprenditoria e sviluppare nuove competenze. Questo creerebbe milioni di nuovi posti di lavoro.
- ☐ Un'agenda per nuove competenze e nuovi posti di lavoro: porre le basi della modernizzazione dei mercati del lavoro per aumentare i livelli di occupazione e garantire la sostenibilità dei nostri modelli sociali a mano a mano che i figli del baby boom andranno in pensione.
- ☐ Piattaforma europea contro la povertà: garantire coesione economica, sociale e territoriale aiutando i poveri e le persone socialmente escluse e consentendo loro di svolgere un ruolo attivo nella società

☐ Le iniziative da adottare a livello nazionale per l'attuazione di detto programma devono essere presentate in un apposito documento denominato "Piano Nazionale delle Riforme" (PNR) che, insieme al documento del "Programma di Stabilità", verrà vagliato dalle autorità comunitarie per le successive raccomandazioni di politica economica e di bilancio rivolte ai singoli Stati membri e di cui gli stessi dovranno tener conto al momento della elaborazione ed approvazione delle leggi di stabilità e di bilancio nazionali.

Sia pure con la prospettiva di una eventuale rimodulazione che si dovesse rendere necessaria a seguito della definizione di detto Piano e a cascata degli eventuali aggiustamenti e/o integrazione nella programmazione regionale di cui al POR Calabria 2007-2013, che si inserisce nel Quadro Strategico Nazionale la cui strategia assume quattro macro obiettivi:

- a) sviluppare i circuiti della conoscenza;
- b) accrescere la qualità della vita, la sicurezza e l'inclusione sociale nei territori;
- c) potenziare le filiere produttive, i servizi e la concorrenza;
- d) internazionalizzare e modernizzare l'economia, la società e le Amministrazioni.

All'interno dei macro-obiettivi sono state identificate le seguenti priorità tematiche:

- Miglioramento e valorizzazione delle risorse umane (Priorità 1);
- Promozione, valorizzazione e diffusione della Ricerca e dell'innovazione per la competitività (Priorità 2)
- Energia e ambiente: uso sostenibile e efficiente delle risorse ambientali per lo sviluppo (Priorità 3);
- Inclusione sociale e servizi per la qualità della vita e l'attrattività territoriale (Priorità 4);
- Valorizzazione delle risorse naturali e culturali per l'attrattività per lo sviluppo (Priorità 5);
- Reti e collegamenti per la mobilità (Priorità 6);
- Competitività dei sistemi produttivi e occupazione (Priorità 7);
- Competitività e attrattività delle città e dei sistemi urbani (Priorità 8);
- Apertura internazionale e attrazione di investimenti, consumi e risorse (Priorità 9);
- Governance, capacità istituzionali e mercati concorrenziali e efficaci (Priorità 10).

☞ Il piano si relaziona, altresì, alla Comunicazione (Bruxelles, 25.6.2008) della Commissione al Consiglio, al Parlamento, al Comitato Economico e Sociale Europeo e al Comitato delle Regioni "Una corsia preferenziale per la piccola impresa". Alla ricerca di un nuovo quadro fondamentale per la Piccola Impresa (un "Small Business Act" per l'Europa), diretto "a migliorare l'approccio politico globale allo spirito imprenditoriale, ad ancorare irreversibilmente il principio "Pensare anzitutto in piccolo" nei processi decisionali - dalla formulazione delle norme al pubblico servizio - e a promuovere la crescita delle PMI aiutandole ad affrontare i problemi che continuano a ostacolarne lo sviluppo".

Il nome simbolico di "Act" dato all'iniziativa sottolinea la volontà di riconoscere il ruolo centrale delle PMI nell'economia europea e, per la prima volta, di attivare un quadro politico articolato, a livello UE e di singolo Stato membro, che, ispirandosi all'idea-guida "pensare anzitutto al piccolo", contiene orientamenti e proposte di azioni e politiche, da attuare a livello europeo e negli Stati membri, per valorizzare i 23 milioni di piccole e medie imprese europee sintetizzate in una serie di 10 principi:

- I Dar vita a un contesto in cui imprenditori e imprese familiari possano prosperare e che sia gratificante per lo spirito imprenditoriale
- II Far sì che imprenditori onesti, che abbiano sperimentato l'insolvenza, ottengano rapidamente una seconda possibilità
- III Formulare regole conformi al principio "Pensare anzitutto in piccolo"
- IV Rendere le pubbliche amministrazioni permeabili alle esigenze delle PMI
- V Adeguare l'intervento politico pubblico alle esigenze delle PMI: facilitare la partecipazione delle PMI agli appalti pubblici e usare meglio le possibilità degli aiuti di Stato per le PMI
- VI Agevolare l'accesso delle PMI al credito e sviluppare un contesto giuridico ed economico che favorisca la puntualità dei pagamenti nelle transazioni commerciali
- VII Aiutare le PMI a beneficiare delle opportunità offerte dal mercato unico
- VIII Promuovere l'aggiornamento delle competenze nelle PMI e ogni forma di innovazione
- IX Permettere alle PMI di trasformare le sfide ambientali in opportunità
- X Incoraggiare e sostenere le PMI perché beneficino della crescita dei mercati.

Attraverso lo Small Business Act, recepito in Italia nel maggio 2010 con la Direttiva del Presidente del Consiglio dei Ministri, si pongono le basi per creare le migliori condizioni per garantire la competitività ed il rilancio delle piccole e micro imprese che in Italia ed in Calabria rappresentano oltre il 98% del totale delle imprese, il cui ruolo è fondamentale per lo sviluppo dell'occupazione e per la crescita economica italiana, calabrese e così dell'area dello stretto.

Dopo avere per molti anni sottovalutato il ruolo delle micro e piccole imprese (MPI), a fine 2008 in Europa si è preso atto del loro peso determinante sull'economia e della necessità di politiche ed iniziative pensate anzitutto per loro.

Si è riconosciuta la necessità che qualunque provvedimento venga emanato per le imprese è sempre necessario misurarne l'impatto sulle micro e piccole imprese.

Un forte cambiamento dal punto di vista culturale anche per le Camere di Commercio che da anni, anticipando le logiche dello *Small Business Act* e del "pensare anzitutto al piccolo", sviluppano concrete iniziative in questa direzione.

Il piano si richiama altresì ai seguenti documenti sulle politiche e strategie comunitarie e nazionali:

- Comunicazione della Commissione al Parlamento Europeo, al Consiglio, al Comitato Economico e Sociale Europeo e al Comitato delle Regioni (Bruxelles, 15.12.2009)
Seconda relazione sull'attuazione del programma comunitario di Lisbona 2008-2010
- Investir dans l'avenir de l'Europe/Cinquième rapport sur la cohésion économique, sociale et territoriale
Rapporto della Commissione novembre 2010
- Raccomandazione del Consiglio (13 luglio 2010) sugli orientamenti di massima per le politiche economiche degli Stati membri e dell'Unione
- Carta europea per le piccole imprese.
Selezione delle buone pratiche (2007/2008/2009)
- Comunicazione della Commissione al Parlamento Europeo, al Consiglio, al Comitato Economico e Sociale Europeo e al Comitato delle Regioni (Bruxelles, 9.11.2010)

Programma di lavoro della Commissione per il 2011

- **Rapporto e-Gov Italia 2010**
- **Il piano di e-Government 2012**
- **Piano Triennale per il lavoro**
Liberare il lavoro per liberare i lavori (30 luglio 2010)
- **Italia 2020**
Piano di azione per l'occupabilità dei giovani attraverso l'integrazione tra apprendimento e lavoro
- **Burocrazia.Diamoci un taglio**
II Rapporto – Luglio 2010
- **Il "Piano per la semplificazione 2010-2012"**
- *Dossier "La semplificazione amministrativa per le imprese"-Dicembre 2010*

Nel contesto della più ampia programmazione dell'UE, nazionale e regionale, l'obiettivo centrale di tutta la pianificazione strategica ed operativa della Camera per i prossimi anni è la **"Competitività e sostenibilità del territorio e del sistema imprenditoriale"**: *sintesi delle leve strategiche individuate da programma pluriennale 2010-2014*, per attualizzare nel contesto territoriale la mission istituzionale della Camera ridisegnata dalla riformata legge n. 580/1993 per effetto del d. lgs. n. 23/2010:

- 📁 La Camera, una nuova identità istituzionale per dare più valore alle imprese
- 📁 La semplificazione
- 📁 La competitività e lo sviluppo

Le conseguenze della congiuntura negativa legata alla crisi internazionale hanno interessato in modo trasversale le nostre imprese nelle varie dimensioni, specializzazioni produttive e forme giuridiche, tanto da riportare l'attenzione sull'importanza delle peculiarità dei sistemi locali e delle loro traiettorie di sviluppo nel determinare la diversa capacità di reazione delle aziende italiane rispetto all'evoluzione dei mercati.

Competitività e sostenibilità del territorio e dei sistemi imprenditoriale richiedono un impegno a 360°:

- a) promuovere, valorizzare, tutelare le nostre produzioni sui mercati mondiali, sostenendo la proiezione internazionale delle imprese e, ad un tempo, l'attrazione di investimenti nel territorio;
- b) riorganizzare e qualificare la nostra struttura produttiva, ponendo grande attenzione alle politiche di filiera ed alla necessità di aggregazione e di innovazione delle imprese lungo le traiettorie della qualità e della sostenibilità;
- c) stabilire un più stretto legame con la ricerca in modo da introdurre un più alto contenuto di conoscenze e di saperi dentro le produzioni, promuovendo ed accompagnando il trasferimento tecnologico dalle università alle imprese;
- d) migliorare l'efficienza del territorio entro cui far crescere il nostro sistema manifatturiero ed elevare il grado di competitività delle nostre imprese, attraverso un "contesto" capace di attrarre investimenti, in un quadro di sostenibilità ambientale. Ciò si otterrà grazie ad infrastrutture efficienti, ad un sistema creditizio adeguato e ad una burocrazia snella e semplificata, con un salto di qualità, su quest'ultimo punto, di tutti gli attori del sistema istituzionale della Toscana;
- e) favorire la crescita e la qualità del lavoro e sviluppare sistemi sempre più qualificati di formazione e di orientamento professionale.

Coerenti le priorità e gli obiettivi strategici del presente piano, nella piena responsabilità di una gestione efficace ed efficiente delle risorse.



AREA STRATEGICA I

NUOVA IDENTITÀ DELLA CAMERA DI COMMERCIO PIÙ VALORE PER LE IMPRESE

Indirizzo strategico: *Alla Camera di Commercio viene oggi chiesto di rilegittimarsi sul territorio non in una logica garantista, per la identità istituzionale più autorevole e di pari dignità rispetto alle altre istituzioni locali conseguita dall'innovato articolo 1 della legge n. 50/1993, quanto dalla sua capacità di accreditarsi sul territorio quale "istituzione del fare", parte attiva nelle politiche di sviluppo, per il "valore" riconoscibile e misurabile e quindi, per la sua capacità di utilizzare le risorse disponibili nel modo più produttivo possibile con l'obiettivo di incrementare drasticamente la produttività per il cliente/utente e cioè l'efficacia della propria azione. Essere "Istituzione a sostegno delle imprese" ed in quanto tale destinata a rispecchiare l'effettiva domanda con un approccio basato sul miglioramento continuo e a piccoli passi.*

L'exit strategy dalla crisi richiede la compresenza di due elementi essenziali: da un lato una solida classe imprenditoriale, dall'altro un contesto ambientale in grado di sostenere, attraverso procedure e controlli fluidi, rapidi e leggeri, il ciclo di vita di un'azienda, dalla fase di avvio a quella di sviluppo e consolidamento sul mercato.

Fino a quando si continuerà a pensare che l'innalzamento del livello di competitività delle aziende è solo il frutto degli sforzi dei singoli imprenditori e non un mix complesso di elementi in cui assumono rilievo anche il contesto infrastrutturale e una macchina burocratica pubblica più snella, garante del rispetto delle norme, ma non vessatoria?

Il regime di competitività sempre più severo che le piccole e micro imprese locali sono chiamate ad affrontare per un riposizionamento aziendale da protagoniste nello scenario della globalizzazione esige un cambio di velocità e nuova direzione di marcia della macchina amministrativa: più semplificazione e meno burocrazia, efficienza ed efficacia, professionalizzazione, monitoraggio, misurazione e valutazione dell'impatto dell'attività sulle imprese e sul territorio.

Ma anche una macchina amministrativa adeguatamente attrezzata in termini di risorse umane, logistiche e tecnologiche perché gli indirizzi strategici e programmatici definiti nel presente documento possano poi trovare attuazione concreta attraverso lo sviluppo di azioni coerenti ed efficienti.

La Camera di commercio di Reggio ha intrapreso da tempo un intenso percorso di cambiamento, durante il quale sono stati fissati gli indirizzi generali dell'ente e i suoi obiettivi strategici, è stato avviato e consolidato il processo di programmazione e controllo ed è iniziata un'articolata politica di sviluppo delle risorse umane collegata alle innovazioni tecnologiche, che le consente di rispondere meglio alle sfide impegnative di quella nuova identità conseguita alla riforma della

legge n. 580/1993 "e che ci colloca a pieno titolo tra le istituzioni in grado di rappresentare le istanze della società civile"²⁵.

I principi della sussidiarietà, della rappresentatività e dell'efficienza, di essere sistema che connotano la riforma del d. lgs. n. 23/2010 chiedono alla Camera di Commercio di attualizzare il suo essere "istituzione del fare" nella sua capacità di investire su temi strategici allo sviluppo delle imprese e dell'economia del territorio, valorizzando e le risorse umane e le risorse finanziarie "governate" e poi utilizzate perché producano programmi e azioni che contribuiscano, attraverso la "selezione tra bisogni alternativi", all'ottenimento di positivi risultati economici per le imprese, alla produzione di ricchezza e ai vantaggi competitivi del territorio.

Una nuova identità per un ritorno di "più valore per le imprese", quale effetto della nostra capacità:

- di ascoltare le esigenze delle imprese. Individuare le risorse più adeguate. E operare per realizzarle
- "di rispondere sempre meglio al compito che ci è stato affidato dalle forze produttive. Di cui siamo espressione. E che da noi si aspettano competenza, responsabilità, capacità di leadership"
- "di dare spazio alle forze produttive del Paese e a tutte le componenti del mercato".

"Per essere motori di sviluppo. Interlocutori indispensabili per le politiche locali. Promotori di sussidiarietà. Al centro di un progetto che guarda al futuro"²⁵.

Da tale indirizzo strategico, conseguono i seguenti obiettivi:

1. L'innovazione, per una pubblica amministrazione che funziona, semplifica e velocizza, coerentemente ai principi ed indirizzo del "piano e-gov 2012".
2. La relazionalità con l'utente/cliente per migliorare l'orientamento ai risultati attesi dagli stakeholder
3. Valorizzazione delle risorse umane e meritocrazia

INDICATORI DI OUTCOME (TRIENNALI):

1. Miglioramento di p.p. 2 dell'indice medio di rigidità di bilancio nel triennio 2011-2013 rispetto al 2010
2. Incremento di p.p. 6 dell'indice medio di riscossione del diritto annuale nel triennio 2011-2013 rispetto al 2010
3. Aumento del 25%% fatturato commerciale dell'AS Informa rispetto al triennio 2008/2010 (€ 44.199,44)
4. Conseguimento dell'equilibrio economico dell'A.S. "Stazione Sperimentale per le Industrie delle essenze e dei derivati dagli agrumi" (indicatore rivedibile a seguito dell'entrata in vigore del DM di cui all'art.7 comma 20 del dl n.78/2010.
5. Conseguimento di un plus valore di almeno l'11,3% rispetto agli introiti da diritto annuale e diritti di segreteria, per effetto di progettualità finanziata e/o compartecipazione finanziaria esterna del programma annuale di attività.
6. Miglioramento nel triennio di almeno 16/25 indicatori di struttura e 14/22 indicatori economico-patrimoniali del "sistema informativo Pareto"rispetto alla media dei risultati delle Camere di Commercio della Calabria, ai fini del benchmarking di cui all'art.35 comma 6 del DPR n.254/2005.
7. Completamento dei sistemi di controllo, meritocratici e di premialità attraverso l'integrazione/sostituzione dei processi e metodologie attuali con le innovazioni sulla "performance individuale" in sede di applicazione a regime del "Sistema di misurazione e valutazione della performance" approvato con delibera della G.C. n.130 del 30 dicembre 2010.
8. Realizzazione di un impianto fotovoltaico per il contenimento dei consumi energetici
9. Valorizzazione del patrimonio immobiliare (fabbricato lato sud dell'immobile sede camerale): riqualificazione o dismissione
10. Fruibilità dei servizi (esclusi quelli anagrafici e tributari e protesti), da parte di almeno il 15% delle imprese complessivamente registrate come attive nel Registro delle imprese

²⁵ Relazione del Presidente di Unioncamere, Ferruccio Dardanella, alla 1° Assise degli amministratori delle Camere di Commercio d'Italia, Roma 23 giugno 2010

al 31 dicembre 2012 e non inferiore al 10% ad anno, da certificarsi attraverso un sistema di monitoraggio quotidiano.

11. Miglioramento tendenziale di anno in anno degli indici di "customer satisfaction" rispetto all'indagine della precedente annualità
12. Soddisfazione dell'utenza sugli eventi pubblici organizzati ai fini informativi/formativi/convegnistici sulla base di un questionario strutturato consegnato prima dell'evento: valutazione negativa non superiore al 25%



Obiettivo Strategico 1.1

L'innovazione, per una pubblica amministrazione che funzioni meglio, semplifichi gli oneri per le imprese e ne velocizzi i tempi di evasione, coerentemente ai principi ed indirizzi del "piano e-gov 2012"

INDICATORI STRATEGICI (TRIENNALI)

1. Tasso medio di sospensione delle pratiche R.I. non superiore al 10% delle pratiche protocollate
2. Evasione del 100% del totale delle pratiche evase dal R.I. entro i 2 giorni
3. Evasione del 100% del totale delle pratiche degli altri servizi entro i 20 giorni
4. Presentazione di istanze alla Camera, a qualsiasi titolo, esclusivamente in via telematica
5. Collegamento tra RI e tutte le PP.AA operanti in provincia prive di collegamento diretto nazionale per l'acquisizione diretta dei dati
6. Ricorso a regime del global service per il contenimento dei costi di funzionamento e manutenzione ordinaria
7. Digitalizzazione totale dei documenti anche dell'archivio deposito.

PIANI OPERATIVI

I.1.1 - QUALITÀ NELL'INNOVAZIONE DEI SERVIZI

Perché la competitività del territorio è strettamente connessa alla qualità della Pubblica Amministrazione, da cui dipende l'attuazione delle politiche pubbliche e l'efficienza dei servizi resi ai cittadini e alle imprese.

Per contribuire a migliorare la competitività territoriale si tratta di garantire efficienza, efficacia ed economicità dei servizi anagrafici e amministrativi; di assicurare la costante diffusione di informazioni e l'acquisizione di informazioni (e quindi attraverso l'ascolto e la partecipazione) attraverso il sito istituzionale, gli ordini, le associazioni di categoria e le altre modalità multicanali in una ottimale governance dei processi informatici perché ne venga garantita un'evoluzione coerente con lo sviluppo del contesto e dello scenario tecnologico esterno

Il Codice dell'Amministrazione Digitale, il Piano e-gov 2012 che fa leva sull'attuazione dello stesso Codice e assume come scenario di riferimento operativo il piano di azione europeo sull'e-government, sono l'altra sfida che la Camera è chiamata ad affrontare nei prossimi anni per dare visibilità ed accreditarsi sul territorio nella suo essere e di operare in funzione degli interessi generali delle imprese e delle economie locali (art.2 della legge n.580/1993) perché su questo terreno, si gioca la sua capacità di offrire agli utenti una gamma di servizi che si connotano per qualità, accessibilità, tempi e tariffe, nonché per ampiezza di bisogni coperti" Dopo la Riforma della Pubblica Amministrazione (il decreto legislativo n. 150/2009) l'approvazione in itinere del nuovo CAD (il vecchio Codice è stato pubblicato cinque anni fa con

decreto legislativo n. 82 del 2005) va a costituire il secondo pilastro su cui poggia il disegno di modernizzazione e digitalizzazione della PA definito nel Piano industriale presentato nel maggio 2008.

Questa riforma, resasi necessaria per effetto della rapida evoluzione delle tecnologie informatiche, risponde in maniera puntuale alla necessità di mettere a disposizione delle amministrazioni e dei pubblici dipendenti strumenti in grado di incrementare l'efficienza e l'efficacia dell'intero sistema pubblico. L'obiettivo è quindi quello di evitare che strutture obsolete e procedure interminabili continuino a gravare il sistema Italia di costi e di adempimenti tali da scoraggiare l'afflusso di capitali internazionali a vantaggio di Paesi, anche emergenti, che hanno più decisamente imboccato la strada della modernizzazione e della semplificazione amministrativa.

Da una parte, il CAD stabilisce il principio che i cittadini e le imprese hanno il diritto ad avvalersi di una "amministrazione amica ed efficiente" e, in particolare, si propone di incoraggiare l'uso delle nuove tecnologie consolidandone la validità giuridica, dall'altra il piano e-gov e collega l'efficacia delle tecnologie solo se prevale una forte unitarietà e coerenza di obiettivi da parte di tutte le amministrazioni e che vengono così definiti:

1. Migliorare l'efficienza della Pubblica Amministrazione, ottenendo un forte cambiamento organizzativo e gestionale, grazie alle potenzialità dell'innovazione tecnologica.
2. Realizzare l'interoperabilità e la piena cooperazione fra le Amministrazioni mediante la condivisione degli archivi e delle informazioni, per ridurre i tempi e semplificare le procedure.
3. Migliorare la trasparenza e l'efficacia della spesa pubblica attraverso strumenti che consentano un maggior controllo di gestione e della finanza pubblica.
4. Costruire la cittadinanza digitale, promuovendo l'e-democracy e superando il digital divide, attraverso lo sviluppo della banda larga, la rimozione degli ostacoli all'accesso e una più qualificata offerta di servizi on line.
5. Adottare un approccio sistemico per la misurazione della qualità e dell'efficienza dei processi nella PA, utilizzando le tecnologie per la valutazione, sia all'interno delle amministrazioni, che all'esterno, per rilevare la *customer satisfaction*.
6. Creare un ambiente favorevole alla competitività delle imprese e dare impulso alla crescita dell'industria ICT, promuovendo l'innovazione dei processi della PA e sostenendo iniziative in ambito Open Source.
7. Rendere l'Italia protagonista del processo di innovazione amministrativa in Europa attraverso una presenza più incisiva del nostro Paese in ambito UE e internazionale, che favorisca lo scambio di esperienze e di buone pratiche.

Con la comunicazione Unica per la nascita dell'impresa, regolata dall'articolo 9 del D.L. 7/2007 convertito con la L n. 40/2007, "il Registro Imprese telematico" ha innovato profondamente le logiche e le modalità di offerta del servizio, "dando prova della capacità del sistema camerale di reinterpretare questa funzione (già prevista dal codice civile e per cinquant'anni disattesa) in chiave moderna, coniugando l'esigenza di garanzia e sicurezza dell'informazione, con i principi emergenti di semplificazione, efficienza, efficacia ed economicità dell'azione amministrativa". e innescando forti spinte al cambiamento nell'intera organizzazione.

Per ottenere il risultato di una percepibile innovazione conseguente a "comunica" è indispensabile avviare una nuova fase che, da una parte comporti cambiamento nell'organizzazione e, dall'altra, politiche e misure che potenzino l'apporto della Camera alle politiche nazionali di e-government, coniugando obiettivi di semplificazione, digitalizzazione, qualità delle informazioni amministrative, trasparenza anche per corrispondere efficacemente alle innovazioni normative introdotte dal d.lgs. n.59/2010, dalla legge n.122/2010, dai DPR n.159/2010 e DPR n.160 /2010.

I tempi di conclusione dei procedimenti amministrativi e soprattutto la certezza di tali tempi se per le imprese sono parametri utili alla corretta valutazione degli investimenti e hanno un impatto rilevante sullo svolgimento dell'attività economica e sulle scelte aziendali, per la Camera sono obiettivo costante di miglioramento, per il quale non si agirà su una sola leva di efficienza, ma su un mix integrato di strumenti e cioè coniugando logiche organizzative con innovazioni di tipo tecnologico e avendo quale presupposto la qualità e il costante adeguamento delle competenze professionali.

Un miglioramento significativo è atteso da un utilizzo di tecnologie più avanzate (come il linguaggio XBRL), che permetterà di estrapolare in modo automatico le informazioni dai

documenti in formato elettronico, consentendo di ridurre drasticamente la modulistica e di limitare i controlli istruttori, senza rinunciare a standard elevati di qualità del servizio.

L'impegno alla riduzione dei tempi interesserà trasversalmente e con modalità differenti tutti gli ambiti dell'attività amministrativa (dal Registro Imprese agli altri albi e ruoli camerali, e tra questi l'Albo delle Imprese Artigiane; dal deposito di marchi e brevetti ai procedimenti sanzionatori, alle certificazioni estere).

Efficienza e riduzione dei tempi saranno raggiunti anche grazie all'interoperabilità e lo scambio dei dati tra pubbliche amministrazioni e l'integrazione dei procedimenti amministrativi interni.

Le direttrici operative:

La semplificazione, reingegnerizzazione dei processi di servizio e miglioramento del back office del RI.

Nell'ottica del miglioramento dei servizi anagrafico-amministrativi si pone l'attuazione a pieno regime, nel corso del 2011, della Comunicazione Unica anche nella sua integrazione ed interrelazioni con l'Albo delle Imprese artigiane, a seguito del trasferimento delle funzioni in materia per effetto della delibera della G.R. n. 644 del 4/10/2010, attuativa dell'art.30 della legge regionale n. 34/2000.

La piena applicazione di questa procedura, un passaggio che – per come dichiarato dal Presidente di Unioncamere Dardanello - "è stato come imboccare una corsia preferenziale in una giornata di traffico, e scoprire che è aperta a tutti e non si blocca mai, un esempio di pubblica amministrazione che sa semplificare, che innova e che si dimostra più efficiente e meno costosa", deve generare un miglioramento dei servizi e quindi una ricaduta virtuosa sulla competitività delle imprese, attraverso la riduzione dei costi sostenuti per gli adempimenti burocratici, soprattutto in termini di tempo. La Camera di commercio, attraverso il registro delle imprese, diventa così interfaccia unica fra le imprese e le altre pubbliche amministrazioni coinvolte, ossia Agenzia Entrate, INPS ed INAIL, per tutti i flussi informativi, sia in entrata e sia in uscita, verso questi enti ma anche verso l'Ente Regione.

La progressiva distribuzione delle business key con la firma elettronica consente, inoltre, ad un numero a mano a mano maggiore di imprese, di utilizzare lo strumento telematico per la presentazione di atti amministrativi alla Camera di commercio. La firma elettronica incorporata nella business key è in realtà uno strumento flessibile, che potrebbe essere utilizzato in tutti gli ambiti (anche fra privati) dove è necessario certificare la provenienza di un determinato messaggio elettronico. Altrettanto importante è la diffusione e l'utilizzo della PEC da parte degli utenti.

Oltre agli aspetti tecnici, occorre continuare a garantire con gli ordini professionali e le associazioni di categoria provinciali un sistema di rapporti strutturati in maniera da seguire un percorso informativo e formativo costante che faciliti l'adeguamento alle novità normative ed alle implementazioni tecniche.

Con il trasferimento della delega regionale in materia di tenuta dell'albo delle imprese artigiane è individuato un solo atto "la comunicazione unica" ed un solo ufficio "registro delle imprese" e la modalità telematica per l'avvio dell'attività di impresa artigiana e le variazioni/cessazioni delle imprese esistenti.

Un taglio agli oneri burocratici che, attraverso la semplificazione e la telematizzazione delle procedure nonché lo "snellimento" delle commissioni provinciali artigianato, allinea l'accesso e l'esercizio delle "attività artigiane" alle innovazioni normative in materia di semplificazione degli adempimenti a carico delle imprese e per la nascita di imprese (= comunicazione unica) e alla recentissima "direttiva servizi".

La piena applicazione della procedura "comunica", anche per le imprese artigiane, vuole generare un miglioramento dei servizi e quindi una ricaduta virtuosa sulla competitività delle imprese, attraverso la riduzione dei costi sostenuti per gli adempimenti burocratici, soprattutto in termini di tempo.

Se non si interviene sulla riorganizzazione dei processi, l'accesso ai servizi in modalità telematica non semplifica in modo sostanziale la vita degli utenti: paradossalmente, si può stare in fila anche di fronte a uno sportello virtuale.

La digitalizzazione e la modalità telematica di accesso ai servizi anagrafici deve perciò andare di pari passo con la riduzione dei tempi effettivi e con una radicale semplificazione, superando così la frattura fra innovazione tecnologica e innovazione amministrativa che ha finora frenato l'efficacia delle azioni intraprese.

A tale scopo, è necessario spostare l'attenzione sul back office (la reingegnerizzazione dei servizi) per migliorare in modo sostanziale il front office (la fruizione dei servizi sia in modalità digitale, sia analogica). Occorre quindi utilizzare le nuove tecnologie non per informatizzare le prassi esistenti ma per "reinventare" i processi amministrativi ed incidere così in modo sostanziale sulla qualità della PA. È una politica meno visibile ma certamente più efficace. Non è sufficiente innestare l'informatica sul tradizionale procedimento cartaceo, con il rischio di informatizzare l'inefficienza.

In questo scenario una cura particolare va rivolta al personale di front-line: le persone a diretto contatto con l'utente/ cliente sono la chiave del successo dell'impresa, rappresentano le istanze dell'azienda verso il mercato e rappresentano le istanze dei clienti e del mercato verso l'azienda. Il loro potenziamento, il loro rafforzamento come singoli individui e come gruppi è il tema principale su cui le imprese pubbliche e private stanno differenziando la loro strategia. Occorre prevedere per questa popolazione specifici piani di formazione e sviluppo, percorsi di crescita e riqualificazione, ricollocamento in azienda, in modo che la *customer experience* diventi patrimonio dell'azienda nel suo insieme e non solo degli addetti e dei gruppi di front-line.

Come istituzione di riferimento per il sistema delle imprese, la Camera intende farsi interprete di queste istanze e, attraverso il confronto con i rappresentanti del sistema economico e le istituzioni del territorio, imprimere una spinta al processo di "alleggerimento" della burocrazia, ma al tempo stesso generare valore per il sistema economico, attraverso l'eccellenza dei servizi.

Attenzione maggiore andrà dedicata alla qualità della funzione informativa che è chiamato a svolgere il registro delle imprese.

Efficace interazione con la Camera

Il divario fra la disponibilità di servizi sul web e la diffusione del loro utilizzo non deriva solo da un deficit di comunicazione: l'esperienza dimostra che, quando i servizi sono davvero utili e vengono avvertiti come particolarmente appetibili, l'utenza impara ad usarli in tempi rapidi.

Si tratta pertanto di promuovere i servizi e gli strumenti informatici e digitali (PEC, Business key, Starweb, ecc.) presso i clienti; di promuovere approcci multicanale in grado di raggiungere i diversi utenti differenziati per caratteristiche sociali e culturali. Si tratta di recuperare quell'approccio "click and brick" (esperienza mista di "gesso e lavagna", brick, e di tecnologia on-line, click). in voga qualche anno fa per cui i cittadini hanno la possibilità di accedere e dialogare con la PA scegliendo lo strumento per ciascuno più adeguato.

Introdurre dei meccanismi premiali per favorire il ricorso agli strumenti più avanzati. Un cittadino che utilizza una piattaforma telematica per segnalare un problema o che, più semplicemente, ricorre ad uno sportello telematico per accedere ad un servizio permette all'amministrazione pubblica di fare meglio spendendo di meno. Esattamente come avviene nel settore privato si potrebbe pensare di fidelizzare tale attività con dei crediti da poter utilizzare in altri servizi pubblici.

Dematerializzazione

La camera di Commercio che vogliamo è quella P.A. che nel medio periodo, soggetta ad una graduale ma dinamica trasformazione, si riconosca per più efficienza e più servizi di qualità ai cittadini connotandosi in prospettiva per **meno** sportelli fisici e **più** sportelli virtuali e nella fase intermedia per sportelli veramente polifunzionali.

La dematerializzazione è uno strumento fondamentale per conseguire questi obiettivi perché non significa soltanto **meno** carta ma riprogettazione profonda dei processi per ottenere **più** efficienza nei processi, nei flussi documentali e di lavoro, nella condivisione di dati e documenti, nel reperimento di dati e documenti.

Il tema della dematerializzazione della documentazione prodotta nell'ambito dell'attività della pubblica amministrazione rappresenta perciò uno degli elementi di rilievo all'interno dei processi di riforma della gestione dell'attività amministrativa in ambiente digitale e costituisce una delle linee di azione maggiormente significative ai fini della riduzione della spesa pubblica, in termini sia di risparmi diretti (carta, spazi, ecc.) sia di risparmi indiretti (tempo, efficienza, ecc.). I processi di gestione cartacea dei documenti, infatti, sono caratterizzati da eccessiva onerosità, difficoltà di condivisione e archiviazione, mancanza di trasparenza, tempi di ricerca elevati, facilità di errori, smarrimenti, perdite ed altre più o meno costose inefficienze.

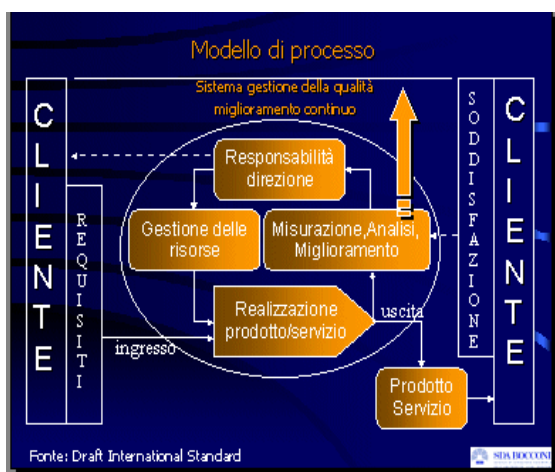
Si richiama quanto già detto per il workflow management systems le cui applicazioni consentono un migliore controllo di gestione e una più efficace misurazione della produttività e dei flussi di lavoro.

A differenza dei precedenti approcci, che si limitavano a definire la mansione di ciascuna unità secondo una logica sequenziale, il *workflow* può essere visto come un flusso multidirezionale di materiali, informazioni, attività e comunicazioni. L'obiettivo non è una generica collaborazione, ma il passaggio dal massimo valore aggiunto dell'unità, alla ricerca del massimo valore aggiunto nella relazione, nello scambio tra un'unità e un'altra.

Ne conseguono obiettivi operativi/azioni/risultati attesi nel 2011

Obiettivi operativi	Azioni	Risultati attesi e indicatori (2011)
I.1.1.1 Semplificazione, reingegnerizzazione dei processi di servizio e miglioramento del back office del R.I.	I.1.1.1.1 Dirette alla telematizzazione degli adempimenti burocratici da parte delle imprese, aggiornamento degli operatori professionali perché migliorino le competenze richieste dai servizi telematici	<ul style="list-style-type: none"> - Riduzione del 40% della sospensione di pratiche irregolari rispetto al 2010 - Operatività della consulta giuridica con la realizzazione di incontri a cadenza trimestrale - Accrescere l'informazione agli utenti attraverso l'aggiornamento delle guide on line e l'organizzazione di un evento semestrale per gli operatori professionali e delle associazioni, di cui uno nell'area ionica - Riduzione degli oneri per le iscrizioni/ variazioni/ cancellazioni all'Albo delle imprese artigiane attraverso la trasmissione telematica delle relative istanze
	I.1.1.1.2 Miglioramento dell'evasione delle pratiche nei termini anche attraverso l'attivazione dell'outsourcing e la reingegnerizzazione delle attività di front line e di back office	<ul style="list-style-type: none"> - Eliminazione dell'arretrato al 31 dicembre 2010 - Evasione al 31 dicembre di tutte le pratiche protocollate al 15 dicembre 2011. - Evasione entro i 5 giorni del 90% delle pratiche telematiche accettate - Adottare e comunicare agli utenti le modalità sostitutive di rilascio di certificazioni nei casi di malfunzionamento del sistema informatico . - Implementazione di sistemi di pagamenti on-line che riducano i versamenti mediante concorrente postale al 2010
	I.1.1.1.3 Completamento del V procedimento di cancellazioni d'ufficio delle imprese e società non operative al Registro Imprese	<ul style="list-style-type: none"> - Cancellazione di almeno il 50% delle imprese individuate a seguito della verifica della sussistenza delle condizioni previste dalla legge
I.1.1.2. Una efficace interazione con la Camera	I.1.1.2.1. L'acquisizione d'ufficio ed il controllo sulle dichiarazioni sostitutive, attraverso azioni volte a rendere disponibili in rete i dati in possesso della Camera di Commercio, secondo regole d'accesso condivise, nel rispetto del Codice della privacy ed evitando la duplicazione delle banche dati.	<ul style="list-style-type: none"> - Realizzare i collegamenti con il RI da parte dei tre Tribunali e almeno altre 7 PP.AA. ed almeno il 20% dei comuni
	I.1.1.2.2 Rivisitazione delle convenzioni collaborative tra Associazioni imprenditoriali e Registro delle Imprese	<ul style="list-style-type: none"> - Operatività delle convenzioni di servizio stipulate con le associazioni imprenditoriali al 31 dicembre 2010
	I.1.1.2.3 Restyling e razionalizzazione dei siti e portali della Camera e delle Aziende Speciali	<ul style="list-style-type: none"> - Miglioramento della qualità dei siti e portali, in termini di completezza, tempestività e aggiornamento delle informazioni; chiarezza e comprensibilità, sia del linguaggio utilizzato, sia della struttura di presentazione.
	I.1.1.2.4. Estensione della telematizzazione a nuovi servizi	<ul style="list-style-type: none"> - Attivazione procedure on line certificati di origine - Progettazione procedura telematica di adesione ai bandi comunque concernenti agevolazioni alle imprese ovvero riconoscimento di contributi
I.1.1.3 Dematerializzazione	I.1.1.3.1 Sostituzione delle procedure basate sul documento cartaceo con procedure basate sulla produzione, gestione e conservazione di documenti informatici	<ul style="list-style-type: none"> - Approvazione nuovo manuale sulla digitalizzazione dei flussi documentali ed implementazione a regime dei relativi processi - Avvio di un programma triennale per la digitalizzazione totale delle pratiche di archivio depositate affidate ad Infocamere: evasione di 1/3 nell'anno. - Sviluppo dei nuovi processi di gestione informatica delle delibere degli organi e delle

	<p>I.1.1.3.2 Potenziare il ricorso delle imprese all'ICT e ai servizi e - gov aumentando la diffusione di dispositivi informatico-digitali abilitanti per l'e-gov (PEC, CNS, Business Key)</p>	<p>determinazioni dirigenziali</p> <p>- Aumento del 50% rispetto al 2010 del rilascio di dispositivi informatico-digitali e delle caselle PEC</p>
--	---	---



Obiettivo strategico I.2

*Migliorare la relazionalità con l'utente/cliente, attraverso un modello di organizzazione process oriented in funzione dei risultati attesi di output ed outcome
Centralità dell'utente/cliente ma anche relazionalità continua con gli stakeholder; la Camera un'organizzazione aperta al cambiamento continuo nella prospettiva del cliente finale ed in funzione di risultati finali e durevoli*

INDICATORI STRATEGICI (TRIENNALI)

1. Miglioramento annuo tendenziale degli indici di Customer Satisfaction per almeno due anni consecutivi nel triennio: anno base 2009
2. Accesso e fruizione dei servizi camerali (escluso servizi anagrafico-certificativi e di gestione protesti) nel triennio 2011-2013 da parte del 15% delle imprese attive nel RI
3. Accessibilità totale della Camera e delle Aziende Speciali attraverso i siti web istituzionali
4. Entrata in vigore del Programma triennale per la trasparenza e l'integrità (articolo 13, comma 6, lettera e, del decreto legislativo 27 ottobre 2009, n. 150)

PIANI OPERATIVI

I.2.1 IL VALORE DELLA PROSPETTIVA DEL CLIENTE FINALE

La Camera di Commercio un'organizzazione orientata al miglioramento continuo in funzione della comprensione e soddisfazione dei bisogni dell'utente e dei risultati finali dell'azione

E' ormai chiaramente acquisito il concetto che il miglioramento delle performance aziendali non può prescindere dal miglioramento dei processi che si sviluppano all'interno delle aziende, intendendo per "processo" un insieme di attività strutturate e misurate, progettato per produrre uno specifico output (prestazione attesa) per un mercato o un cliente particolare ed un risultato durevole e globale (outcome) sulla condizione, stato o comportamento dell'utente che ha usufruito del servizio, partendo da fattori necessari allo scopo specifico (indicati con il termine input del processo).

L'utente/cliente, l'importanza di comprendere le sue esigenze, il riconoscimento di un ruolo sempre più attivo dello stesso nei processi di produzione ed erogazione di servizi, sono ormai da più anni al centro della strategia della Camera di Commercio di Reggio Calabria. Che l'utente/cliente sia diventato il "centro" ha significato e significa una vera e propria rivoluzione

nel concepire le attività, che trova radici nel concetto di creazione del valore per il cliente e di superior customer value proprio delle strategie di marketing delle imprese.

Così la priorità politica "*La Camera di Commercio, una istituzione che genera valore riconoscibile e misurabile per le imprese*" induce e la strategia "cliente centrica" e il posizionamento e l'operatività dell'Ente nella prospettiva dell'utente finale, che non implica solo una visione esclusivamente guidata dalla *customer satisfaction*; le indicazioni e i feedback, acquisite, elaborate ed interpretate sono infatti necessari all'affinamento del sistema e alla comprensione dei nodi critici in cui intervenire per adeguare il valore prodotto con quello percepito.

L'assunzione della prospettiva del cliente finale, implica per ogni operatore coinvolto una maggiore attenzione verso l'intero insieme di attività (e quindi uno sguardo al sistema) e verso la presenza di nodi critici non presidiati in modo efficace, quali:

- l'individuazione di "colli di bottiglia" del sistema
- la definizione dei nodi inefficienti
- la non interattività con l'utente finale: la possibilità di interazione immediata e a basso costo garantita da Internet è una valida risposta, perché incrementa la capacità di creazione del valore da parte del sistema, dando espressione ai bisogni dell'utente finale, svincolando l'erogazione dei servizi da orari prefissati e infine riducendo i costi di erogazione, poiché determinate attività sono svolte dal cliente stesso
- lo snellimento del processo
- il controllo delle attività di supporto.

Non solo monitoraggio e misurazione della soddisfazione ma continuità ed efficacia delle relazioni con gli utenti/clienti finali.

Conoscere l'utente/cliente, agire sulla base di questa conoscenza, organizzare le proprie priorità facendosi guidare dalla consapevolezza di quali siano le attese e i bisogni del cliente richiede un modo di "sentire" e non solo tecniche e metodologie appropriate.

Soddisfare il cliente, qualunque sia il proprio ruolo nell'organizzazione, necessita di passare da un modo di pensare *autocentrato* (centrato sui propri compiti, sulle cose che si conoscono, sulle proprie interpretazioni della realtà) ad un pensare *eterocentrato*, ovvero centrato su qualcuno che è fuori ed è destinatario e beneficiario del proprio agire nell'organizzazione.

Pertanto si tratta di saper governare la *performance esterna*, raggiungendo la massima efficacia nei rapporti sia verso l'utente/cliente, mediante la conoscenza dei bisogni, degli atteggiamenti, delle aspettative e delle abitudini comportamentali; rispondendo con prontezza e assicurandosi che questa sia conforme o superiore alle aspettative; curando i processi di comunicazione negli stadi di relazione con il cliente; assumendo un comportamento orientato al *problem solving*; anticipando i bisogni e i desideri non ancora richiesti.

Perché l'organizzazione *process oriented* non deve però essere vista come una realtà statica, ma dinamica, che si modifica per rispondere in modo efficace ai cambiamenti dell'ambiente esterno. Il miglioramento continuo delle performance richiede che i processi vengano riadattati o ridisegnati nel corso del tempo, coinvolgendo simultaneamente strategie, persone e tecnologie. Tutti gli elementi del modello socio-tecnico vengono così integrati in un sistema coerente e duraturo, in grado di migliorare le proprie performance economiche, tecniche e sociali, con l'obiettivo finale di garantire una più completa soddisfazione del cliente.

In quest'ottica gli interventi possibili partono proprio dall'opportunità di ripensare l'ente partendo dall'utente/cliente, andando ad osservare i processi di servizio e i processi di creazione del valore per l'utente/cliente, ricostruendo i flussi di lavoro e progettandoli in modo tale da massimizzare la soddisfazione dell'utente/ cliente e dell'ente, avendo cura di agire sul benessere di ogni singola persona coinvolta nei processi di front-line e di back-office (qualità della vita lavorativa in azienda).

L'obiettivo "finale" è definire una "*architettura integrata*" del sistema di Customer Satisfaction, che comprenda organicamente al proprio interno da un lato la dimensione della soddisfazione dei "clienti-impresa" e dall'altro una "reengineering", sulle specifiche necessità del cliente, dei processi core e non dell'ente. Cioè ridisegnare i processi centrandoli sulle specifiche esigenze degli utenti/clienti (*Customer Centered Redesign*).

Le direttrici operative

La Camera market oriented: relazionalità con gli utenti/clienti

☐ Priorità nei prossimi anni sarà la **tracciabilità** e la *gestione di tutte le informazioni che scaturiscono dai contatti con gli utenti* (imprese, associazioni, istituzioni) al fine di segmentare l'utenza e arrivare ad una personalizzazione nell'offerta di servizi e nelle azioni di comunicazione, tenuto conto della continua innovazione ed evoluzione delle tecnologie, sia intermini di potenzialità e prestazioni ma soprattutto in termini di multicanalità.

La tecnologia è solo un mezzo e rimane inutile se non viene circostanziato da un progetto attuativo di trasformazione, di ricollocazione e riorganizzazione, di ammodernamento della metodologia di lavoro prima ancora che dei mezzi, di reinterpretazione dei processi e della filosofia, dell'approccio al problema prima che del problema stesso.

Ogni ricorso semplicistico alla banale tecnologia risulta inefficace e fallimentare.

Per far questo è necessario farsi sempre più vicini agli utenti, raggiungere imprese, cittadini e opinione pubblica in maniera efficace, puntando al continuo miglioramento dell'attività e innovando i canali di contatto.

Per la Camera di Commercio di Reggio questo significa sia adottare *soluzioni innovative*:

- ☐ Un vero e proprio **marketing dei servizi**, per riallineare il livello della domanda al livello dell'offerta, tenendo presente che la domanda in alcuni casi può essere insufficiente perché è stata carente l'informazione. La Carta dei servizi sarà il punto di partenza.
- ☐ Il **restyling dei siti** secondo le linee guida pubblicate a luglio 2010 dal Ministro per la pubblica amministrazione e l'innovazione, in attuazione degli indirizzi contenuti nella Direttiva n. 8 del 2009.
- ☐ Un'efficace comunicazione oltre a garantire il massimo grado di accesso alle informazioni a tutti gli interlocutori dell'ente, si basa sulla capacità di raccontare l'identità della Camera di Commercio e delle sue Aziende Speciali in maniera univoca e omogenea, affinché le imprese conoscano sempre meglio il "contenuto" di un'organizzazione complessa, flessibile e moderna, che offre loro servizi.

Sarà perciò valorizzato "**Ciao Impresa**" (evoluzione del già sperimentato CRM con esiti positivi) di cui la Camera di Commercio è utilizzatrice avanzata: servizio di CRM come strategia di marketing basata sulla profilazione dei clienti per fidelizzare e generare valore nel tempo, pone il cliente al centro dei processi di business. Ma anche strategia, tecnologie e processi per potenziare i servizi e la comunicazione sviluppando relazioni di fiducia durevoli con i cittadini e le imprese.

Attraverso il CRM dovranno essere valorizzate le eccellenze espresse dall'operatività della Camera ed in particolare puntare sulla comunicazione in tema di internazionalizzazione e innovazione.

Per migliorare l'efficacia non bastano solo buone tecniche, ma anche e soprattutto una filosofia che stia alla base della scelta e cioè che una volta che si è data alle imprese la possibilità di partecipare, il problema di quanto deve contare la loro opinione nelle scelte della Camera, perché si traduca in effettivo senso di appartenenza o fidelizzazione che dir si voglia, non può trovare una risposta demagogica.

Ciò è confortato dalle risultanze della "customer satisfaction 2009".

Secondo gli intervistati:

- ⇒ la Camera comunica i servizi che offre in modo "pienamente soddisfacente" per il 26,1%, mentre il 60,6% esprime un giudizio "accettabile, da migliorare".
- ⇒ i servizi di supporto alle imprese sono relativamente noti. Coloro che li conoscono e li hanno utilizzati hanno espresso valutazioni positive.

Comunicazione non significa o quantomeno non significa soltanto offrire conoscenza, la comunione è un concetto complesso e "fare comunione" significa ragionare in una logica partecipativa in modo trasversale per generare e conseguire condivisione.

Diversamente si raggiunge l'obiettivo opposto a quello perseguito: non l'impresa che partecipa attivamente, ma l'impresa consumistica, che fruisce delle nostre informazioni e dei nostri servizi.

Mentre l'azienda privata formula i suoi obiettivi strategici e costruisce il suo portafoglio di attività alla luce dei criteri di profittabilità economica (il comportamento di risposta atteso è la fidelizzazione negli atti di acquisto), la Camera - e così ogni organizzazione pubblica - è chiamata a definire le sue scelte in base a criteri che puntano al consenso di tutti gli attori e al controllo degli attori nella realizzazione delle scelte condivise.

Si tratta allora di migliorare la percezione della Camera come istituzione dell'impresa e della sua legittimità facendone conoscere e comprendere a fondo i compiti, la struttura e le realizzazioni, e stabilendo un dialogo con le imprese e non solo.

Ciò comporta soprattutto una migliore qualità del dibattito, il coinvolgimento delle imprese nel processo decisionale, un ascolto più attento delle imprese e delle loro preoccupazioni.

Ma anche la ricostruzione in modo metodico e coerente dell'immagine della Camera di Commercio perché sia percepita da tutti per quello che è, indipendentemente dal territorio di localizzazione, della dimensione e della settorialità.

Significa far capire e produrre cambiamento.

Mettere in relazione, attraverso le azioni di comunicazione, la Camera e i suoi soggetti di riferimento perché si individuino le migliori decisioni possibili e con il maggior consenso possibile.

Tutto ciò comporta l'abbattimento di alcune barriere:

1. La comunicazione non può essere lasciata alla sensibilità-formazione-motivazione di alcune figure professionali (URP o quant'altro), ma dev'essere una strategia dell'Ente nel suo complesso, adeguata a coinvolgere tutti coloro che lavorano nell'Ente qualunque sia il loro ruolo e responsabilità.
2. Interpretare le attività di comunicazione come un carico di lavoro non pertinente e a volte inutile.
3. Non riconoscere la comunicazione come risorsa ma come canale intrusivo e amplificatore di lamentele che turba il quieto vivere dell'autoreferenzialità.

Ma occorre anche sapersi relazionare, non solo attraverso l'accessibilità a servizi che utilizzano la più innovativa tecnologia ma anche attraverso il *linguaggio* comune della gente.

Ma il risultato è conseguibile soltanto se tutte le attività di comunicazione risultino integrate e sinergiche.

Il **piano pluriennale di comunicazione**, già iniziato nel 2010 è lo strumento per programmare e ottimizzare le scelte di comunicazione, rendendole funzionali alla soddisfazione del cliente.

☐ Gli ambiti del "Sistema di misurazione e valutazione della performance" di cui all'art. 8 del d.lgs. n.150/2009 comprendono "la rilevazione del grado di soddisfazione dei destinatari dei servizi o delle performance, anche attraverso modalità interattive" (lett.c) che consente di verificare il livello di efficienza ed efficacia di un servizio, così come percepita dagli utenti del servizio, in un'ottica di miglioramento continuo delle performance.

Continuità dunque dell'indagine annuale di *customer satisfaction* che contribuisce a costruire un modello di relazione Camera - stakeholders basato sulla fiducia e a dare nuova legittimazione alla sua azione fondata sulla capacità di dare risposte tempestive e corrispondenti ai reali bisogni delle imprese e del territorio.

Miglioramento della Qualità percepita

I fattori di miglioramento della qualità che gli *stake holder* individuano attraverso la customer satisfaction sono un mix di elementi oggettivi e soggettivi:

- la continua introduzione di processi innovativi all'interno dei servizi e degli uffici
- la maggiore e migliore diffusione delle nuove tecnologie nei processi amministrativi e, conseguentemente, nella vita quotidiana di cittadini ed imprese
- velocità dei tempi di attesa e di risposta
- l'accoglienza e la cortesia.

La CIVIT ha adottato il 24 giugno due importanti deliberazioni, che tracciano le linee guida per le Pubbliche Amministrazioni verso l'adeguamento ai principi contenuti nel D.Lgs.n.198/2009 e nel D.Lgs.n.150/2009 in materia di definizione degli standard di qualità dei servizi pubblici oltre che di misurazione e valutazione della performance. Tali provvedimenti costituiscono linee guida per l'adeguamento degli ordinamenti di Regioni ed Enti Locali e quindi anche per le Camere di Commercio.

In particolare, la Delibera n. 88/2010 contiene "Linee guida per la definizione degli standard di qualità". Il primo passaggio consiste nel definire le dimensioni rilevanti per rappresentare la qualità effettiva dei servizi. Vengono individuati quattro parametri, il cui peso specifico deve essere valutato in relazione alla tipologia del servizio erogato:

1. Accessibilità;
2. Tempestività;
3. Trasparenza;
4. Efficacia.

La successiva azione consiste nell'elaborazione degli indicatori per la misurazione del livello di qualità dei servizi erogati, tenendo conto di sei requisiti che gli indicatori sulla qualità dei servizi devono soddisfare: Rilevanza; Accuratezza; Temporalità; Fruibilità; Interpretabilità; Coerenza.

Il passaggio successivo consiste nella definizione degli standard di qualità del servizio erogato, ossia il livello di qualità che l'amministrazione si impegna a mantenere. Gli standard di qualità devono essere definiti per ogni indicatore selezionato al fine di rappresentare e misurare le dimensioni della qualità effettiva.

Gli standard della qualità dei servizi devono essere agevolmente accessibili agli utenti. In tal senso le amministrazioni, dovranno pubblicare i dati sul sito istituzionale, nonché attivare tutte le altre azioni idonee a garantire la trasparenza ivi compresi strumenti che attualizzino l'impegno quotidiano nell'offrire qualità.

Ciò richiama la rilevanza della certificazione di qualità, efficace collante fra obiettivi (e la customer satisfaction è l'obiettivo da perseguire nel tempo) e i processi (quali insieme di attività interrelate che creano valore trasformando delle risorse - input del processo - in un prodotto - output del processo - destinato ad un soggetto interno o esterno all'ente - *cliente*). La certificazione di qualità, infatti, è l'evidenza oggettiva verso l'ambiente interno/esterno dell'azienda che la stessa opera secondo processi ben definiti e ben gestiti per l'ottenimento di performance elevate e in linea con le aspettative dei clienti.

☐ L'adozione di un sistema di gestione della qualità per la fornitura di servizi pubblici non è una procedura molto diffusa, né obbligatoria.

Per l'Area anagrafica e di regolazione del mercato e per l'Ufficio Diritto Annuale si è trattato invece di una scelta strategica ragionata, per la quale si è lavorato a vari livelli con un unico obiettivo: garantire servizi in linea con le esigenze degli imprenditori che, operando in prima persona in un contesto sempre più competitivo, chiedono con diritto altrettanta velocità e precisione anche alle istituzioni con le quali entrano in contatto. Per noi la qualità dei servizi non è un concetto astratto, ma scientificamente misurabile; e dietro ogni miglioramento, e soprattutto dietro ogni semplificazione, c'è alle spalle un lavoro rigoroso e faticoso di revisione delle procedure e di introduzione di processi innovativi.

L'imprenditore è dunque al centro dell'impegno quotidiano dell'ente camerale che misura oggi la propria efficienza e l'efficacia della sua organizzazione sottoponendo a verifica di qualità i servizi. Si tratterà pertanto di mantenere, per conservarla, la *certificazione secondo gli standard delle norme internazionali UNI EN ISO 9001, per il Registro delle imprese e dei Ruoli ed Elenchi*, Ufficio sanzioni amministrative, Ufficio marchi e brevetti, Ufficio Diritto annuale mentre sarà avviata l'implementazione dei processi di gestione della qualità certificata per l'Azienda Speciale IN.FORM.A.

La certificazione, secondo uno standard riconosciuto a livello internazionale, dimostra che l'ente considera di particolare importanza le esigenze della clientela, impegnandosi ad amministrare una struttura organizzativa atta ad individuare e garantire la conformità a tali esigenze.

Giungere alla certificazione o mantenere la certificazione significa operare efficacemente per migliorare il rendimento, riuscendo ad identificare le esigenze dei clienti e verificando che l'ente immediatamente le soddisfi.

"Coltivare e diffondere il virus della qualità" innescando il gusto del "miglioramento continuo della qualità dei servizi" attraverso l'incontro, il confronto, la conoscenza di esperienze eccellenti pubbliche e private che dimostrino la "raggiungibilità della qualità".

Questo richiama il **"benchmarking"** la cui attivazione tra le Camere di Commercio italiane nell'ambito del più complesso "sistema Pareto" fornisce un alto valore aggiunto al sistema di monitoraggio della propria performance in quanto il confronto, con tutte le accortezze necessarie ed opportune, può permettere di leggere il proprio dato con maggiore significatività. Per tale motivo l'articolo 35, co.6, del DPR n.254/2005 prevede che: "Gli indicatori di efficienza, efficacia e qualità dei servizi al fine di consentire il confronto tra le Camere di commercio sono elaborati utilizzando degli standard di calcolo comuni a tutte le Camere di commercio".

Anche il decreto legislativo 150/2009 prevede che il sistema di monitoraggio si debba basare sulla definizione degli indicatori utili per "... la comparazione con amministrazioni analoghe".

☐ Come ulteriore passo verso le esigenze dell'utenza sarà redatta la **Carta dei servizi** pur non sussistendo alcun obbligo giuridico conformandosi alla Direttiva del Presidente del Consiglio dei Ministri 27/01/1994 che detta i principi fondamentali cui deve ispirarsi l'erogazione dei

pubblici servizi oltre a disciplinare i rapporti tra enti ed utenti nonché le forme di tutela di cui possono avvalersi questi ultimi.

La Carta è uno strumento che sarà reso disponibile soprattutto per offrire una concreta garanzia di risposta alle esigenze e aspettative degli utenti.

Nel documento verranno infatti definiti i livelli di qualità dei servizi che gli Uffici della Camera si impegnano ad assicurare.

La Carta dei Servizi rappresenta quindi, una dichiarazione pubblica e formale di impegno verso determinati livelli qualitativi, con lo scopo di comunicare, con precisione, quanti e quali servizi vengono forniti, ma anche di: conoscere i propri diritti, esprimere consigli e critiche, valutare le prestazioni ricevute in rapporto ai livelli di qualità dichiarati, il tutto basato su regole certe, semplici e trasparenti.

Una carta dei Servizi, quindi per:

- definire precisi standard di qualità per ogni servizio
- formalizzare l'impegno a rispettare tali standard, verificati attraverso strumenti di misurazione esterni
- semplificare le procedure di contatto dell'utente con la Camera di commercio
- comunicare all'utenza i principali dati ricavati dalle periodiche rilevazioni di customer satisfaction

***"La Société a le droit de demander compte,
à tout Agent public de son administration"***

Art. XV della Dichiarazione dei diritti dell'uomo e del cittadino del 26 agosto 1789

La trasparenza

Come "accessibilità totale" della Camera: per favorire il controllo degli stakeolder e il consenso sociale sull'azione amministrativa e sul rispetto del principio di legalità

Se in via di principio si è tutti d'accordo sulla importanza della trasparenza nelle organizzazioni e nella pubblica amministrazione, in particolare, nella realtà dei fatti, operare con trasparenza e rendere conto puntualmente ai propri referenti è un'attività difficile e poco praticata.

Il principio della trasparenza, rilevato dall'art. 11 del d.lgs. n. 150/2009 è uno dei perni fondamentali attorno al quale si basa il raggiungimento effettivo dell'obiettivo fondamentale della riforma: servizi di maggiore qualità e minore costo per i cittadini. La trasparenza della pubblica amministrazione nei confronti dei propri cittadini e dei diversi interlocutori sociali costituisce infatti una delle leve fondamentali per l'efficienza della pubblica amministrazione. Essa è alla base dell'effettiva capacità delle istituzioni pubbliche di rendere conto ai propri amministrati delle attività svolte, rendicontazione che crea un efficace sistema di controllo, in un clima di reciproca fiducia tra controllato (pubblica amministrazione) e controllore (cittadini). Questo "controllo" costituisce il principale motore di un'azione amministrativa responsabile ed efficace. Allo stesso modo, la trasparenza costituisce anche un elemento essenziale per lo sviluppo di un efficiente sistema organizzativo, in quanto se coloro che operano all'interno dell'organizzazione sanno di muoversi in un ambiente trasparente, miglioreranno fiducia e motivazione.

La CIVIT con la delibera n. 105 del 14 ottobre 2010 ha approvato le "Linee guida per la predisposizione del Programma triennale per la trasparenza e l'integrità" (articolo 13, comma 6, lettera e, del decreto legislativo 27 ottobre 2009, n. 150) .

La trasparenza che tali testi valorizzano non è quella degli articoli 22 e segg. della legge n. 241/190: diritto di accesso ai documenti qualificato dalla titolarità di un interesse e sottoposto a specifici requisiti e limiti; "è *intesa come accessibilità totale (...) delle informazioni concernenti ogni aspetto dell'organizzazione, degli indicatori relativi agli andamenti gestionali e all'utilizzo delle risorse per il perseguimento delle funzioni istituzionali, dei risultati dell'attività di misurazione e valutazione (...)*"

E l'accessibilità totale presuppone l'accesso da parte dell'intera collettività a tutte le "informazioni pubbliche", secondo il paradigma della "libertà di informazione" dell'*open government* di origine statunitense, con il principale "scopo di favorire forme diffuse di controllo del rispetto dei principi di buon andamento e imparzialità"..

Ma ancora...

La trasparenza presenta un duplice profilo: un profilo *statico*, consistente essenzialmente nella pubblicità di categorie di dati attinenti alle pubbliche amministrazioni per finalità di controllo sociale; un profilo *dinamico* direttamente correlato alla performance. La pubblicità dei dati

inerenti all'organizzazione e all'erogazione dei servizi al pubblico, infatti, si inserisce strumentalmente nell'ottica di fondo del "miglioramento continuo" dei servizi pubblici, connaturato al ciclo della performance anche grazie al necessario apporto partecipativo dei portatori di interesse (stakeholder).

Per quanto attiene al buon andamento dei servizi pubblici e alla corretta gestione delle relative risorse, la pubblicazione on line dei dati consente a tutti i cittadini un'effettiva conoscenza dell'azione delle pubbliche amministrazioni, con il fine di sollecitare e agevolare modalità di partecipazione e coinvolgimento della collettività. In quest'ottica, la disciplina della trasparenza costituisce, altresì, una forma di garanzia del cittadino, in qualità sia di destinatario delle generali attività delle pubbliche amministrazioni, sia di utente dei servizi pubblici.

La pubblicazione di determinate informazioni, infine, è un importante spia dell'andamento della performance delle pubbliche amministrazioni e del raggiungimento degli obiettivi espressi nel più generale ciclo di gestione della performance. Con riferimento a quest'ultimo, occorre sottolineare che il Programma della trasparenza, da un lato, rappresenta uno degli aspetti fondamentali della fase di pianificazione strategica all'interno del ciclo della performance, dall'altro, permette di rendere pubblici agli stakeholder di riferimento, con particolare attenzione agli outcome e ai risultati desiderati/conseguiti, i contenuti del Piano e della Relazione sulla performance.

Il Programma triennale della trasparenza, pertanto, deve porsi in relazione al ciclo di gestione della performance e deve di conseguenza consentire la piena conoscibilità di ogni componente del Piano e dello stato della sua attuazione.

La trasparenza così qualificata, nell'attualizzare l'esigenza di assicurare una maggiore comunicazione e prossimità tra cittadini, società civile e P.A. e di garantire, attraverso la conoscibilità della attività amministrativa, il controllo democratico sulla stessa, viene così a configurare un'attualizzazione del principio di pubblicità dell'azione dei poteri pubblici, il quale, pur non esplicitamente codificato nella Carta costituzionale, rappresenta uno dei connotati essenziali dello stato di diritto, ritenuti dal costituente premessi ed acquisiti rispetto al precetto, più puntuale, dell'art. 97 della Costituzione.

La trasparenza e quindi un'organizzazione amministrativa conformata al principio di trasparenza diventa funzionale alla prevenzione e contrasto dei fenomeni corruttivi nella Pubblica Amministrazione, manifestando così la sua efficacia nel prevenire quelle numerose ed eterogenee forme di illiceità che possono caratterizzarne l'azione, sviarne gli scopi e le funzioni, decurtarne il patrimonio e l'efficienza funzionale.

Non è irrilevante che in Italia il Servizio Anticorruzione e Trasparenza inizia la sua operatività il 2 ottobre 2008, a seguito del Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri, dopo che il 25 giugno del 2008 era stato soppresso l'Alto Commissario per la prevenzione ed il contrasto alla corruzione.

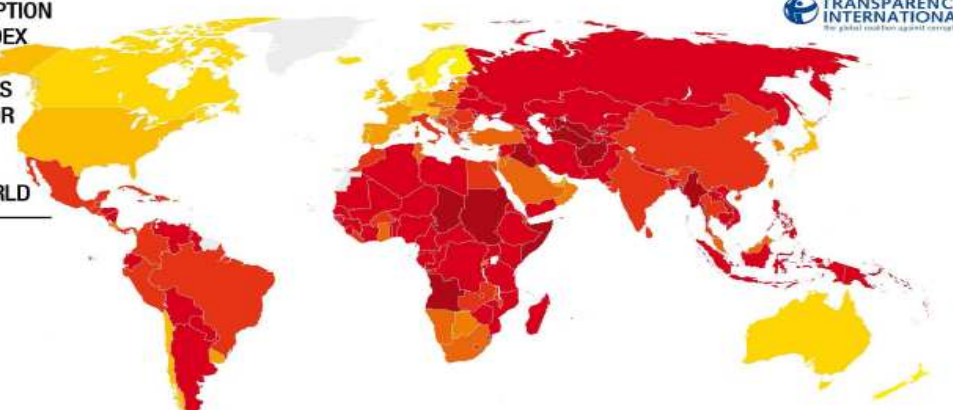
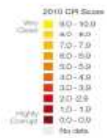
Dall'analisi condotta da Transparency International²⁶ relativa all'anno 2008, con riferimento ai primi 60 Paesi su un totale di 180 Paesi coperti dall'analisi, l'Italia si è posizionata al 55° posto in graduatoria per **Indice di percezione della corruzione** (CPI-Corruption Perceptions Index)²⁷ con un punteggio di 4,8, posizionandosi dietro ai principali Paesi OCSE e più sorprendentemente dietro a Paesi con livelli di minor sviluppo economico e sociale (ad esempio l'Uruguay classificatosi 23°; il Botswana classificatosi 36°; il Sud Africa classificatosi 54°, ecc.). Con la perdita di 14 posizioni in graduatoria rispetto allo scorso anno passando dalla 41^a posizione del 2007 alla 55^a del 2008, con una differenza in termini di punteggio dello 0,4 (dal 5,2 del 2007 al 4,8 del 2008).

Secondo l'analisi 2010 l'indicatore globale di riferimento, registra un peggioramento in Italia.

²⁶ Organizzazione non governativa internazionale, con sede centrale a Berlino, cui aderiscono oltre 90 associazioni su base nazionale che ha come missione quella di contrastare il fenomeno della corruzione a livello globale, facendo leva sull'impegno della società civile e creando un consenso intorno all'implementazione di riforme anticorruzione.

²⁷ Il CPI è un indice che determina la percezione della corruzione nel settore pubblico e nella politica in numerosi Paesi nel mondo, attribuendo a ciascuna Nazione un voto che varia da 0 (massima corruzione) a 10 (assenza di corruzione). Si tratta di un indice composito, ottenuto combinando dati da fonti diverse ed, in particolare, tratti da varie indagini ed analisi condotte da istituzioni indipendenti e rivolte ad esperti del mondo degli affari ed a prestigiose istituzioni.

THE 2010 CORRUPTION PERCEPTIONS INDEX MEASURES THE PERCEIVED LEVELS OF PUBLIC-SECTOR CORRUPTION IN 178 COUNTRIES AROUND THE WORLD



L'Italia secondo i dati 2010 rilevati per i 178 Paesi censiti si posiziona nella graduatoria mondiale al 67° posto registrando un "risultato" (score) di 3.9 dopo il Ruanda (66esimo con 4 punti) e immediatamente prima della Georgia (68esima con 3,8 punti), che segna un peggioramento della percezione della corruzione rispetto al dato del 2009 quando era al 63esimo posto con 4,3 punti, arretrando di 4 posizioni e di 12 posizioni rispetto al 2008.

Il CPI concerne la percezione della corruzione nella PA e non la percezione della corruzione nel settore privato, che pure trova collegamenti sostanziali nei rapporti tra pubblico e privato. Riguarda dunque il complesso delle pubbliche amministrazioni in Italia, e in particolare l'aggregato Regioni, enti locali e governo centrale. Poiché la performance non è positiva, ciò chiama in causa direttamente tutte le amministrazioni pubbliche italiane. In questo senso, il CPI rappresenta (al di là della misurazione in sé) uno strumento rilevante poiché il fenomeno corruttivo tende a essere interpretato in genere non solo in senso stretto, ma latu sensu quale indicatore della certezza dello stato di diritto in un Paese. E qui è noto che l'Italia soffre di un importante deficit di credibilità interna e internazionale. Laddove lo stato di diritto è debole, è intuitivo nella percezione generale che gli spazi per il diffondersi della corruzione si accrescono. E' doveroso evidenziare che il peggioramento dello score italiano è da collegare non ad un aumento del già troppo grave fenomeno della corruzione ma ad una maggior presa di coscienza da parte dell'opinione pubblica che ne determina quindi una maggiore percezione.

Secondo i dati del Rapporto al Parlamento presentato il febbraio 2009 dal Servizio Anticorruzione e Trasparenza (SAeT), tra le prime 5 regioni per numero di denunce di reati collegati ai fenomeni corruttivi compaiono 4 regioni del Sud Italia (la Sicilia con il 13,07% del totale delle denunce, la Campania (11,46%), la Puglia (9,44%), la Calabria (8,19%)) ed una del nord (la Lombardia con il 9,39% del totale delle denunce).

La Calabria - che fa registrare i maggiori valori assoluti - si conferma come regione con un tasso di denunce di reati collegati alla corruzione ogni 1.000 dipendenti ed ogni 10.000 abitanti (rispettivamente 11,19 e 7,8) superiore alla media nazionale (rispettivamente 7,30 e 4,11).

La tematica "corruzione" è dunque oggi di nuovo (o per la prima volta?) fra le priorità delle agende politiche e del mondo d'impresa, in particolare nella nostra Regione, sempre più penalizzato nel suo insieme da un sistema economico distorto e da una reputazione internazionale penalizzante.

Come può contribuire la Camera di Commercio, istituzione delle imprese e per le imprese?

Diffondendo la cultura e la consapevolezza che stimolare il confronto tra chi amministra e chi è amministrato è non solo indice di trasparenza e di buona amministrazione, ma anche e soprattutto segno di responsabilizzazione del singolo e della collettività; un diritto-dovere di un più avanzato concetto di cittadinanza attiva e partecipe, che trova nella partecipazione basata sulla conoscenza la sua origine.

Valorizzando un modello che si contrapponga alla scarsa credibilità delle istituzioni pubbliche, quella "legalità debole", anche correlata alla inesistente o scarsa trasparenza, che, in un circolo vizioso, disincentiva lo sviluppo economico e sociale, favorendo la diffusione di "alternative" allo Stato, rafforzando e diffondendo la sua l'immagine di "casa di vetro delle imprese e per le imprese" ma anche promuovendola all'esterno come metodo costante e processo, soprattutto nelle relazioni pubblico-privato, da assumere quale fondante di una nuova stagione sociale di moralità collettiva che significhi rifiuto e lotta alla illegalità diffusa.

L'impegno della Camera sarà dunque dedicato e nel dare piena e sollecita attuazione al **piano della trasparenza** e nel promuovere la conoscenza e la replicabilità sul territorio delle buone pratiche in tema di rafforzamento della legalità e potenziamento della prevenzione della corruzione.

Priorità viene riconosciuta ad una programmazione nell'acquisizione di beni e servizi ed esecuzione di lavori che coniughi la più ampia trasparenza a criteri di scelta del terzo contraente che migliorino la rispondenza alle esigenze e alla convenienza dell'ente.

Ne conseguono obiettivi operativi/azioni/risultati attesi nel 2011

Obiettivi operativi	Azioni	Risultati attesi ed indicatori (2011)
<p>I.2.1.1 La Camera market oriented: relazionalità con gli utenti/clienti</p> <p>I.2.1.2 Miglioramento della qualità percepita</p>	<p>I.2.1.1.1 Indagine di customer satisfaction</p> <p>I.2.1.1.2 Piano annuale di comunicazione</p> <p>I.2.1.1.3 Potenziamento di "Ciao impresa" quale sistema per monitorare l'accesso e la fruizione dei servizi, anche attraverso la registrazione diretta da parte delle imprese</p> <p>I.2.1.2.1 Manutenzione del sistema di gestione della qualità UNI EN ISO 9001 dei servizi anagrafici / regolazione del mercato e diritto annuale</p> <p>Implementazione del processo di certificazione UNI EN ISO 9001 per l'Azienda Speciale INFORMA.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Miglioramento tendenziale degli indici rispetto alla customer realizzata al 2009 - Monitoraggio qualità dei servizi del front office attraverso gli emoticon - Miglioramento dell'indice relativo alla efficacia con la quale la Camera comunica i servizi che offre: 26,1% nel 2009 ha giudicato che la Camera comunica i servizi che offre in modo "pienamente soddisfacente" giudizio "accettabile, da migliorare". - Partecipazione al network Linea Amica - Attivazione di un sistema di monitoraggio dell'accesso e della fruizione dei servizi (esclusi quelli anagrafici, tributari e protesti) da parte delle imprese - Progettazione di una intranet - Incremento del 10% delle imprese registrate sul CRM e attivazione della registrazione on line - Conferma della certificazione di qualità ISO 9001:2008 per l'Area anagrafica e di regolazione del mercato e per l'Ufficio Diritto - Acquisizione della certificazione da parte dell'Azienda Speciale INFORMA
<p>I.2.1.3 La trasparenza</p>	<p>I.2.1.3.1 Adozione dei necessari provvedimenti (e delle relative misure organizzative) attraverso i quali la Camera predispone la strumentazione che attualizza il principio della trasparenza, rilevato dall'art.11 del d.lgs. n.150/2009</p> <p>I.2.1.3.2 Informatizzazione dei pagamenti</p> <p>I.2.1.3.3 Regolamento sull'ordinazione in economia, in attuazione dell'art. 125 del d.lgs. 163/2006</p> <p>I.2.1.3.4 Trasparenza dei procedimenti</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Adozione del programma triennale della trasparenza e dell'integrità - Adeguamento della struttura e dei contenuti della sezione del sito "Trasparenza, Valutazione e Merito" alle specifiche normative perchè nel medio tempo rispetto all'entrata a regime del piano di cui sopra, riportino i contenuti stabiliti con delibera GC n.5/2011. - Informatizzazione degli ordinativi di pagamento e reversali nei rapporti con l'Istituto Cassiere - Approvazione del regolamento sull'ordinazione in economia - Approvazione del nuovo regolamento sui procedimenti e i responsabili, ai sensi della legge n.241/90 e ss.mm.ii. - Informatizzazione dei procedimenti relativi ai bandi che prevedano incentivi finanziari alle imprese - Adozione della carta del contribuente



Obiettivo strategico I.3

Miglioramento dell'efficacia organizzativa e valorizzazione delle risorse umane

Lo sviluppo di sistemi innovativi per il funzionamento della Camera finalizzati alla semplificazione, al miglioramento della produttività e della qualità dei servizi all'utenza, nel dare attuazione al d.lgs. 31 ottobre 2009 n. 150 in tema di ottimizzazione della produttività del lavoro pubblico e di efficienza e trasparenza delle pubbliche amministrazioni.

INDICATORI STRATEGICI (TRIENNALI)

1. Implementazione del ciclo di gestione della performance nei termini e secondo le modalità previste dal d.lgs. n.150/2009, delibere CIVIT, direttive degli organi della Camera
2. Estensione della certificazione secondo gli standard internazionali ISO 9001:2008 a tutti i servizi della Camera
3. Diffusione e Applicazione della "Carta dei servizi"
4. Adozione progressiva delle metodologie e tecnologie basate sull'e-learning, che consentano nel triennio il coinvolgimento del 90% del personale in processi di formazione e utilizzo per il 100 % delle risorse finanziarie da bilancio
5. Copertura dei posti non inferiore al 75% delle previsioni da piano triennale di reclutamento non inferiore al 60% in uno dei tre anni
6. Realizzazione di una "indagine di clima", quale strumento efficace per identificare il livello di soddisfazione (le aspettative, gli spazi di miglioramento, il livello di fidelizzazione) delle persone nel contesto organizzativo della Camera
7. Coinvolgimento nel triennio 2011-2013 di almeno l'80% dei dipendenti nei programmi promossi dall'Ente in materia di "benessere organizzativo"
8. Miglioramento della programmazione economico-finanziaria e della rendicontazione, implementando nei termini le innovazioni che conseguiranno alla legge n.196/2009 e al d. lgs. n. 23/2010, che all'art. 4bis prevede un decreto che innovi l'attuale DPR n. 254/2005

Piani operativi

I.3.1.1 - CAMBIAMENTO ORGANIZZATIVO E VALORIZZAZIONE DELLE RISORSE UMANE

La Camera di Commercio di Reggio Calabria lavora da tempo sulla sua organizzazione ed ha negli ultimi sei anni orientato la struttura verso obiettivi di efficienza e razionalizzazione, attraverso importanti ed incisive azioni sull'organizzazione e sul personale, che hanno permesso di ridisegnare l'organizzazione stessa dell'Ente: rivisitazione della macro e micro struttura, nuovo sistema professionale, ridefinizione delle posizioni organizzative.

Nei prossimi anni l'obiettivo da perseguire è quello di monitorare la struttura organizzativa rivisitata al fine di individuare e sperimentare soluzioni organizzative e gestionali che consentano di razionalizzare ulteriormente i processi interni all'ente anche attraverso la ricollocazione, sia pure parziale, di attività "no core": le politiche di sviluppo organizzativo, abbinate da una parte all'evoluzione della normativa e dei vincoli sul pubblico impiego di cui al d.lgs. n.150/2009 e dall'altra alle novità introdotte dal d.lgs. n.23/2010 di riforma della legge n.580/1993 sulle Camere di commercio, richiedono il continuo miglioramento dell'efficienza dei

servizi offerti all'utenza perseguendo sistematicamente il miglioramento e l'innovazione dei processi nonché la riduzione dei costi di gestione e dei meccanismi di funzionamento garantendo l'efficacia organizzativa dell'ente.

Si tratterà di dare continuità al già avviato processo di cambiamento, sostenibile nel tempo ed efficace, combinando azioni strutturali, attraverso l'implementazione a regime della rivisitata macrostruttura e microstruttura e del sistema professionale, con l'intervento sulle c.d. leve soft (piano di formazione, valorizzazione del merito, sistemi innovativi di premialità).

Un cambiamento che caratterizzi sempre più la gestione imprenditoriale della Camera.

Il termine "imprenditore", coniato dall'economista francese J.B. Say nei primi anni del 1800, identifica "colui che riesce a impiegare le risorse economiche sempre al meglio della loro redditività": in altre parole, un imprenditore usa le risorse in modi nuovi per massimizzarne la produttività e l'efficacia.

Analogamente, una Pubblica Amministrazione "imprenditoriale" persegue esattamente gli stessi obiettivi di ricerca di nuovi modi di massimizzazione degli sforzi/costi a fronte dei benefici offerti con i propri servizi al territorio (cittadini, imprese, istituzioni), con la consapevolezza che il vero problema della P.A. non è quello dei "fini", cioè di "cosa" fare, bensì di "come" farlo; il vero punto critico è che la buona gestione dei servizi deve essere un fatto trasversale a qualsiasi approccio e che il sistema deve comunque garantire qualità ed efficienza indipendentemente dalle scelte realizzate di cosa fare e a favore di quali soggetti.

Questo comporta delle implicazioni organizzative sulla rivisitata struttura dell'Ente che si riassumono in: flessibilità; efficienza; responsabilizzazione²⁸.

La strategia di flessibilità, riguarda direttamente la liberazione di quelle che vengono definite "economie di scopo". Significa cioè che l'intera organizzazione deve essere in grado di reagire tempestivamente ad ogni variazione sia sui volumi che sulla varietà di prodotti/servizi richiesti dall'utenza. Tale esigenza è particolarmente avvertita nelle Camere di Commercio in considerazione delle rapide evoluzioni nelle esigenze che le imprese hanno in un contesto di globalizzazione dell'economia e delle informazioni.

Il vantaggio è che le unità operative acquisiscono la capacità di autoespandere o autoridurre i processi operativi in funzione dell'andamento della domanda: in funzione delle variazioni di quantità e tipologia di output richiesti al processo operativo, la struttura flessibile è in grado di garantire il mix più idoneo di risorse per soddisfare le esigenze minimizzando i costi.

Questo riguarderà tutti i servizi organizzati con la logica della polifunzionalità degli operatori nell'ambito dell'area di appartenenza e in relazione alla complementarietà dei servizi rispetto alla loro specificità (di supporto interno o all'utenza esterna).

La strategia dell'efficienza quale utilizzo adeguato delle risorse disponibili nella sua duplice interpretazione:

- l'efficienza come massimizzazione del rapporto sforzi-risultato, intendendo in questo modo l'impiego minimo di risorse che consentano all'ente di erogare il maggior numero di prodotti/servizi (la loro qualità, come detto sopra, è un problema di efficacia);
- l'efficienza anche come capacità dell'ente pubblico di essere "generatore" di entrate, al di là di quelle che istituzionalmente o per norma sono dovute.

Nella P.A., a differenza del settore privato, i sistemi gestionali portano le persone a concentrarsi più su come e dove spendere i soldi, piuttosto che a pensare come guadagnarne, come garantire le entrate che servono per mantenere in vita i servizi.

La struttura si attiverà nei prossimi anni a migliorare la progettualità di servizi e linee di attività, nuove o che innovino a quelle preesistenti, organizzandola nella intercettazione di risorse finanziarie dei programmi comunitari nazionali e regionali oltre che del fondo di perequazione e nella nuova logica di piani di azione associati a livello regionale che diano forza e valore allo stare e fare insieme nell'intercettazioni di risorse esterne.

Tutto ciò significa potenziare la **strategia di responsabilizzazione** già intrapresa negli ultimi anni e che ha motivato il passaggio da un modello centrato sulla gerarchia e sul "potere della norma" ad un modello centrato sulla partecipazione e sul lavoro in team.

²⁸ Aspettative dei cittadini e strategie di successo per gli enti pubblici. Bruno Susio, *Direttore Divisione Pubblica Amministrazione - Galgano & Associati*

Le sfide che attendono la Camera nei prossimi anni e per effetto del nuovo assetto federale dello Stato (a cominciare dal federalismo fiscale e dalla istituzione a Reggio Calabria della Città Metropolitana) e per effetto delle deleghe di funzioni da parte della Regione Calabria e per effetto delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione in una società dell'informazione sempre più caratterizzata, si presentano così elevate da rendere necessaria la mobilitazione e la responsabilizzazione di tutte le intelligenze esistenti nell'Ente che non siano solo i dirigenti e i funzionari.

Il termine anglosassone di "empowerment", traducibile come "energizzazione" chiarisce meglio il concetto di responsabilizzazione cioè dare alle persone gli strumenti e potere ("power" appunto) affinché diano un contributo efficace al miglioramento della propria organizzazione.

Il richiamato approccio al TPS dell'ingegnere Ohno, ci aiuta a meglio definire la strategia da assumere sulla "responsabilizzazione": *"Le risorse umane vanno al di là di ogni immaginazione. Esse si espandono illimitatamente quando le persone cominciano a pensare"*.

Dare potere alle persone che sono operative nella realizzazione dei servizi, di mettere in discussione (in senso di critica positiva, si intende) l'organizzazione del lavoro, permette di ottenere maggiore valorizzazione professionale e anche più consapevolezza da parte loro verso i processi lavorativi in cui sono coinvolti.

Questo significa non solo responsabilità e quindi fiducia, ma anche coinvolgimento e condivisione per cui occorre che le persone che compongono la organizzazione ai vari livelli di struttura conoscano non solo i propri compiti e i propri obiettivi specifici, ma anche e soprattutto che cosa l'organizzazione vuole conseguire, perché e come; che condividano i vantaggi derivanti dal conseguimento dei risultati da parte dell'Ente ovvero ritengano di poter trarre un vantaggio individuale (materiale o immateriale) dal raggiungimento degli obiettivi comuni.

Perché ciò si verifichi si dovrà:

- formare le persone a svolgere il loro lavoro e nello stesso tempo comunicare perché comprendano il senso e le logiche del "gioco" in comune (*coinvolgere*);
- costruire meccanismi premianti tangibili ed intangibili tesi a far convergere gli obiettivi degli individui verso quelli dell'organizzazione (*condividere*);
- esprimere una riconosciuta onestà intellettuale, la capacità di comunicare, l'ascolto continuo, continui contatti con e fra le persone (*generare fiducia*);
- praticare l'esercizio della delega, attraverso la formazione e soprattutto educando alla responsabilità (*generare responsabilità*).

Direttrici operative

Attuazione del cambiamento organizzativo dell'Ente

Per come richiesto dalla riforma introdotta dal d.lgs. 31 ottobre 2009 n.150 in tema di ottimizzazione della produttività del lavoro pubblico e di efficienza e trasparenza delle pubbliche amministrazioni, in coerenza con le linee guida di Unioncamere per tutto il sistema camerale sar50 darà concreta operatività al "Ciclo di gestione della performance".

Entro il triennio prossimo la Camera è chiamata infatti ad accrescere la propria efficienza operativa, consolidare i processi di programmazione e di misurazione e valutazione per essere in grado di effettuare una verifica ed una valutazione sempre più approfondita dei risultati ottenuti e degli effetti conseguiti nel tessuto imprenditoriale e sul contesto socio economico della provincia, realizzare verifiche efficaci sul livello di soddisfazione dei bisogni delle imprese e dei cittadini, dare visibilità esterna alle azioni e ai risultati.

Gli strumenti del percorso:

- dalla **organizzazione della struttura** chiamata a fornire supporto ed assistenza e alla dirigenza e al Nucleo di controllo e valutazione strategica (o OIV)
- al "**Piano della performance**", quale strumento per: migliorare il *coordinamento tra le diverse funzioni* e strutture organizzative; rendere più efficaci i *meccanismi di comunicazione* interna ed esterna; individuare e incorporare le attese dei portatori di interesse (*stakeholder*); favorire una effettiva *accountability* e trasparenza.
- al "**Sistema di misurazione e valutazione della performance organizzativa e individuale**" per una verifica critica dei vigenti di sistemi di valutazione dei servizi dell'ente, del personale, della dirigenza, attraverso l'innovativo sistema rappresentato da quell'insieme, coerente ed esaustivo (sotto il profilo dei nessi, delle sequenze logico-temporali, delle relazioni

di reciprocità che le riguardano) delle metodologie, modalità, azioni che hanno ad oggetto la misurazione e valutazione della performance, poste in relazione con i soggetti e/o le strutture coinvolte nel processo, e la cui attuazione consente all'Ente di pervenire in modo, appunto, sistemico, a misurare e valutare la performance organizzativa e individuale:

⇒ *performance organizzativa* i cui ambiti sono i seguenti (art. 8):

- a) l'attuazione delle politiche attivate sulla soddisfazione finale dei bisogni della collettività;
- b) l'attuazione di piani e programmi, ovvero la misurazione dell'effettivo grado di attuazione dei medesimi, nel rispetto delle fasi e dei tempi previsti, degli standard qualitativi e quantitativi definiti, del livello previsto di assorbimento delle risorse;
- c) la rilevazione del grado di soddisfazione dei destinatari delle attività e dei servizi anche attraverso modalità interattive;
- d) la modernizzazione e il miglioramento qualitativo dell'organizzazione e delle competenze professionali e la capacità di attuazione di piani e programmi;
- e) lo sviluppo qualitativo e quantitativo delle relazioni con i cittadini, i soggetti interessati, gli utenti e i destinatari dei servizi, anche attraverso lo sviluppo di forme di partecipazione e collaborazione;
- f) l'efficienza nell'impiego delle risorse, con particolare riferimento al contenimento ed alla riduzione dei costi, nonché all'ottimizzazione dei tempi dei procedimenti amministrativi;
- g) la qualità e la quantità delle prestazioni e dei servizi erogati;
- h) il raggiungimento degli obiettivi di promozione delle pari opportunità.

⇒ *performance individuale dei dirigenti e del personale responsabile di una unità organizzativa*, collegata (art.9):

- a) agli indicatori di performance relativi all'ambito organizzativo di diretta responsabilità;
- b) al raggiungimento di specifici obiettivi individuali;
- c) alla qualità del contributo assicurato alla performance generale della struttura, alle competenze professionali e manageriali dimostrate;
- d) alla capacità di valutazione dei propri collaboratori, dimostrata tramite una significativa differenziazione dei giudizi.

la performance individuale del personale è collegata (art. 9):

- a) al raggiungimento di specifici obiettivi vi di gruppo o individuali;
- b) alla qualità del contributo assicurato alla performance dell'unità organizzativa di appartenenza, alle competenze dimostrate ed ai comportamenti professionali ed organizzativi.

Resta comunque confermato l'obiettivo di premiare il merito e l'eccellenza, e per questo resta fondamentale assegnare obiettivi chiari e precisi a ogni collaboratore e incentivare fortemente il loro raggiungimento; la parte variabile della retribuzione da valorizzare sempre più collegandola al contributo che il singolo offre a tutta la squadra in termini di quantità e qualità del proprio lavoro.

Rispettare e aiutare coloro che sono in difficoltà, ma convinti che devono essere i migliori a dover guidare il gruppo col loro esempio, ricavandone sviluppo economico e professionale ed incentivazione motivazionale.

Outsourcing e innovazione nel sistema di acquisizione di beni e servizi

Le politiche di outsourcing (composto dalle parole "outside" e "resourcing") hanno investito i processi di produzione e distribuzione di beni e servizi ai clienti, ma anche la gestione dei servizi di supporto interno (dalla manutenzione delle infrastrutture immobiliari e tecnologiche, all'amministrazione, alla finanza) ed assumono un ruolo centrale nei processi di creazione del valore (*outsourcing* strategico).

Nelle Amministrazioni Pubbliche, il vantaggio dell'outsourcing si dimostra sempre in termini di opportunità e convenienza economica, in quanto questa pratica incide positivamente sui costi e sull'efficienza dell'Ente rispondendo, infatti, ad un obiettivo di ottimizzazione dell'uso di risorse umane e economiche a disposizione, nonché di velocizzazione dei tempi di erogazione dei servizi e delle informazioni al cittadino. In questo senso, l'outsourcing diviene un'occasione per modernizzare la struttura e rispondere in maniera più efficace ed economica ai bisogni dei cittadini e. si concretizza nel progressivo trasferimento, in base a contratti, della produzione di servizi ed attività strumentali delle PA ad imprese private, pur continuando le stesse

Amministrazioni a finanziare l'attività e ad assumersi la responsabilità del soddisfacimento del bisogno pubblico.

Riduzione dei costi è l'effetto delle esternalizzazioni già in atto (buste paga, archivio deposito, centralino remoto) congiunto alla necessità, data la oggettiva limitata consistenza, di concentrare le risorse umane su specifiche funzioni e attività di rilevanza strategica, tralasciando quelle meno rilevanti e secondarie.

Occorre tuttavia osservare che è estremamente difficile, almeno per un Ente con un'estensione territoriale limitata come la Camera, contare di potere rientrare degli investimenti basandosi esclusivamente sul risparmio dei costi. I risparmi sono da ricercare soprattutto nella maggiore razionalità, economicità ed efficienza nelle attività di gestione, che possono discendere da quel tipo di progetto.

Così il ricorso all'outsourcing può essere motivato dall'aumento dell'efficienza produttiva conseguibile da:

- aumento del livello di specializzazione nello svolgimento di certe attività;
- rifocalizzazione sulle competenze distintive dell'impresa;
- aumento della flessibilità dell'impresa, sia operativa che strategica

L'organizzazione della Camera non è estranea all'esternalizzazione, ma il processo di esternalizzazione va assunto invece come scelta strategica, in relazione alla necessità che la Camera ha di rideterminare il proprio ruolo e il proprio rapporto con i fornitori esterni tenuto conto della inadeguata dotazione del personale in servizio:

- la valutazione complessiva del proprio portafoglio di attività e la verifica di coerenza tra mission assegnata alla Camera e portafoglio, al fine di individuare le aree di attività/servizi su cui concentrare risorse professionali, tecnologiche ed economico finanziarie;
- l'esigenza di gestire all'esterno semplici attività, come "insieme di pacchetti integrati" di attività e, talvolta, interi processi organizzativi.
- l'attivazione di un rapporto di collaborazione con il fornitore, caratterizzato da logiche di "partnership", "cooperazione" e "condivisione degli obiettivi".

Sarà anche valutato il ricorso al diffuso modello **Global Service**, che rappresenta una notevole novità nella gestione integrata dei servizi poiché trasforma la miriade di microappalti cui ricorrono oggi le pubbliche amministrazioni in un insieme coeso di attività coordinate e gestite da un unico soggetto esterno specializzato. Emerge, da questo nuovo assetto organizzativo, il tentativo di trovare una soluzione al frazionamento contrattuale a cui soggiace l'amministrazione quando affida lo svolgimento di determinate attività a fornitori terzi, mediante l'individuazione di un unico assuntore responsabile dell'intero "pacchetto" e mediante la creazione di un sistema unitario di governo del processo che include anche le funzioni di monitoraggio e programmazione.

Con l'adozione del *Global Service* risulta inoltre possibile indicare in modo puntuale e globale i costi che l'amministrazione deve sostenere riuscendo in tal modo a fare emergere la "spesa sommersa".

Ricorso alle convenzioni Consip e maggiore utilizzo del mercato elettronico; monitoraggio e controllo della qualità e dei costi,

La valorizzazione delle risorse umane

E' centrale nel perseguimento dell'obiettivo strategico, sia pure tenuto conto delle minori risorse finanziarie spendibili nei prossimi anni per effetto della politica nazionale di contenimento dei costi della formazione, perché la qualità delle persone è la chiave del successo, perché valorizzare il potenziale dei singoli vuol dire anche dar loro l'opportunità di approfondire le proprie conoscenze. Un adeguato supporto formativo e percorsi di crescita professionale, mirati ad aumentare le competenze necessarie per svolgere il proprio ruolo ed, in prospettiva, nuovi incarichi e nuove responsabilità, perché all'interno di un'economia basata sulla conoscenza deve essere possibile aggiornare e integrare competenze e capacità lungo tutto l'arco della vita lavorativa, e tenendo ben presente che miglioramenti della posizione individuale di lavoro non dipendono unicamente dall'acquisizione di titoli di studio più alti ma anche dalla valorizzazione di abilità e competenze derivanti da esperienze di apprendimento non formalizzate e informali.

L'offerta formativa 2011 sarà orientata dagli stessi dipendenti sulla base dei loro bisogni e si articolerà in: formazione tecnico professionale; formazione extra professionale (lingue, informatica, comunicazione); formazione costante destinata alle figure apicali (dirigenza, D3 e

D1) e diretta ad arricchire la dimensione personale e professionale del "capo" affrontando i principali temi manageriali attraverso incontri, gruppi di lavoro, seminari e laboratori dedicati; i percorsi della conoscenza, mirati a sviluppare nelle persone le capacità professionali coerentemente con il loro percorso di crescita all'interno della Camera, destinati al personale di categoria B e C secondo distinti programmi.

Nella predisposizione del piano formativo 2011 saranno seguite le indicazioni impartite dal Dipartimento Funzione Pubblica tramite la Direttiva n. 10 del 2010.

Si opererà per *rafforzare il senso di appartenenza*: ascoltare i lavoratori sia nei loro bisogni sia nei loro suggerimenti, informarli rispetto alle politiche messe in atto (intensità ed efficacia della comunicazione interna), valorizzare i contributi professionali disponibili, fare partecipare ai processi decisionali perché ognuno esprima al meglio il proprio talento, coinvolgendo sempre di più i lavoratori nelle sfide dell'amministrazione e favorendo la consapevolezza della rilevanza del proprio lavoro e di quella del proprio Ente: sentirsi parte di un'istituzione che contribuisce a migliorare la vita delle imprese, a favorirne lo sviluppo, a tutelare l'interesse collettivo può certamente essere un elemento di motivazione e appartenenza soprattutto in una fase come quella attuale di forti cambiamenti sul piano dei bisogni sociali. Esplicitare, rendere visibili tali sfide, coinvolgere i lavoratori nel perseguimento dei risultati e riconoscere il loro contributo in questo senso è una prima fondamentale risorsa da attivare.

Ne consegue l'importanza della *comunicazione interna*, il cui compito primario è quello di avvicinare l'immagine riflessa che il governo e la direzione ha della Camera all'immagine reale che ne hanno i suoi dipendenti; è dunque un aspetto della politica delle risorse umane, in quanto si attivano quei bisogni più alti del dipendente - che Maslow definisce "di appartenenza", "di stima" e "di autorealizzazione".

Rivelare in anteprima ai dipendenti la realizzazione di una nuova programmazione, metterli al corrente del lancio di un nuovo servizio o di un diverso sistema organizzativo, oltre a ridurre i rischi di un eventuale rigetto, serve a migliorare, infatti, la possibilità di successo all'esterno, perché la nuova iniziativa nascerà sotto il segno della partecipazione, della corresponsabilità e del consenso interno.

Secondo Abram Maslow, uno dei massimi studiosi dei bisogni e delle motivazioni umani, l'uomo, una volta acquisiti gli strumenti per sopravvivere fisicamente e socialmente, ha bisogno di relazioni sociali. Ha bisogno di essere accettato dagli altri e di sentirsi parte del gruppo con il quale condivide tempi e spazi della propria vita. Dal rapporto con gli altri emerge l'esigenza di differenziarsi da loro, di definire la propria individualità e di farla rispettare.

Per favorire il raggiungimento degli obiettivi dell'Ente, è fondamentale che ogni risorsa percepisca il valore del proprio contributo e si senta parte di un'unica squadra.

Solo così sarà in grado di accrescere le sue performance a aiutare l'ente sempre più orientato al cliente per ascoltarne i bisogni, interpretarne la domanda, fornire le risposte attese.

Per questo, assume importanza la possibilità di misurare concretamente il grado di soddisfazione di ciascuna risorsa.

Dal dipendente alla persona

Gli strumenti più caratteristici della comunicazione interna saranno oltre una intranet e i bulletin board, le riunioni plenarie del personale e le conferenze di direzione ma anche una convention quale occasione di incontro e confronto che coinvolga tutti, nelle quali venga illustrata la visione completa della Camera, dei suoi meccanismi di funzionamento, degli ultimi sviluppi organizzativi; per esaminare insieme i risultati rispetto agli obiettivi definiti; per condividere gli obiettivi di innovazione e miglioramento continui.

Opportune le *Conferenze organizzative*: stimolare il dibattito interno e condividere soluzioni e strategie finalizzate all'attuazione della mission e degli obiettivi assegnati alla Camera nell'ambito della recente riforma della Pubblica Amministrazione e della sua stessa identità istituzionale e funzionale.

Particolare attenzione sarà continuerà ad essere dedicata al *WorkFlow (Gestione elettronica dei processi lavorativi)* management system che prevede una gestione automatizzata dei flussi tipici della Camera per assicurare, da una parte, interazioni sotto forma di scambi di informazioni tra i diversi attori quali, dall'altra fornisce a ciascuno di essi le informazioni necessarie per la realizzazione del proprio compito. Ciò consentirà di eliminare punti critici e duplicazioni e garantire una maggiore efficienza e trasparenza al cliente finale.

La programmazione dei fabbisogni di risorse umane

Con delibera della Giunta Camerale n. 111 del 15 novembre 2010 è stato approvato il Piano triennale dei fabbisogni di personale 2011/2013 ed il Piano Operativo annuale 2011, attraverso i quali sono state definite modalità di reclutamento per la copertura dei posti previsti dal piano privilegiando la mobilità esterna.

Efficientare tale programmazione e i correlati processi di reclutamento comporta:

- sviluppare il contenuto dei piani di fabbisogno delle risorse umane ampliandone il contenuto anche in ottica "privatistica" e al fine di continuare a garantire un'adeguata copertura dei fabbisogni (volumi, profili, competenze) in coerenza con l'evoluzione delle esigenze organizzative
- proseguire nello studio e nell'evoluzione di processi selettivi che garantiscano la collocazione "della persona giusta al posto giusto" attraverso l'accertamento della sussistenza delle capacità e delle conoscenze teorico-professionali richieste con riferimento sia al profilo professionale e alle sia alle attitudini e alle potenzialità del candidato (il cd. "saper essere")

Il benessere organizzativo

Non solo applicazione delle norme di cui al d.lgs. n.81 del 2008 quanto l'ambiente fisico sempre più concepito per mettere l'uomo al centro dei processi. Infondere serenità, stimolare la creatività e l'apprendimento, l'ergonomia - oltre che la sicurezza - degli ambienti di lavoro, costituiscono, infatti, elementi di fondamentale importanza per sviluppare la mission della Camera.

E' così importante offrire agli operatori la possibilità di lavorare in contesti organizzativi che favoriscano gli scambi, la trasparenza e la visibilità dei risultati del lavoro, in ambienti dove esista un'adeguata attenzione agli spazi architettonici e al contesto ambientale come ai rapporti tra le persone e allo sviluppo professionale.

Alla formula "benessere organizzativo" si accompagnerà nell'anno 2011 la formula "benessere delle persone", un programma personalizzato di informazione e prevenzione da concordare con il "medico competente" che vada al di là del ruotinario check medico, per comprendere, ai sensi del T.U. n.81/2008, come modificato dal decreto legislativo. n. 106/2009, il principio in forza del quale la valutazione dei rischi da lavoro, deve includere "tutti i rischi" per la salute e sicurezza delle lavoratrici e dei lavoratori; non solo, quindi, i fattori di rischio "tradizionali" (come, ad esempio, i rischi relativi all'uso di sostanze pericolose o di macchine), quanto anche rischi di tipo "immateriale", tra i quali, espressamente, quelli che riguardano lo *stress* lavoro-correlato, quale definito dall'accordo europeo dell'8 ottobre 2004, recepito in Italia dalle parti sociali il 9 giugno 2008.

Ne conseguono obiettivi operativi/azioni/risultati attesi nel 2011

Obiettivi operativi	Azioni	Risultati attesi ed indicatori (2011)
I.3.1.1 Attuare il cambiamento organizzativo dell'Ente	I.3.1.1.1 Attuazione del ciclo di gestione delle performance	<ul style="list-style-type: none"> - Approvazione nei termini del piano della performance 2011-2013 - Definizione del Sistema di misurazione e valutazione delle performance della Camera - Attuazione della previsione normativa sull'Organismo Indipendente di Valutazione
	I.3.1.1.2 Outsourcing, per l'aumento dell'efficienza produttiva 1.3.1.3 Innovazione nel sistema di acquisizione di forniture e servizi incrementando l'utilizzo degli strumenti di e-procurement.	<ul style="list-style-type: none"> - Ricorso al modello del Global Service che riduca del 50% i micro/piccoli appalti di manutenzione ordinaria ed una riduzione degli oneri di funzionamento del 10% - Superare per il 70% della spesa annua le acquisizioni di forniture e servizi attraverso convenzioni Consip e il mercato elettronico della pubblica amministrazione - Analisi dei costi degli impianti e programmi tecnologici (ICT ed e-gov) al fine di un utilizzo razionale che ne determini la riduzione nel triennio: da presentare in fase di predisposizione del preventivo economico 2012.
I.3.1.2 Valorizzare le risorse umane	I.3.1.2.1 Formazione, "la qualità delle persone è la chiave del successo"	<ul style="list-style-type: none"> - Definizione di un piano formativo 2011 focalizzato su aspetti specialistici, secondo le indicazioni della Direttiva FP n.10/2010 - Coinvolgimento in processi formativi di tutto il personale della categoria D per almeno 50 ore ,di almeno il 10% dl restante personale per n.15 ore e di altro 10% per n.8 ore
	I.3.1.2.2 Partecipazione. Coinvolgimento dei lavoratori nelle sfide dell'amministrazione, sviluppando la consapevolezza della rilevanza del proprio lavoro e di quella del proprio Ente.	<ul style="list-style-type: none"> - Realizzazione di una conferenza organizzativa per stimolare il dibattito interno e condividere soluzioni e strategie - Progettazione di una "indagine di clima"
	I.3.2.3 Programmazione dei fabbisogni delle risorse umane	<ul style="list-style-type: none"> - Assunzione di tutto il personale previsto dal piano di reclutamento 2010.
	I.3.2.4 Benessere organizzativo	<ul style="list-style-type: none"> - Realizzazione di un programma personalizzato di informazione e prevenzione da concordare con il medico competente



AREA STRATEGICA II LA SEMPLIFICAZIONE

Indirizzo strategico

La funzione riconosciuta alle Camere di Commercio dall'art. 2 comma 2 lett.b della legge n. 580/1993 innovata dal d.lgs.n.23/2010 "promozione della semplificazione delle procedure per l'avvio e lo svolgimento di attività economiche", le attribuisce una competenza ed una responsabilità per il conseguimento di quella effettiva semplificazione, promossa come "impresainungiorno" il cui successo si misura sull'effettiva riduzione degli oneri e dei tempi burocratici da parte del sistema della PA.

Alla Camera viene pertanto chiesto di proseguire con determinazione sulla strada della semplificazione, diminuendo il più possibile il peso della burocrazia sulle nostre imprese, proponendosi come protagonista dei processi di innovazione per rendere efficienti i rapporti tra imprese ed amministrazione pubblica.

Se fino a oggi abbiamo fatto semplificazione interpretando in piena autonomia la nostra missione – realizzando il Registro delle imprese informatico promuovendo la firma digitale e la posta elettronica certificata – da domani, quando si parlerà di «semplificazione delle procedure per l'avvio e lo svolgimento di attività economiche» (come dice l'articolo 2al comma 2), si saprà che si sta parlando di Camere di commercio, perché questa è diventata una nostra specifica competenza.
F. Dardanella, Presidente Unioncamere

Che la burocrazia fosse uno dei principali problemi del rapporto tra imprese e Pubblica Amministrazione non è certo una novità. Tuttavia soprattutto in momenti economici così difficili come quelli attuali, pesi strutturali di questo genere non fanno altro che rallentare la ripresa economica, soprattutto in relazione alla competitività internazionale. Quantomeno strategico nel 2010, soprattutto in conseguenza della crisi economica internazionale che ha riportato alla ribalta in tutti i Paesi europei il tema dell'"eccesso di regole", degli "sprechi" della macchina pubblica e dei costi eccessivi del fare impresa.

La Commissione europea ha infatti stimato per l'Italia un'incidenza dei costi amministrativi derivanti dai diversi livelli di governo pari al 4,6 % del PIL, che equivale a un costo complessivo di circa 70 miliardi l'anno (precisamente 69,96 mld di €). Ogni impresa si trova ad accantonare, in media, quasi 14mila euro per gli adempimenti necessari, impiegando risorse interne (dalle 30,9 giornate/uomo del 2008 alle 32,3 del 2009) e consulenti esterni (un aumento del 4%: dai 13.300 euro ai 13.877) e l'incidenza crescente dell'onere da PA sul fatturato delle imprese, che passa da circa il 5% nel 2008 a quasi il 7% nel 2009. La voce di costo sale di oltre 9mila euro in media per azienda se si aggiungono i crediti vantati e non ancora ottenuti a causa del ritardo dei pagamenti della pubblica amministrazione.

Secondo l'Ufficio studi di Confartigianato le aziende dei settori manifatturiero, costruzioni e servizi 'bruciano' 16.629 milioni di euro l'anno, pari a circa un punto di PIL, equivalente ad un costo medio per azienda di 12.334 euro. E la quota maggiore di questi oneri, pari al 76,3%, è a carico delle microimprese con meno di dieci dipendenti.

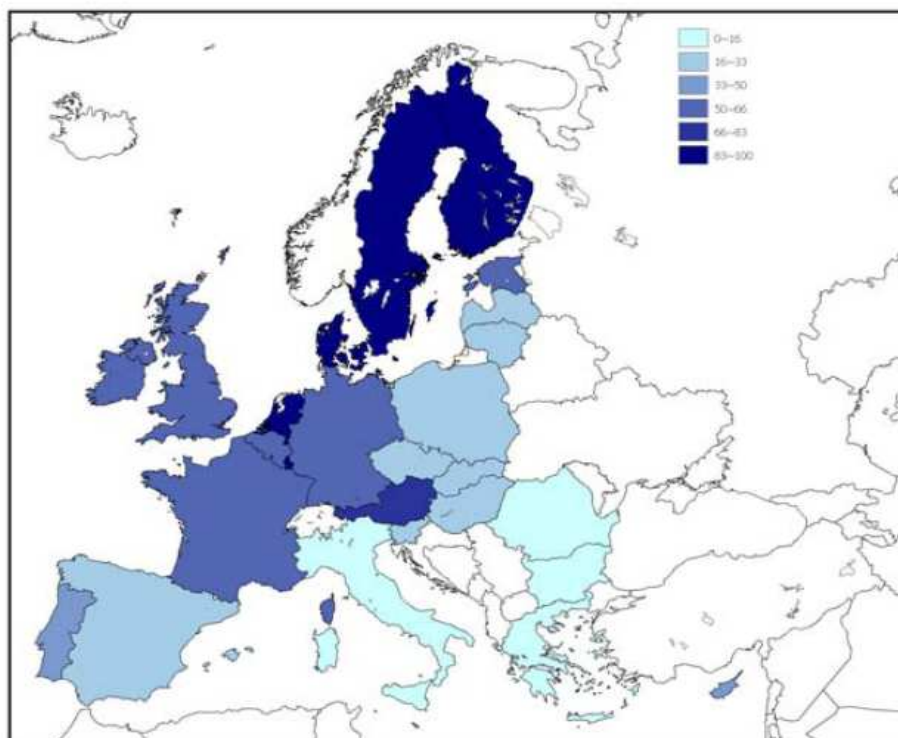
In termini pro capite, invece, su ogni cittadino italiano, secondo un'analisi condotta dall'Ufficio studi della CGIA di Mestre, grava un costo annuo pari a 1.165 €. A fronte di una media europea pari a 866,2 €, solo l'Austria, con 1.510,3 €, la Grecia, con 1.407,3 € e l'Olanda, con 1.283,7 €, presentano dei costi amministrativi superiori ai nostri.

Le analisi condotte dalle principali organizzazioni internazionali ed una vasta letteratura individuano che un eccesso di regolazione e di oneri burocratici per le imprese siano una delle prime cause dello svantaggio competitivo dell'Italia nel contesto europeo e nell'intera area Ocse ed fattore di ostacolo alla concorrenza e alla crescita delle imprese.

L'ultimo rapporto **Doing Business** della Banca mondiale confina il nostro paese all'80esimo posto della classifica internazionale del poter fare impresa secondo i canoni dell'International Finance Corporation (Ifc), il braccio della World Bank autore del rapporto. Gli elementi microeconomici presi in considerazione riguardano gli aspetti procedurali della creazione di un'impresa, con relativi costi d'avviamento e tempi.

Il Global Competitive Index 2009-2010 stilato dal World Economic Forum mostra come su 15 fattori di criticità per lo svolgimento di attività economiche, quello considerato più problematico in Italia è l'inefficienza della burocrazia, che il 18,2% degli intervistati pone al primo posto. Percentuali più basse si registrano negli altri paesi industrializzati.

Così nella graduatoria sulla **competitività delle regioni europee**, secondo la ricerca "EU Regional Competitiveness Index" (RCI), già richiamata, l'Italia non vanta posizioni di prestigio per quanto riguarda la qualità delle istituzioni; il nostro paese si colloca, infatti, nella categoria più bassa per questo parametro, assieme a Bulgaria, Romania e Grecia.



Aree più chiare indicano maggiore difficoltà di "fare"

Le piccole e medie imprese, le quali rappresentano il 95% della struttura produttiva del paese, l'80% dell'occupazione e contribuiscono a creare il 70% della ricchezza, sono quelle che subiscono di più gli effetti della cattiva organizzazione della Pubblica Amministrazione.

A 'burocrazia zero', le piccole imprese recupererebbero più della metà del gap di produttività che oggi scontano rispetto alla media della produttività di Francia, Germania e Spagna.

Alcuni studi mostrano che la situazione è diversificata sul territorio. A fronte di una maggiore efficienza di alcune regioni del Centro-Nord, nelle regioni meridionali si registrano situazioni di ritardo e di grave inefficienza. I tempi per l'avvio di un'attività di impresa sono più bassi di circa la metà nel Centro-Nord e i costi inferiori del 56%; il tempo medio per la cessazione delle attività è superiore al Sud di quasi il 40% rispetto al resto del Paese, il costo è pressoché il doppio.

Secondo il V° Rapporto nazionale 2010²⁹ "Imprese e burocrazia-Come le micro e piccole imprese giudicano la Pubblica Amministrazione" di Promo Pa Fondazione³⁰, il livello di gradimento sull'operato della pubblica amministrazione ha raggiunto quest'anno il livello più basso dal 2006. In una scala da 0 a 10 l'indice si posiziona a 4 punti contro il massimo di 4,7 punti di tre anni fa. Al tempo stesso la Pa rappresenta una fonte di costo - ancora considerevole e in aumento - stimato in oltre 23mila euro in media per azienda.

La posizione italiana è tuttavia il risultato di un insieme di contesti molto diversi.

L'indice di qualità, un mix tra efficienza ed efficacia dei servizi, dinamismo della Pa e leggerezza del carico amministrativo percepito dall'azienda, premia il Trentino Alto Adige e il Friuli Venezia Giulia, con tutto il sud in coda.



Dal Rapporto emergono le seguenti altre risultanze:

☐ La percezione del livello di soddisfazione per i servizi resi dalle Pubbliche Amministrazioni alle piccole e micro imprese e le aspettative future delle imprese: sul primo aspetto il livello è rimasto stabile, benché sempre molto contenuto ed in particolare migliorano le valutazioni delle imprese del Nord Est (da 4,6 a 4,7), del Nord Ovest (da 4,5 a 4,6) e soprattutto del Centro (da 4,1 a 4,4), mentre crolla il livello di soddisfazione nel Sud e nelle isole, già tradizionalmente molto basso (da 4,2 a 3,7); l'indice di tendenza delle aspettative per il prossimo triennio tende a crescere, ma solo nel Centro Nord, mentre nel Sud appare in costante regressione sin dal 2006.

☐ L'indicatore, denominato "efficiency gap", che misura lo scarto percentuale esistente tra il livello di importanza attribuito dalle imprese ad una determinata tematica e il livello di soddisfazione sulla performance della PA rispetto alla tematica stessa, nel periodo 2006-2009 è andato peggiorando (dal 45% nel 2006 a circa il 54% nel 2009) a dimostrazione che sta diminuendo la capacità della PA di rispondere ai bisogni del sistema imprenditoriale: l'aspetto su cui risulta più elevato l'efficiency gap è la "Semplicità dell'iter burocratico, seguito dall'"Organizzazione e sinergia tra gli uffici" e i "Tempi di attesa per l'erogazione dei servizi"

☐ In generale semplificazione e e-government sono ritenuti gli ambiti di intervento prioritari ai fini del miglioramento del rapporto tra imprese e PA.

☐ Il differenziale Nord-Sud tende ad aumentare rispetto a tutti gli indicatori considerati: costi, livello di soddisfazione e stato delle aspettative. La fotografia che emerge dall'indagine è quella di un sistema pubblico che funziona a macchia di leopardo, nel quale i modelli di eccellenza, che pur esistono a livello locale, non sono messi in rete e non fanno sistema per diffondere le buone prassi.

☐ Il tema culturale è senza dubbio quello decisivo: senza un cambiamento profondo dell'approccio e della mentalità del funzionario pubblico, nella direzione dell'etica del civil servant e del manager pubblico qualsiasi tipo di cambiamento e riforma rischia di essere vanificato. Da parte loro, le tecnologie dell'informazione e della comunicazione svolgono un ruolo decisivo nel processo di modernizzazione della PA e possono contribuire a ridurre

²⁹ E' un'indagine nazionale focalizzata sulle imprese fino a 50 dipendenti e si caratterizza per un'attenzione specifica al sistema delle Micro e Piccole, che fornisce una stima dei costi legati agli adempimenti burocratici e si avvale a questo scopo di serie storiche significative, che consentono una lettura diacronica dei fenomeni presi in esame. Quest'anno per la prima volta viene poi analizzato il tema cruciale "dei ritardati pagamenti" della PA, che si aggiungono ai costi complessivi sostenuti per la burocrazia. Il volume fornisce inoltre un rilevante "indice di gradimento" espresso dai Piccoli sulle performances della PA nei confronti del mondo produttivo e sulle recenti riforme introdotte al fine di modernizzare l'apparato pubblico.

³⁰ PROMO P.A. è una Fondazione, con sede in Lucca, impegnata per la riforma e l'innovazione della Pubblica Amministrazione: realizza progetti e diffonde modelli, idee e pratiche innovative in tema di governance, beni culturali, turismo e marketing territoriale, energia e ambiente, tecnologie per la P.A., svolge attività di ricerca, formazione (seminari, corsi, preparazione a concorsi), consulenza.

fortemente gli oneri burocratici a carico delle imprese. Non a caso la semplificazione è la priorità per le micro e piccole imprese italiane, non solo per meglio dialogare con la PA ma soprattutto per uscire dalla crisi, recuperare efficienza e diventare più competitive.

☐ Il giudizio più positivo delle imprese è rivolto verso quegli Enti che più hanno lavorato su questa tematica, come le camere di commercio che si confermano per il quarto anno consecutivo l'interlocutore privilegiato delle micro e piccole imprese, staccando nettamente gli altri enti.

Il ranking di competitività vede ultima tra le regioni meridionali la Basilicata (235esima sulle 268 regioni europee), la prima la Campania ma collocata alla 199esima posizione, davanti a Puglia e Calabria (222esima posizione). Alle spalle delle regioni meridionali, una schiera di territori appartenenti a Paesi svantaggiati o comunque messi a dura prova dalla crisi (Grecia, Spagna, Portogallo, Romania).

Tra **i fattori territoriali che risultano più rilevanti sul livello di competitività delle PMI italiane** rileva l'offerta di servizi da parte della PA oltre che l'offerta di servizi tradizionali, l'offerta di servizi tecnologicamente avanzati, l'offerta professionale e formativa e l'offerta di infrastrutture.

In generale, le imprese meridionali fanno registrare una maggiore influenza di questi fattori legati al territorio e alle sue economie esterne sulle prestazioni aziendali, proprio ad indicare il fabbisogno di maggiori sostegni esterni all'impresa, in quanto fattori strategici di contesto competitivo locale. Come unica eccezione, si osserva come i servizi tecnologicamente avanzati risultino strategici in misura superiore per le aree forti come il Nord dinamico.

Fattori che influenzano la competitività delle PMI

Valori % su totale PMI

	Offerta infrastrutturale	Offerta di servizi della PA	Offerta professionale e formativa	Offerta di servizi tradizionali	Offerta di servizi tecnologicamente avanzati	Dotazione di spazi insediativi
Sistemi diversificati	16,4	7,5	21,1	21,0	18,6	5,2
Nord dinamico	18,6	8,2	20,4	25,1	24,2	4,0
Sistemi forti aperti	17,0	7,4	16,9	23,0	17,1	4,6
Aree intermedie	20,8	13,2	22,0	26,6	18,9	5,8
Aree minori del Centro	19,1	9,3	23,1	24,2	21,5	4,9
Sud in mezzo al guado	18,1	9,8	21,6	25,3	18,7	4,9
Capitali del Sud	21,8	13,5	19,2	29,0	18,0	7,9
Città delle Isole	20,8	13,5	19,6	29,5	22,0	5,4
Gates internazionali	17,6	8,7	17,2	24,0	18,8	7,3
Frontiere della sostenibilità	14,1	5,3	19,7	17,1	13,4	4,9
Profondo Sud	29,2	12,6	21,0	30,9	16,0	9,5
Sistemi diversificati	18,1	8,7	19,2	24,1	19,3	5,3

Fonte: elaborazioni su dati Istituto Tagliacarne-Unioncamere

31

Il ruolo della Pubblica Amministrazione è dunque fondamentale proprio nei sistemi territoriali più deboli, che infatti registrano una minore presenza di PMI che si relazionano principalmente con le imprese private come clienti (con fatturato di tale committenza superiore al 50%). Vale a dire che i sistemi territoriali dove le imprese - e le piccole e medie imprese in particolare - sono meno *business-market oriented* segnalano un ruolo più rilevante della Pubblica Amministrazione sulla propria competitività aziendale.

³¹ Rapporto Unioncamere 2010- Clusterizzazione provinciale secondo il modello ESA (Economia Società Ambiente) che consente di distinguere gli elementi che caratterizzano i sistemi locali sotto i tre diversi punti di vista dei pilastri della sostenibilità e che annovera le province calabresi, ad esclusione di Cosenza, nell'11 Cluster denominato "Profondo Sud" che comprende le aree a maggior ritardo di sviluppo del Paese: si tratta di territori relativamente arretrati in termini economici (in ultima posizione relativa), in parte caratterizzate da squilibri sociali, ma che vantano un'elevata compatibilità ecologica.

Di fronte alla crisi, il Governo ha infatti impresso una forte accelerazione agli interventi di semplificazione amministrativa con il "Piano per la semplificazione 2010-2012", la messa a regime del taglia-oneri e l'adozione di misure (da tempo attese dal mondo imprenditoriale) in materia di edilizia libera, SCIA e Conferenza dei servizi, lo sportello unico per le attività produttive che arricchiscono il quadro dei numerosi interventi di semplificazione operativi o in itinere:

- ☐ il "Piano per la semplificazione 2010-2012", che individua le azioni e gli strumenti volti a conseguire entro il 2012 un taglio di almeno il 25% dei costi con un risparmio atteso pari a 17 miliardi all'anno per le imprese: la rilevazione deriva dall'attuazione del "Taglia-oneri amministrativi", programma introdotto nel 2008 (art. 25 del dl 112/2008.) con l'obiettivo di misurare i costi burocratici del sistema Italia ed arrivare entro il 2012 a stabilire una riduzione del 25% dei costi della burocrazia (come da accordi con l'Europa).
- ☐ le novità della semplificazione mirata per le piccole e medie imprese, che consentirà di eliminare o semplificare le procedure sproporzionate per oltre 4,5 milioni di imprese: il c.d.principio di proporzionalità per gli adempimenti amministrativi che verranno differenziati in relazione alla dimensione, al settore in cui l'impresa opera e all'effettiva esigenza di tutela degli interessi pubblici, in linea con le previsioni dello Small Business Act adottato a livello comunitario. Si tratta di una operazione nuova di semplificazione per le 4.500.000 PMI (delle quali il 95% ha meno di 10 addetti) che consentirà, tenendo conto anche dei risultati della misurazione, di eliminare o semplificare adempimenti inutili o eccessivi per le PMI sulla base del criterio di proporzionalità, di estendere l'autocertificazione e l'uso delle tecnologie;
- ☐ i risultati di "Burocrazia: diamoci un taglio!", l'iniziativa di ascolto lanciata sul web dal Ministro Brunetta per raccogliere i suggerimenti e le proposte di semplificazione che nascono dall'esperienza dei cittadini e delle imprese;
- ☐ il quadro dei principali interventi di semplificazione adottati: dal d.lgs.n.59/20120 sull'attuazione delle direttiva comunitaria servizi, alla legge n.122/2010 che introduce il regime SCIA e innova la "conferenza dei servizi", al DPR. N.160/2010 sul nuovo Sportello Unico delle Attività Produttive ma anche la previsione dell'Agenzia delle imprese regolamentate dal DPR n.159/2010 solo per citare gli interventi dell'anno in corso.

Secondo l'Ufficio Studi della Confartigianato³² le aziende dei settori manifatturiero, costruzioni e servizi 'bruciano' 16.629 milioni di euro l'anno, pari a circa un punto di PIL, equivalente ad un costo medio per azienda di 12.334 euro. E la quota maggiore di questi oneri, pari al 76,3%, è a carico delle microimprese con meno di dieci dipendenti.

Tutto ciò condanna l'Italia al penultimo posto tra le 30 economie avanzate per la facilità di fare impresa. Solo la Grecia fa peggio di noi.

Nella classifica mondiale il nostro Paese occupa la 78° posizione, su tempi e costi per fare impresa; 75° posto per quanto riguarda i **tempi di avvio di una nuova impresa..** La posizione per lo *start-up* di impresa è arretrata nell'ambito delle economie avanzate: l'Italia si classifica al 21° posto tra le 27 economie Ocse.

La classifica stilata sulle province italiane registra Reggio Calabria e le altre province calabresi tutte agli ultimi posti:

Posizione Provincia

1 Ravenna	94 Bari
2 Reggio Emilia	95 Crotona
3 Prato	96 Taranto
4 Rimini	97 Cosenza
5 Forlì-Cesena	98 Vibo Valentia
6 Pistoia	99 Isernia
7 Modena	100 Reggio Calabria
8 Lucca	101 Campobasso
9 Arezzo	102 Roma
10 Piacenza	103 Catanzaro

Per accompagnare le imprese verso la ripresa economica e quindi un'accelerazione della loro crescita, è necessario rimuovere gli ostacoli amministrativi-burocratici che ne appesantiscono il cammino, ne rallentano il percorso decisionale, aggravano i costi aziendali.

³² Elaborazioni Confartigianato su dati Banca Mondiale - Doing Business 2010_Agosto 2010

Reggio Calabria e tutta la Calabria hanno bisogno di una PA che migliori il rapporto con le imprese oggi logorato da:

- un'incidenza dell'onere da PA sul fatturato delle imprese, pari a quasi il 7% nel 2009;
- un numero di giornate/uomo dedicate agli adempimenti amministrativi, pari a 31 giornate nel 2009;
- I costi medi legati al ricorso ai consulenti esterni, che passano da 5.862 euro nel 2006 a 6.469 euro l'anno nel 2009.

Le PMI reclamano una PA Più qualificata, agile, efficiente, moderna. Ne hanno bisogno la Regione, i Comuni, le Province, le Camere di Commercio, ma anche le imprese, il terzo settore. I cittadini. Il motivo è evidente. L'amministrazione pubblica è la risorsa essenziale del capitale sociale, il motore di un territorio, la leva dello sviluppo. Una burocrazia pesante, dissipativa, introversa, lenta non regge il passo spedito delle trasformazioni in atto. Perde e fa perdere terreno. E in una fase delicata e difficile come l'attuale è un costo insostenibile. E poi non è affatto detto che non si possa osare: la pubblica amministrazione si può cambiare.

Ancora, una burocrazia forte e autorevole, qualificata e competente serve per aiutare la politica a rientrare nella politica. E' una delle risposte più incisive alle degenerazioni di una politica che non sa più parlare alla gente, incomprendibile sull'orizzonte di governo e sulle riforme strutturali eppure ossessivamente risucchiata dallo spazio della gestione. Dunque, riformare la pubblica amministrazione è anche riformare la politica. Costringerla ad abbandonare lo spazio del fare per rientrare nello spazio del pensare e, dunque, decidere insieme alla comunità.

Infine, la portata dell'azione riformatrice, che l'attuale Governo Nazionale sta portando avanti, ha una notevole complessità che non può essere delegata soltanto allo strumento normativo e ad uno o più atti di legge/regolamenti. La riforma della pubblica amministrazione è un processo lungo, laborioso, che richiede la contestuale attivazione di più leve del cambiamento. La riforma della pubblica amministrazione è un processo complesso, culturale e di formazione professionale / tecnologica e di consapevole responsabilità sociale nei confronti della comunità di riferimento, non un atto burocratico.

INDICATORI STRATEGICI DI OUTCOME (TRIENNALI)

1. Operatività del SUAP in almeno il 70% dei comuni della provincia
2. Implementazione a regime dell'"Osservatorio della PA" che attraverso l'indicatore "efficiency gap" monitori il livello di soddisfazione delle imprese sulla performance della PA



Obiettivo strategico II.1

La Camera agente della semplificazione amministrativa nella valutazione dei suoi utenti/clienti e nel porsi quale riferimento istituzionale operoso nell'affiancare i Comuni per il funzionamento del SUAP.

La Camere, agente sul territorio della semplificazione amministrativa, finalizzata e alla riduzione degli oneri burocratici in linea con le indicazioni comunitarie di cui alla Direttiva servizi³³ ed

³³ Direttiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo e del Consiglio del 12 dicembre 2006 relativa ai servizi nel mercato interno: ha l'obiettivo di agevolare la libertà di stabilimento dei prestatori di servizi in altri Stati membri e la libertà di prestazione di servizi tra gli Stati membri. Si propone anche di ampliare la scelta offerta ai destinatari dei servizi e migliorare la qualità dei servizi per i consumatori e per le imprese utenti di servizi.

Europa 2020³⁴ e con le politiche nazionali "Burocrazia: diamoci un taglio"³⁵, Piano per la semplificazione amministrativa 2010-2012³⁶.

INDICATORI STRATEGICI (TRIENNALI)

1. Interoperabilità Camera/PP.AA: per il totale delle PP.AA. coinvolte nel SUAP
2. Indice di gradimento delle imprese superiore a 5 (scala 1-10) risultante dall'approfondimento territoriale del Rapporto nazionale "Imprese e burocrazia. -Come le micro e piccole imprese giudicano la Pubblica Amministrazione" annualmente realizzato da Promo Pa Fondazione

La Camera di Commercio ha raggiunto con "comunica" risultati soddisfacenti verso l'obiettivo del conseguimento del tempo reale, a partire dalla gestione delle funzioni del Registro Imprese come punto di riferimento e porta d'accesso delle imprese e degli utenti ai procedimenti amministrativi, con ricorso prioritario alla tecnologia informatica ed ai processi improntati alla qualità, per come richiamato nel precedente programma della presente relazione. Risultati percepiti dagli utenti per come risulta dall'indagine della customer satisfaction.

Il consolidamento dell'obiettivo è atteso da un riefficientamento dei servizi del registro delle imprese per quanto alla comunicazione unica di imprese, entrata a regime nell'aprile di quest'anno e dalla sua estensione agli adempimenti richiesti per l'Albo delle imprese artigiane, a seguito del trasferimento alle Camere di Commercio delle funzioni un materia da parte dell'ente regione con delibera della G.R. n.644 del 4 OTTOBRE 2010, in attuazione della legge regionale n.34/2000; ma anche dalla puntuale applicazione della direttiva 2006/123/CE, del Parlamento europeo e del Consiglio, del 12 dicembre 2006, relativa ai servizi nel mercato interno, in funzione di una immediata ed agevole fruizione da parte dei destinatari benefici collegati alle procedure semplificate (d.l.s. n.59/2010 e legge n.122/2010.)

Ma la funzione riconosciuta alle Camere di Commercio dall'art.2 comma 2 lett.b della legge n. 580/1993 innovata dal d. lgs. n.23/2010 "promozione della semplificazione delle procedure per l'avvio e lo svolgimento di attività economiche", le attribuisce una competenza ed una responsabilità per il conseguimento di quella effettiva semplificazione, promossa come "impresainungiorno" il cui successo si misura sull'effettiva riduzione degli oneri e dei tempi burocratici da parte del sistema della PA.

Alla Camera viene pertanto chiesto di proseguire con determinazione sulla strada della semplificazione, diminuendo il più possibile il peso della burocrazia sulle nostre imprese, proponendosi come protagonista dei processi di innovazione per rendere efficienti i rapporti tra imprese ed amministrazione pubblica.

Il patrimonio di conoscenze ed esperienza della Camera va messo espressamente al servizio dell'obiettivo di individuare i percorsi, anche normativi oltre che procedurali ed organizzativi, volti a ridurre i costi, le molestie e le incertezze burocratiche che costituiscono una delle principali barriere all'ingresso sul mercato di nuovi imprenditori e alla crescita delle imprese già operanti.

Un apporto insostituibile per ridare autorevolezza ed efficienza al nostro sistema amministrativo locale per metterlo in condizione di diventare un fattore decisivo per lo sviluppo civile, economico e sociale, data la centralità che esso riveste per il sistema delle imprese e dell'intero territorio in un momento storico caratterizzato da una competizione sempre più accesa sullo scenario mondiale, dove la globalizzazione, colta nella dimensione economica, è processo che non soltanto obbliga l'impresa a competere su mercati transnazionali sempre più vasti, ma mette direttamente in concorrenza le diverse realtà territoriali in tutte le loro articolazioni.

³⁴ Il 3 marzo 2010 la Commissione europea ha presentato la strategia Europa 2020 per uscire dalla crisi e preparare l'economia dell'UE ad affrontare le sfide del prossimo decennio. La Commissione individua tre motori di crescita, da mettere in atto mediante azioni concrete a livello europeo e nazionale: crescita intelligente (promuovendo la conoscenza, l'innovazione, l'istruzione e la società digitale), crescita sostenibile (rendendo la nostra produzione più efficiente sotto il profilo dell'uso delle risorse, rilanciando nel contempo la nostra competitività) e crescita inclusiva (incentivando la partecipazione al mercato del lavoro, l'acquisizione di competenze e la lotta alla povertà)

³⁵ Iniziativa congiunta del Ministro per la PA e l'Innovazione, Formez, Linea Amica, lanciata il 25/11/2009: la finalità è quella di far uscire la PA dalla propria tradizionale autoreferenzialità e aprirsi ai propri clienti con iniziative sistematiche di ascolto.

³⁶ Approvato dal Consiglio dei Ministri il 7 ottobre 2010 fornisce il quadro dei risultati raggiunti dal taglia-oneri (art. 25, legge n. 133 del 2008) e definisce obiettivi, strumenti e piani operativi per intensificare e completare le attività in corso e conseguire entro il 2012 il traguardo di un taglio di oltre il 25% dei costi della burocrazia.

Piano operativo

II.1.1. DECLINATO DAI PRINCIPI DELLO SMALL BUSINESS ACT: PROMUOVERE E CONTRIBUIRE *alla costruzione di un sistema territoriale della P.A. permeabile alle esigenze delle PMI e che sia di apporto ad un contesto in cui le imprese possano prosperare e che sia gratificante per lo spirito imprenditoriale.*

Supportare l'avvio e l'operatività del SUAP, quale unico riferimento e punto di contatto per gli adempimenti amministrativi richiesti per la nascita e vicende modificative ed estintive dell'impresa, strumento per la costruzione di una cittadinanza attiva e di relazioni sociali eed imprenditoriali che realizzino un sistema territoriale di PA per l'impresa.

Direttrici operative

Una nuova interazione

Il divario fra la disponibilità di servizi sul web e la diffusione del loro utilizzo non deriva solo da un deficit di comunicazione: l'esperienza dimostra che, quando i servizi sono davvero utili e vengono avvertiti come particolarmente appetibili, l'utenza impara ad usarli in tempi rapidi.

Si tratta pertanto di promuovere i servizi e gli strumenti informatici e digitali (PEC, Business key, starweb, ecc.) presso i clienti; di promuovere approcci multicanale in grado di raggiungere i diversi utenti differenziati per caratteristiche sociali e culturali. Si tratta di recuperare quell'approccio "click and brick" già richiamato.

Introdurre dei meccanismi premiali per favorire il ricorso agli strumenti più avanzati. Un cittadino che utilizza una piattaforma telematica per segnalare un problema o che, più semplicemente, ricorre ad uno sportello telematico per accedere ad un servizio permette all'amministrazione pubblica di fare meglio spendendo di meno. Esattamente come avviene nel settore privato si potrebbe pensare di fidelizzare tale attività con dei crediti da poter utilizzare in altri servizi pubblici

Particolare rilevanza occupa la diffusione della conoscenza e dell'utilizzo del "**portale impresainungiorno**", introdotto dall'rt.38 del d.l. n.112/2008 come evoluzione di "impresa-gov" verso un'offerta di servizi alle imprese che riguardi tutte le attività economiche su tutto il territorio nazionale. Con il DPR n.160/2010 costituisce il punto di contatto a livello nazionale. Ma in generale la diffusione dell'ICT per cui si rinvia all'apposito programma.

La governance cooperativa

Con le altre pubbliche amministrazioni per eliminare l'acquisizione cartacea (ovvero per e-mail) dei certificati, attraverso l'acquisizione diretta di dati e documenti e così agevolare l'acquisizione d'ufficio ed il controllo sulle dichiarazioni sostitutive, attraverso azioni volte a rendere disponibili in rete i dati in possesso delle singole Amministrazioni, secondo regole d'accesso condivise, nel rispetto del Codice della privacy ed evitando la duplicazione delle banche dati.

Con gli operatori professionali (commercialisti, notai, avvocati, ragionieri, consulenti del lavoro) attraverso la operatività della costituita commissione giuridica che anticipa la consulta composta dai rappresentanti dei liberi professionisti designati dai presidenti degli ordini professionali, prevista dal comma 4 dell'art.10 della legge n.580/1993 per come innovato dal d.lgs. n.23/2010.

Con le associazioni imprenditoriali e dei consumatori.

L'operatività del SUAP

Declinato dai principi della Direttiva 2006/123/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 12 dicembre 2006 relativa ai servizi del mercato interno, recepiti dall'art.38 del D.L. n.112/2008 e che trovano attuazione nel DPR n.160/2010, per la semplificazione amministrativa come obiettivo di sistema

C'è una leva nevralgica, forse decisiva per il cambiamento della provincia e dell'intera Regione, oltre che per il Mezzogiorno e per l'intero paese: lo Sportello Unico per le Attività Produttive. Perché mette alla prova la pubblica amministrazione territoriale nel suo insieme verso la costruzione di una cittadinanza attiva e di relazioni sociali estese e cooperative: è la riforma che consente tutte le altre riforme. La riforma delle riforme. Eppure se ne parla ancora poco, soprattutto dai mass media, al contrario degli applausi alla crociata antifannulloni che dimostrano quanto sia radicata nel senso comune la convinzione che la pubblica

amministrazione sia andata, costituisca una zavorra di cui liberarsi piuttosto che un essenziale bene pubblico.

Si cambia la pubblica amministrazione intanto cominciando a rivendicare il diritto di pensarla migliore. Di pensarla positiva nell'affrontare e vincere la sfida del SUAP.

"Gli Stati membri provvedono affinché le procedure e le formalità relative all'accesso ad un'attività di servizio e al suo esercizio possano essere espletate con facilità, a distanza e per via elettronica, mediante lo sportello unico e le autorità competenti" (art.8 Direttiva Servizi)

"Il SUAP è l'unico soggetto pubblico di riferimento territoriale per tutti i procedimenti che abbiano ad oggetto l'esercizio di attività produttive e di prestazione di servizi, e quelli relativi alle azioni di localizzazione, realizzazione, trasformazione, ristrutturazione o riconversione, ampliamento o trasferimento, nonché cessazione o riattivazione delle suddette attività, ivi compresi quelli di cui al d.lgs. n. 59/2010 (art.2 del DPR n.160/2010).

"E' uno strumento di semplificazione amministrativa che utilizza a sua volta altri strumenti di semplificazione (comunica, conferenza di servizi, Scia, silenzio assenso, accordo tra amministrazione e privati ecc.) al fine di snellire i rapporti tra Pubblica Amministrazione (P.A.) ed utenza

Ma anche il rapporto PA imprese del territorio

Per attivare un sistema territoriale di PA che non sia un freno ma motore di crescita e sviluppo delle imprese, è necessario conoscere bene il punto di partenza e cioè una verifica del posizionamento della provincia di Reggio Calabria all'interno del più ampio contesto geografico di riferimento (Calabria ed Italia) per un'analisi del rapporto PA/MPA del territorio ,di assoluta importanza nel perseguimento di quell'obiettivo "qualità e competitività del territorio" fondante di una sorta di "patto per lo sviluppo della città metropolitana" di cui si tracceranno le linee nella parte dedicata al territorio.

La Camera è chiamata a spendersi sul territorio per favorire la fattiva collaborazione con e tra le istituzioni locali coinvolte nello svolgimento degli adempimenti, attivando forme e "strutture" di collaborazione con i comuni per coadiuvare l'attivazione dei Suap telematici per condividere un approccio ispirato ai principi di:

- a) **sussidiarietà orizzontale, libertà d'iniziativa economica** e di associazione, di concorrenza, di stabilimento e di prestazione di servizi;
- b) **fiducia reciproca tra la Pubblica Amministrazione e l'impresa, i suoi rappresentanti e intermediari professionali**, a fronte di precise e verificabili assunzioni di responsabilità da parte di tutti i soggetti, come base per un più moderno e maturo rapporto improntato alla collaborazione che, nella specificità dei ruoli, favorisca il conseguimento dell'obiettivo comune dello sviluppo dei sistemi socio-economici locali;
- c) tutela dell'interesse pubblico attraverso **forme di controllo basate sulla valutazione del rischio e sulla programmazione degli interventi**, ricercando un progressivo ed equilibrato spostamento della **fase di controllo dalla fase ex-ante alla fase ex-post**;
- d) **riduzione degli obblighi amministrativi non essenziali e dei relativi oneri**, favorendo il ricorso ovunque possibile alla pratica dell'autocertificazione, ricercando la standardizzazione delle procedure e l'eliminazione delle ridondanze informative;
- e) **riduzione dell'incertezza per l'esercizio dell'attività d'impresa**, ricercando la massima conoscibilità, semplicità, prevedibilità ed, in definitiva, trasparenza, dell'azione amministrativa;
- f) **celerità dell'azione amministrativa**, ricercando ogni soluzione atta a sostenere l'innovazione di processo e a dare efficienza all'attività della Pubblica Amministrazione e quindi a ridurre i tempi necessari per valutare e dare risposta alle richieste formulate dalle imprese.

Il riferimento sarà rappresentato dalle intese in corso di perfezionamento tra Unioncamere ed ANCI, sulle modalità di cogestione del "Portale impresainungiorno" e sul coordinamento delle azioni per dare concretezza ad "impresainungiorno" e tra Unioncamere e Conferenza delle Regioni sulla condivisione di obiettivi di semplificazione e sulla integrazione degli interventi..

Di assoluto riferimento il Rapporto nazionale annuale "Imprese e burocrazia. Come le Micro e Piccole imprese giudicano la Pubblica Amministrazione", già richiamato.

Ne conseguono obiettivi operativi/azioni/risultati attesi nel 2011

Obiettivi operativi	Azioni	Risultati attesi ed indicatori(2011)
II.1.1.1 Una nuova interazione	II.1.1.1.1 Diffusione della conoscenza del portale "impresainungiorno.gov.it"	- Realizzazione di 3 seminari informativi sul portale distribuiti sul territorio provinciale e destinati alle imprese, professionisti ed associazioni di categoria
II.1.1.2 La governance cooperativa	II.1.1.2.1 Dalla interoperabilità dei sistemi informatici tra le PP.AA della provincia alla conoscenza del rapporto PA/Imprese per una collaborazione che valga ed eliminare le criticità e valorizzare le potenzialità di sistema II.1.1.2.2 Consolidamento procedure Comunica ed albo artigiani telematico	- Approfondimento territoriale del Rapporto Nazionale "Impresa e burocrazia" - Progettazione dell' "Osservatorio della PA" - Operatività di convenzioni con almeno 10 P.A. locali per l'utilizzo delle banche dati del Registro Imprese - Messa a regime della integrazione RI/Albo Artigiani/SUAP
II.1.1.3 Operatività del SUAP	II.1.1.3.1 Esercizio della funzione di sussidiarietà relativa ai compiti del SUAP in caso di inerzia o inadeguatezza dei Comuni o gestione del Suap in associazione con gli stessi II.1.1.3.2 Attività di informazione, formazione, sostegno, accompagnamento ed assistenza ai Comuni per un impegno congiunto di tutti i soggetti istituzionali coinvolti nelle procedure Suap	- Attivazione dei SUAP camerali per tutti i comuni non accreditati presso il MISE - Adesioni alle eventuali convenzioni per forme associate di esercizio del SUAP se richieste dai Comuni - n.2 seminari informativi per i Comuni non accreditati per concertare azioni comuni - Formazione di una squadra tecnica che offra assistenza (anche a distanza) ai comuni non accreditarli per accompagnarli sino alla fase dell'operatività :almeno 10 comuni.



AREA STRATEGICA III

COMPETITIVITA' DELLE IMPRESE

Indirizzo strategico

Le "Funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese, curandone lo sviluppo nell'ambito delle economie locali". (Art.2 della legge 580/1993 riformata dal d.lgs. n.23/2010), riconosciute alla Camera e che le attribuiscono una competenza ed una responsabilità per affrontare attraverso programmi di azioni efficaci i nodi strutturali che limitano la competitività delle imprese sullo stesso territorio insediate.

"Se l'Italia soffre di competitività, nel Mezzogiorno il gap è ancora più evidente a causa degli storici problemi di cui soffre questo territorio"³⁷

Come già illustrato nel paragrafo sul "Contesto esterno", sono ancora lontani i segnali di schiarita per il tessuto produttivo meridionale. Le previsioni 2010³⁸ sono tutte negative: debole crescita del Pil rispetto al Centro-Nord ed un mercato del lavoro ancora in affanno con un tasso di disoccupazione che subirà un ulteriore aumento, passando dal 12,5 al 13,5 per cento.

Nel 2009 sono 188mila i posti di lavoro persi. Stabili, invece, i consumi delle famiglie meridionali che dovrebbero posizionarsi sui livelli del 2009. E' quanto emerge da "Report Sud", sondaggio semestrale condotto da Diste (Dipartimento Studi Territoriali) e Fondazione Curella. Ma gli effetti della fase recessiva penalizzano anche gli ultimi indicatori economici misurati. Uno su tutti: il valore aggiunto.

Al Meridione, il ramo di attività più colpito dalla crisi è quello dell'industria manifatturiera. Qui la produzione registra un crollo, chiudendo l'anno con una discesa del valore aggiunto del 17 per cento. Unica nota positiva arriva dal turismo. Comparto che tiene con un incremento dell'incoming

A sua volta l'economia calabrese è fortemente dipendente dalla spesa pubblica, strettamente connessa alla persistente, strutturale incompletezza della matrice produttiva regionale³⁹.

La sottodotazione di attività industriali della regione è inequivocabilmente confermata da un tasso di industrializzazione che ancora nel 2005, secondo i dati dell'Archivio ASIA, è risultato pari ad appena 20 addetti manifatturieri ogni 1.000 abitanti, decisamente inferiore a quello già molto modesto del Mezzogiorno (37,2 addetti ogni 1.000 abitanti, a fronte di 100,2 del Centro-Nord). In termini di valore aggiunto, la quota dell'industria in senso stretto sul totale dell'economia è appena del 10%, di 4 punti minore di quella del Mezzogiorno (14,2%) e abbondantemente inferiore alla metà di quella delle regioni del Centro-Nord (23,8%). Forte è il

³⁷ Paola Annoni, che insieme a Kornelia Kozovska ha curato la ricerca EU Regional Competitiveness Index 2010

³⁸ Report Sud 2010 del sondaggio semestrale condotto da Diste e Fondazione Curella

³⁹ Riccardo Padovani, Direttore SVIMEZ "La responsabilità della politica pubblica tra crisi e prospettive di sviluppo" alla presentazione de "L'Italia secondo i conti pubblici territoriali (CPT)-I flussi finanziari pubblici nella regione Calabria "Catanzaro, 20 gennaio 2010

peso delle "altre attività di servizi", che ricomprendono anche la maggior parte dei servizi offerti dal settore pubblico, pari a quasi il 32% del valore aggiunto, di tre punti maggiore di quello del Mezzogiorno (28,7%), ma quasi doppio di quello del Centro-Nord (17,6%).

Un rinnovato intervento pubblico in Calabria, per essere efficace nel ridurre, nel medio-lungo periodo, la dipendenza della regione dai trasferimenti pubblici dovrà supportare processi di espansione dei settori dell'economia in grado di competere sui mercati nazionali e internazionali (manifatturiero e servizi *tradeable*), attraverso la valorizzazione dei vantaggi competitivi dell'area. L'assistenza può ammortizzare gli effetti della bassa crescita ma non può certo sostituire lo sviluppo. È dunque necessario proseguire e rafforzare il processo di industrializzazione; premessa per una più elevata competitività dell'intero sistema e condizione essenziale per la crescita di un terziario pubblico e privato innovativo.

La fase attuale è, come tutti sappiamo, modificata non tanto in quanto si annullino le possibilità di una crescita sostenuta e continua nei prossimi anni, cosa che viene considerata ancora possibile, quanto perché si è notevolmente accresciuto il senso di incertezza sulle tendenze di sviluppo a livello globale.

Questa incertezza, mista allo svilupparsi di nuove opportunità (basti pensare, anche solo come fatto emblematico allo sviluppo della Cina nei mercati del mondo, deve trovare una risposta adeguata: le istituzioni, le imprese e le forze sociali devono saper imprimere al sistema un forte e qualificato impulso all'innovazione dentro un contesto che non isoli i singoli soggetti ma che consenta un elevato processo di cooperazione e di collaborazione per attenuare gli effetti depressivi e dissuasivi del clima di incertezza internazionale.

Dalla domanda internazionale sicuramente verranno opportunità e impulsi per il sistema produttivo (sia per l'industria che per i servizi avanzati e il turismo) che andranno colti e trasformati in ricchezza e sostegno ad uno sviluppo duraturo, ma occorre sempre di più entrare nella logica della cooperazione e della progettazione a scala locale come forma forte e stabile di risposta alle turbolenze che provengono dai processi di globalizzazione in atto.

Si tratta dunque di lavorare ad una sorta di patto territoriale per costruire un nuovo modello di sviluppo per il territorio: un documento di risposta al clima di incertezza attraverso la messa a punto di strumenti di concertazione e di cooperazione a livello locale (come a livello regionale) che sappiano superare le secche della inconcludenza e della indeterminazione per avviarsi invece verso modelli avanzati di progettazione integrata che consentano la confluenza fra diversi soggetti e fra diverse risorse finanziarie e umane.

Per intercettare le opportunità che lo scenario previsionale al 2013 lascia intravedere.

2010 - 2011				
	Reggio Calabria	Calabria	Mezzogiorno	Italia
Tassi di crescita medi annui del periodo:				
Valore aggiunto	1,7	1,2	1,4	1,7
Occupazione	0,2	-0,1	0,2	0,3
Valori % a fine periodo:				
Esportazioni/Valore aggiunto	1,7	1,2	10,1	21,5
Tasso di occupazione	27,7	29,0	30,2	38,3
Tasso di disoccupazione	13,3	11,8	13,1	8,3
Tasso di attività	32,0	32,9	34,8	41,8
Valori pro capite a fine periodo:				
Valore aggiunto per abitante	11,5	11,6	12,2	18,3
Valore aggiunto per occupato	38,5	37,1	39,1	45,5
2012 - 2013				
	Reggio Calabria	Calabria	Mezzogiorno	Italia
Tassi di crescita medi annui del periodo:				
Valore aggiunto	1,9	1,7	1,8	2,1
Occupazione	1,0	0,8	1,0	1,1
Valori % a fine periodo:				
Esportazioni/Valore aggiunto	1,7	1,2	10,6	22,4
Tasso di occupazione	28,0	29,2	30,6	38,6
Tasso di disoccupazione	12,9	11,3	12,7	7,7
Tasso di attività	32,2	32,9	35,0	41,8
Valori pro capite a fine periodo:				
Valore aggiunto per abitante	11,9	12,0	12,6	19,0
Valore aggiunto per occupato	39,2	37,8	39,7	46,4

Si tratta di dare un nuovo, e più forte, impulso alle politiche per lo sviluppo della innovazione e qualità economica, sociale e territoriale della provincia.

L'indirizzo politico-strategico e gli strumenti a sostegno dell'innovazione dei processi e dei prodotti devono integrarsi con la naturale spinta dei soggetti economici a rendere riconoscibile il sistema reggino, auspicabilmente nel più ampio "modello di sviluppo Calabria", per la qualità intrinseca dei prodotti e a fondare su questo "marchio di origine" una parte rilevante della competitività.

Si tratta di ancorare questo modello meno legato alla spontaneità dei singoli processi in atto (sia pubblici che privati) e di renderlo, in maniera trasparente e coerente in tutte le sedi, una scelta strategica per la provincia.

Per far questo occorre passare dalla logica della innovazione e della qualità come elemento isolato di un segmento produttivo, di un'area di servizi o di un presidio culturale (quel prodotto, quella componente, quell'istituzione pubblica o privata, quel centro di ricerca, etc), alla logica della innovazione e della qualità come prodotto complessivo.

La scommessa è quella di essere un efficace meccanismo di produzione, capace di esportare nel mondo, con particolare attenzione al mediterraneo, qualità e creatività, ma legando a questo, in un contesto reso sempre più difficile dalla globalizzazione e dai sempre più alti livelli di competitività internazionale, una forte attenzione alla tenuta dell'ambiente e alla qualificazione del lavoro e del sistema sociale.

Il presente piano è l'occasione e la sede per questa chiamata collettiva dei soggetti e delle istituzioni che, se portate a sviluppare cooperazione e integrazione da politiche e indirizzi coerenti, possono rafforzare in maniera strategica, cioè al di fuori dell'approssimazione e dello spontaneismo, il modello di una duratura competitività.

E' un compito non facile: non basta indicare la qualità e l'innovazione come obiettivo e produrre, in qualche parte del sistema produttivo e/o territoriale fatti ed eventi di eccellenza. Occorre andare più avanti e diffondere in ampiezza ed in profondità questo obiettivo ed i relativi messaggi e strumenti operativi. Ed occorre, cosa questa ancora più complessa, non solo innalzare il livello di alcuni settori o segmenti di impresa, quanto generare standard di qualità accettabili tra le micro imprese e nelle aree meno avanzate dell'economia (il terziario tradizionale, etc).

Per essere protagonista e competitiva, la provincia reggina dovrà essere sempre più aperta, disponibile al dialogo tra popoli della sponda sud ed est del Mediterraneo; dovrà essere accogliente verso gli immigrati e contemporaneamente capace di attrarre investimenti dall'esterno; dovrà sapersi aprire all'innovazione, alle nuove tecnologie, alle nuove esperienze di lavoro, al confronto con i mercati internazionali.

Reggio Calabria potrà giocare a pieno questa sua apertura solo se saprà essere sempre più competitiva.

Ciò significa dare una risposta ad un bisogno collettivo di identità, garantire la sostenibilità economica dello sviluppo per un sistema incentrato sulla manifattura, sul turismo, sui servizi, sulla qualificazione terziaria, sulla sostenibilità ambientale e sociale, in linea con le aspettative di ricerca e innovazione, dotato di infrastrutture di servizio e di collegamenti efficienti; costruire una rete di imprese che diano lavoro buono e qualificato, che non inquinano, che guardano avanti e sanno comporre le proprie esigenze con quelle della collettività della quale sono espressione, e che, nello stesso tempo, sono sulla frontiera della competizione internazionale.

Ciò significa guardare alla qualità di un modello di sviluppo che sappia coniugare dinamismo economico con coesione e responsabilità sociale, valorizzando un modello ed un metodo anche nel confronto con le nuove economie e con i nuovi mercati, soprattutto mediterranei.

Per raggiungere questo ambizioso obiettivo il tradizionale modelli di sviluppo ,legato ad una specializzazione produttiva tradizionale non è più sufficienti. Le nuove condizioni della globalizzazione, l'emergere di nuovi protagonisti nella scena mondiale, l'allargarsi dei confini geografici, politici, economici, impone di affrontare con decisione la sfida della ricerca, dell'innovazione e del trasferimento di tecnologia alle imprese.

Deve trattarsi di un complesso di interventi fra loro integrati e capaci di fornire una risposta ai bisogni individuali e sociali ed orientare i cambiamenti nel senso di ricercare una migliore qualità della vita e dell'ambiente, un'energia pulita e rinnovabile, uno welfare condiviso e

solidale, un forte investimento in formazione, ricerca e innovazione, capaci di avviare la sperimentazione di nuove forme di partecipazione.

La riforma delle Camere di Commercio, all'art.2, "attribuisce (loro) un ruolo esplicito e importante, in chiave di sussidiarietà orizzontale nel rafforzamento competitivo del tessuto imprenditoriale in cui esse insistono". In particolare nel riconoscere alle stesse "funzioni di supporto e di promozione degli interessi generali delle imprese" ma anche "delle economie locali" ne esalta un "ruolo pivotale nel far convergere e creare sinergie fra queste dimensioni"⁴⁰.

Sono così chiamate a rappresentare il perno istituzionale della crescita competitiva del territorio e delle imprese che ne fanno parte, nella contestualizzazione delle 11 funzioni di cui al comma 2 dell'art.2 della legge n.580/1993 riformata dal d.lgs. n.23/2010:

- b) promozione della semplificazione delle procedure per l'avvio e lo svolgimento di attività economiche;
- c) promozione del territorio e delle economie locali al fine di accrescerne la competitività, favorendo l'accesso al credito per le PMI anche attraverso il supporto ai consorzi fidi;
- d) realizzazione di osservatori dell'economia locale e diffusione di informazione economica;
- e) supporto all'internazionalizzazione per la promozione del sistema italiano delle imprese all'estero, raccordandosi, tra l'altro, con i programmi del Ministero dello sviluppo economico;
- f) promozione dell'innovazione e del trasferimento tecnologico per le imprese, anche attraverso la realizzazione di servizi e infrastrutture informatiche e telematiche;
- g) costituzione di commissioni arbitrali e conciliative per la risoluzione delle controversie tra imprese e tra imprese e consumatori e utenti;
- h) predisposizione di contratti-tipo tra imprese, loro associazioni e associazioni di tutela degli interessi dei consumatori e degli utenti;
- i) promozione di forme di controllo sulla presenza di clausole inique inserite nei contratti;
- l) vigilanza e controllo sui prodotti e per la metrologia legale e rilascio dei certificati d'origine delle merci;
- m) raccolta degli usi e delle consuetudini;
- n) cooperazione con le istituzioni scolastiche e universitarie, in materia di alternanza scuola-lavoro e per l'orientamento al lavoro e alle professioni.

Le tendenze di fondo dell'economia provinciale, lo scenario delle dinamiche di medio periodo che si evolvono per un recupero verso gli obiettivi di Lisbona mentre segnalano un ulteriore aumento del divario tra nord e sud dell'Europa e del Paese, le funzioni demandate alla Camera costituiscono le fondamentali delle priorità politiche del presente piano funzionali a rendere più competitivo il sistema imprenditoriale e valorizzare il territorio, intervenendo con misure di emergenza in coerenza con l'exit strategy dalla crisi del senza trascurare la pianificazione dei propri interventi in una visione di medio lungo periodo.

Nel perseguire questo indirizzo strategico la Camera intende assolvere ad una vera e propria funzione di policy maker, realizzando programmi ed interventi, da una parte classificabili di finalità generali, destinati a fornire un contributo a migliorare l'apparato produttivo nel suo complesso (regolamentazione del mercato ,interventi sui fattori), dall'altra, mirati a modificare nel medio-lungo periodo la struttura economica e produttiva (si cita ad es il Programma imprese innovative ed in genere tutto il Programma "Innovazione a 360°"), per potenziarne la competitività internazionale e quindi la capacità di crescita.

Il 2011 rappresenterà un anno di verifica degli interventi strategici e quindi rendere esplicito lo sforzo della Camera destinato a promuovere decisioni e produrre azioni fondamentali, per configurare lo scenario competitivo delle imprese e del territorio per i prossimi anni, per nulla autoreferenziale quanto funzionale a concorrere, in coerenza con il variegato sistema di vincoli e opportunità che il tessuto locale potrà sostenere in un percorso prospettico di sviluppo sostenibile quale delineato negli elementi che qualificano la strategia del QSN 2007-2013 nello sviluppare coerentemente le indicazioni strategiche promosse dall'UE.

Le piccole imprese sono le più sensibili ai cambiamenti del contesto economico: sono le prime a risentire di un'eccessiva burocrazia e le prime a fiorire per effetto di iniziative miranti a ridurre la burocrazia ed a premiare il successo.

⁴⁰ Andrea Granelli-"Un nuovo motore dello sviluppo"-I quaderni di "Sviluppo": La riforma delle Camere-dicembre 2010.

A Lisbona l'Unione europea si è prefissata di diventare l'economia basata sulla conoscenza più competitiva e dinamica del mondo, in grado di realizzare una crescita economica sostenibile con nuovi e migliori posti di lavoro e una maggiore coesione sociale.

Le piccole imprese devono essere considerate la principale forza propulsiva dell'innovazione, dell'occupazione e dell'integrazione sociale e locale in Europa.

È pertanto necessario creare il migliore contesto possibile per le piccole imprese e per i bisogni imprenditoriali, coerentemente alla già richiamata Direttiva sullo Small Business Act (SBA) che, approvata in via definitiva nel Consiglio dei Ministri del 30 aprile 2010, interessa circa 6 milioni di imprese, società, Cooperative e ditte individuali (il 99,8% delle imprese registrate presso le Camere di Commercio), con oltre 9 milioni di occupati, ed attribuisce particolare rilievo:

- alla normativa del "Contratto di rete" previsto dalle Legge 33/2009 e dalla Legge 99/2009 (Legge Sviluppo), che inizia a diffondersi tra le imprese che intendono aggregarsi e cooperare per meglio competere sui mercati internazionali.
- alla semplificazione dei rapporti tra la PA e le imprese con l'entrata in vigore dal 1 aprile 2010, dopo alcuni mesi di sperimentazione, della Comunicazione Unica per l'iscrizione alle Camere di commercio e per la gestione del flusso documentale verso INPS ed INAIL;
- al prossimo avvio dell'operatività degli Sportelli Unici (SUAP) e delle nuove Agenzie per le imprese;
- all'individuazione di nuovi strumenti per facilitare l'accesso al credito delle imprese, attraverso:
 - 1) il rafforzamento del Fondo di Garanzia (1,6 miliardi di euro), aperto recentemente anche alle imprese artigiane, di trasporto ed alle cooperative (e di cui hanno ad oggi beneficiato oltre 30mila imprese);
 - 2) una facilitazione della relazione tra il sistema delle imprese ed i fondi di investimento privati per facilitare l'irrobustimento finanziario delle PMI;
- ai programmi di sostegno all'innovazione e all'internazionalizzazione;

Non meno importante, lo SBA prevede, già a partire da quest'anno, che venga annualmente presentato al Parlamento un disegno di legge per le PMI che verrà inserito nel contesto della manovra annuale di bilancio (DPEF, legge finanziaria e legge di bilancio) con l'obiettivo di mirare specifiche iniziative a sostegno di questo.

INDICATORI STRATEGICI DI OUTCOME (TRIENNALI)

1. Incremento del 25% dei proventi derivanti dal cofinanziamento esterno della progettualità nel triennio 2011-2013 rispetto al triennio 2008-2010
2. Accesso e fruizione dei servizi camerali dell'area dei servizi economico-statistici e promozionali nel triennio 2011-2013 da parte di almeno il 12% delle imprese attive nel RI di un 4% dell'Azienda Speciale INFORMA e di 1% dell'Azienda Speciale Stazione Sperimentale
4. Realizzazione di almeno l'80% degli obiettivi strategici della presente Area: requisito minimo di realizzazione l'attualizzazione del 50% degli indicatori per ogni obiettivo.
5. Maggiore visibilità alle funzioni di regolazione del mercato riconosciute alla Camera, attraverso i seguenti risultati:
 - Accesso al servizio di mediazione del + 50% di anno in anno rispetto alla media del dato regionale sulle conciliazioni al 31 dicembre 2010.
 - Potenziamento dei servizi di vigilanza e controllo sulla sicurezza dei prodotti
 - Adozione di un regolamento unico in materia sanzionatoria in coordinamento con il Registro Imprese/Albo artigiani.
6. Valorizzare le competenze dell'Azienda Speciale INFORMA:
 - Accredito dell'A.S. quale partner dell'Università Mediterranea in tema di tutela della proprietà industriale: coinvolgimento in almeno una iniziativa annua nel periodo
 - Realizzazione di almeno 5 partenariati di media annua in tema di proprietà industriale, trasferimento tecnologico, scuola/mercato del lavoro/impresa
 - Aumento per 20% degli accreditamenti al MEPA e al BMT I rispetto al triennio 2008/2010
7. Riaccreditamento istituzionale della "Stazione Sperimentale per le Industrie delle essenze e dei derivati dagli agrumi" oggi Azienda Speciale della Camera:
 - Ripresa dell'attività di ricerca ed inserimento nel programmato network nazionale per garantire servizi omogenei e qualificati, avviando una prima progettazione sui settori

di specializzazione in un'ottica di trasferimento tecnologico e supporto alle innovazioni.

8. Soddisfazione dei partecipanti alle iniziative seminariali, di formazione, meramente informative, e così giornata dell'economia e settimana della conciliazione e del forum sull'innovazione, sia della Camera che delle Aziende Speciali, da misurare sulla base di un questionario strutturato che preveda anche la possibilità che i partecipanti esprimano oltre che il gradimento anche suggerimenti, valutazioni: valutazione negativa non superiore al 25%

Un programma che seriamente intende contribuire alla competitività (quale obiettivo ufficiale comunitario 2007-2013 e quindi nazionale e regionale) perché ruota attorno a piani di recupero su tutti i fattori che creano un clima propizio per le imprese e per il lavoro, come quelli elencati dalla Banca mondiale sulla scheda dell'Italia nell'ultimo rapporto sull'attrattività economica e quindi lungo un percorso di confronto continuo con le direttrici dello sviluppo mondiale.

Un contesto di strumenti efficaci e azioni mirate per affiancare il sistema produttivo a cogliere le opportunità del post crisi per favorirne il rafforzamento e la competitività in tutte le sue componenti, costituenti il...



Il piano si sviluppa così in 3 macro obiettivi strategici:

- 📁 rafforzare il mercato
- 📁 rilanciare la produttività del sistema di imprese
- 📁 riorganizzare le politiche fattoriali ed efficientare misure ed interventi

"Il mercato non è, e non deve perciò diventare, di per sé il luogo della sopraffazione del forte sul debole. La società non deve proteggersi dal mercato, come se lo sviluppo di quest'ultimo comportasse ipso facto la morte dei rapporti autenticamente umani. [...]"

Non va dimenticato che il mercato non esiste allo stato puro. [...]"
Perciò non è lo strumento a dover essere chiamato in causa ma l'uomo, la sua coscienza morale e la sua responsabilità personale e sociale"
Benedetto XVI, enciclica Caritas in veritate, 2009-n. 36

Obiettivo strategico III.1

POTENZIARE LE ATTIVITA' E I SERVIZI DI REGOLAZIONALE E VIGILANZA DEL MERCATO

Promuovere un mercato trasparente,più competitivo ed attrattivo perché la concorrenza si sviluppa con regole adeguate, per contrastare gli abusi di mercato e la contraffazione, a garanzia delle imprese e a tutela dei consumatori

“La concorrenza è un volano per l'innovazione e gli incrementi d'efficienza, oltre a stimolare le imprese ad aumentare la propria produttività.

Garantendo condizioni di parità agli operatori la politica della concorrenza garantisce l'accesso ad un mercato interno europeo sofisticato e di grandi dimensioni. A loro volta mercati concorrenziali rendono più pressante realizzare il salto di efficienza necessario per diventare e rimanere concorrenziali” (Com (2010) 614-Comunicazione della Commissione al Parlamento Europeo ,al Consiglio,al Comitato Economico e Sociale Europeo e al Comitato delle Regioni:Una politica industriale integrata per l'era della globalizzazione Riconoscere il ruolo centrale di concorrenzialità e sostenibilità)

Ciò significa rendere il mercato più concorrenziale ma nelle regole ,per contrastarne gli abusi e le distorsioni a garanzia delle imprese e per innalzare il grado di tutela dei consumatori e degli utenti.

E questo perché soltanto un mercato regolato può crescere e svilupparsi. La regolazione non è un ostacolo ma una delle condizioni necessarie per promuovere un habitat idoneo e favorevole allo sviluppo della competitività del sistema delle imprese e quindi per valorizzare e sviluppare le potenzialità di crescita del sistema economico provinciale.

Le forze delle imprese, da sole, non possono bastare ad uscire dalla crisi, se non c'è dietro un sistema-Paese altrettanto competitivo e ciò significa rispetto delle regole, riconoscimento del merito, attenzione nell'uso delle risorse pubbliche, semplificazione della vita dei cittadini e delle imprese.

“Se qualcosa di buono si può dire che sia venuto da questi due anni terribili, penso a due cose. La prima è che si è ritornati a una consapevolezza diffusa che non esiste crescita sostenibile senza regole adeguate alla dimensione globale dei mercati ed alle nuove tecnologie, e senza regole presidiate.

La seconda, è che il ruolo delle politiche per lo sviluppo è insostituibile. Il mercato non può essere lasciato a sé stesso, e servono perciò istituzioni dedicate, che coinvolgano direttamente nelle decisioni i protagonisti che sul mercato operano. Su entrambe questi fronti, oggi le Camere di Commercio si sentono ancora più chiamate in causa che in passato.

“La riforma del nostro ordinamento amplia e consolida il nostro ruolo di promotori delle regole e di garanti di quella che una volta si chiamava “fede pubblica”⁴¹.

Nell'attuazione della Riforma le Camere di commercio (articolo 2, comma 2, lettere g) h) i) l) e m) appunto rivestono un ruolo determinante tutte le iniziative previste nella promozione della regolazione del mercato.

In questo settore le Camere di commercio hanno un rilievo difficilmente rintracciabile nel panorama del sistema pubblico nazionale, con attività a favore della correttezza degli scambi: dalla funzione di vigilanza e controllo sui prodotti e per la metrologia legale e rilascio dei certificati di origine delle merci, al ruolo della Borsa merci Telematica, alle raccolte degli usi e delle consuetudini. Il posizionamento ottenuto con la Riforma deve essere sostenuto e difeso a partire dalle funzioni di garanzia e trasparenza svolte dalle Camere, che vanno esaltate anche rafforzando la collaborazione con altri soggetti su funzioni di controllo della concorrenza e del mercato a livello locale.

INDICATORI STRATEGICI (TRIENNALI)

1. Realizzazione delle attività di vigilanza e controllo del mercato in continuità al programma ispettivo previsto dalla convenzione con Unioncamere per l'anno 2011, replicabile negli anni 2012 e 2013 per un numero analogo di visite ispettive annuali
2. Operatività a regime del servizio di mediazione prevista dal d.lgs. n.28/2010 Istituzione e avvio delle attività della commissione di regolazione del mercato per l'analisi delle clausole vessatorie e attivazione servizio di arbitrato in forma associata
3. Riconoscimento della Camera quale autorità pubbliche di controllo per le denominazioni di origine protette (DOP) e le indicazioni geografiche protette (IGT) del settore vitivinicolo”.
4. Allineamento tra rapporti ex art.17 l. n.689/1981 pervenuti al al 30 giugno 2013 ed ordinanze emesse ex successivo art.18

⁴¹ F.Dardanello, Presidente di Unioncamre

5. Attivazione del tavolo "Patto Territoriale" per il coinvolgimento di tutti gli attori istituzionali a supporto della definizione di politiche integrate di sviluppo economico territoriale, che muovano dalla la produzione della conoscenza del territorio, della sua economia, del sistema imprenditoriale
6. Incremento delle imprese iscritte ed operanti sulla Borsa merci Telematica e sulla piattaforma di e-procurement "acquisti in rete PA"

Piani operativi

III.1.1 MISURE PREVENTIVE PER INCENTIVARE COMPORTAMENTI CORRETTI DELLE IMPRESE

1. accrescere l'efficacia delle iniziative e dei servizi che favoriscano migliori condizioni di equilibrio nel mercato, nonché a tutelare la trasparenza e la concorrenza nell'interesse pubblico dell'economia.
2. tutelare gli interessi dei consumatori, assicurando ai mercati l'osservanza di regole certe ed eque, riconoscibili ed accettate, in modo da garantire condizioni di equilibrio del mercato, nei rapporti tra le varie forze economiche e sociali.

Si pensi al grande tema della sicurezza dei prodotti, che nella competizione globale (con la Cina e non solo) assume sempre maggiore importanza per la salute dei consumatori ma anche per la tutela delle imprese italiane che lavorano nel rispetto delle norme e spesso vanno anche oltre; si pensi al tema delle contraffazioni, quasi sempre legate al lavoro clandestino e alla fabbricazione di prodotti senza il rispetto delle norme minime di qualità e sicurezza, che rappresentano sempre più una minaccia per l'ordine pubblico e un danno per la regolarità del mercato, oltre a un disincentivo per gli investimenti in ricerca e innovazione.

Direttrice operativa

Garantire la trasparenza del mercato e del rapporto imprese-consumatori, consumatori informati

Azioni declinate dall'art.2 co.2 della legge n.580/41993 riformata dal d.lgs. n.23/2010 che espressamente riconosce alle Camere di Commercio quali funzioni quanto finora svolto come mere attività:

"h) predisposizione di contratti-tipo tra imprese, loro associazioni e associazioni di tutela degli interessi dei consumatori e degli utenti;

i) promozione di forme di controllo sulla presenza di clausole inique inserite nei contratti."

Senza dimenticare che tali funzioni possono essere assolte in forma associata tra Camere di Commercio.

Crescente è d'altra parte, è il bisogno di certezza e garanzie, espresso da tutti i protagonisti del mercato e amplificato dal diffuso clima di sfiducia e dalla concorrenza sleale in casa come delle economie emergenti.

Significativo, per quanto alla nostra realtà territoriale, l'indice sintetico che misura l'intensità della concorrenza sleale del sommerso nelle province italiane, elaborato dall'Ufficio Studi dell'Artigianato⁴², sulla base di tre parametri - presentati nella tabella seguente - di cui si è utilizzato il dato disponibile più recente.

Se l'Emilia Romagna è l'ambito regionale con le migliori condizioni ambientali per le imprese, seguita dal Trentino Alto Adige, dalla Lombardia, dal Lazio e dalla Toscana, agli ultimi posti della classifica troviamo la Calabria, preceduta dalla Sicilia, dalla Puglia, dalla Campania e dal Molise.

Se tra le province italiane, il valore massimo dell'indice sintetico che esprime la minore concorrenza sleale si raggiunge a Bolzano seguita da Reggio Emilia, Parma, Prato, Milano, Firenze, Crotone seguita da quelle di Vibo Valentia, Cosenza, Enna, Brindisi, Caltanissetta, Catanzaro, Reggio Calabria (ranking 97 dopo Catanzaro al 94), Trapani, Nuoro.

Ne discende l'importanza di un impegno della Camera attualizzato in iniziative e servizi che forniscono, in una logica di prevenzione del contenzioso, agli operatori del mercato strumenti per acquisire consapevolezza circa le normative esistenti e stimolare lo sviluppo di relazioni commerciali corrette ed equilibrate, così da favorire lo sviluppo di un mercato trasparente,

⁴² Settembre 2010 - Nella crisi aumenta il rischio di concorrenza sleale per le imprese regolari

efficiente e concorrenziale; mentre i servizi di risoluzione delle controversie consentono di giungere, a posteriori, alla soluzione delle controversie che dovessero insorgere, in maniera rapida, flessibile ed efficace.

Si tratta perciò di realizzare di iniziative volte all'informazione e all'educazione degli operatori del mercato, consumatori e imprese, aventi quali scopo:

- diffondere informazioni e conoscenze su tematiche di interesse
- promuovere una migliore ed efficace applicazione delle norme vigenti o in fase di attuazione, anche al fine di favorire lo sviluppo di buone prassi.

Tali attività potranno sia essere inquadrare nell'ambito di iniziative di sistema delle Camere di commercio sia assumere dimensione territoriale locale, potendo essere in concreto realizzate dal sistema camerale calabrese per il tramite di Unioncamere Regionale oltre che in collaborazione con associazioni di categoria e dei consumatori o, ancora, nell'ambito di sinergie con istituzioni ed enti locali e nazionali, enti di istruzione ed universitari, fondazioni, di volta in volta interessati, anche mediante la costituzione e partecipazione a tavoli di lavoro in cui i soggetti che operano nel mercato possano confrontarsi per comporre le diverse esigenze che rappresentano.

A seconda dell'esigenza manifestata e/o dello scopo perseguito, il risultato di tali iniziative potrà estrinsecarsi nella realizzazione di momenti formativi ed informativi, redazione e pubblicazione di materiale documentale, attivazione di sportelli di prima informazione ed orientamento.

La Camera intende, altresì, avviare la realizzazione di studi/pareri tecnico-giuridici relativi alla contrattualistica utilizzata in un determinato settore e di codici di autodisciplina.

Ma anche osservazione dei prezzi e delle tariffe: un campo di rinnovato impegno nella rilevazione, osservazione e diffusione dei prezzi e delle tariffe, anche quale valido strumento di benchmarking i primi e di marketing territoriale le seconde.

Nell'ambito della tutela del consumatore rientrano anche le attività dell'Ufficio Sanzioni Amministrative.

Si tratta di consolidare l'operatività già iniziata nei precedenti anni per promuovere un vero processo di crescita virtuosa nel territorio provinciale, finalizzata a sviluppare il senso di responsabilità degli operatori economici e dei consumatori, a favorire il corretto adempimento del dettato normativo e pertanto a prevenire e ridurre le violazioni.

Così:

- ☐ Realizzazione di modelli contrattuali locali, tenendo presenti le esigenze e le richieste espresse dagli operatori, dalle Associazioni di categoria e dalle Associazioni dei consumatori e organizzazione dei relativi eventi di presentazione al territorio.
- ☐ Avviare l'analisi sulla presenza di clausole vessatorie in moduli, formulari, contratti ed emissione dei relativi pareri, sulla base delle istanze che perverranno alla Camera ovvero a seguito di intese con le Associazioni dei consumatori.
- ☐ Rafforzare la collaborazione di sistema, in un'ottica di coordinamento finalizzata alla realizzazione di economie di scala ma anche per la replicabilità di buone pratiche.
- ☐ In materia sanzionatoria:
 - semplificare e velocizzare la conclusione dei procedimenti sanzionatori
 - assicurare la celerità dei provvedimenti adottati in materia di confisca dei beni verificando anche la fattibilità di convenzioni per smaltire, vendere o devolvere in beneficenza i beni confiscati
 - studio della possibilità di procedere alla Archiviazione ottica dei provvedimenti in un'ottica di informatizzazione della P.A. E di modernizzazione delle attività più strettamente amministrative
- ☐ Istituzione, promozione e gestione di marchi per la certificazione della qualità dei servizi nei settori delle tintolavanderia; potenziamento del marchio già attivato per il settore degli impianti.
- ☐ La proprietà intellettuale o industriale rappresenta un bene aziendale di enorme valore, perché attribuisce al titolare il diritto di escludere gli altri dall'opera realizzata.

La legge prevede quindi specifiche tutele per la difesa del marchio e sanzioni in sede civile, penale e amministrativa, in caso di contraffazione. Per ultimo l'art. 15 della legge 23/7/2009 n. 99 "Disposizioni per lo sviluppo e l'internazionalizzazione delle imprese, nonché in materia di energia" in materia di "*Tutela penale dei diritti di proprietà industriale*"

Con il termine contraffazione ci si riferisce all'attività di chi riproduce qualcosa in modo tale che possa essere scambiata per l'originale. Per l'esattezza, la contraffazione interessa una serie di

casi riconducibili alla produzione e commercializzazione di merci che recano - illecitamente - un marchio identico ad uno regolarmente registrato, ovvero alla produzione di beni che costituiscono riproduzioni illecite di prodotti coperti di copyright, modelli o disegni (fenomeno della c.d. pirateria, ad esempio di occhiali).

Il fenomeno della diffusione nel mercato a livello internazionale di marchi e modelli contraffatti ha effetti negativi rilevanti che provocano, dal punto di vista aziendale, il calo del fatturato e danni sociali connessi alla perdita dei posti di lavoro, allo sfruttamento della mano d'opera e al pericolo per la salute dei consumatori.

Con l'intento di individuare e promuovere azioni aziendali (quali l'incentivazione della brevettazione, l'utilizzo di nuove tecnologie anticontraffazione, l'intensificazione dei controlli sulle fasi produttive) volte a prevenire e reprimere la contraffazione svolgendo, allo stesso tempo, un'attività di sensibilizzazione nei confronti dell'opinione pubblica, la Camera di Commercio costituirà l'*Osservatorio Anticontraffazione*, un organismo composto da rappresentanti di Prefettura, Guardia di Finanza, Polizia di Stato, Agenzia delle Dogane, Università, Polizia Municipale, Categorie economiche e Associazioni dei consumatori.

Ne conseguono obiettivi operativi/azioni/risultati attesi nel 2011

Obiettivi operativi	Azioni	Risultati attesi ed indicatori (2011)
III.1.1.1. Garantire la trasparenza del mercato e del rapporto imprese/consumatori	<p>III.1.1.1.1 Costituzione della Commissione prevista dallo specifico regolamento preposta a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • predisposizione di contratti-tipo • rilevazione della iniquità delle clausole contrattuali predisposte da imprese e loro associazioni <p>III.1.1.1.2 Per promuovere l'autoregolamentazione</p> <p>III.1.1.1.3 Per garantire il controllo di qualità dei vini</p> <p>III.1.1.1.4 -Potenziare l'attività sanzionatoria.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Adozione di un contratto-tipo per i settori turismo, artigianato, commercio, edile - Pareri sulle clausole inique di un contratto dei settori: commercio e finanziario - Protocollo d'intesa con le associazioni imprenditoriali e dei consumatori e con gli ordini professionali presenti nella consulta giuridica del RI per la promozione dei contratti e dei pareri predisposti dalla Commissione - Istituzione, promozione e gestione del marchio per la certificazione della qualità dei servizi nei settori delle tintolavanderia; potenziamento del marchio già attivato per il settore degli impianti - Ammissione della richiesta per l'inserimento della Camera di Commercio nell'"Elenco delle strutture di controllo per le denominazioni di origine protette (DOP) e le indicazioni geografiche protette (IGT) del settore vitivinicolo". - Allineamento al 31 dicembre 2011 tra rapporti ex art.17 l.n.689/1981 e ss.mm.ii pervenuti al 31 dicembre 2010 ed ordinanze emesse ex successivo art.18

III.1.2. MISURE DI VIGILANZA E CONTROLLO

Il ruolo della Camera a *presidiare il mercato, assicurando il rispetto delle regole, continuerà ad essere atualizzato attraverso le funzioni di metrologia legale e le funzioni di controllo e vigilanza* relative alla conformità e sicurezza dei prodotti per tutelare i consumatori dalla circolazione di prodotti non sicuri, ma anche per garantire la concorrenza leale, congiuntamente ad azioni informative e formative destinate alle imprese e ai consumatori, per diffondere la conoscenza della legislazione vigente e richiamare l'attenzione sulle infrazioni più comunemente rilevate.

"Una lezione che abbiamo imparato da questa crisi è che il mercato funziona soltanto se è regolato. Accanto ai nuovi standard finanziari globali di cui si discute, c'è anche un enorme bisogno di rafforzare il sistema di regole diffuse e garantire la loro corretta applicazione. La vocazione delle Camere di commercio a presidiare il mercato, assicurando il rispetto delle

regole, si esprime su molti fronti Le Camere di commercio, infatti, da un lato sono espressione delle imprese e del territorio, grazie alla presenza negli organi di governo dei rappresentanti del mondo del lavoro e dei consumatori. Dall'altro, trovano nella legge il loro ruolo di istituzione di riferimento tra pubblica amministrazione e mercato. E' proprio in virtù di questa nostra natura di pubblica amministrazione *dedicata* alle imprese, che il tema della regolazione del mercato è tra le priorità del Sistema camerale⁴³.

Si pensi al grande tema della sicurezza dei prodotti, che nella competizione globale assume sempre maggiore importanza per la salute dei consumatori ma anche per la tutela delle imprese italiane che lavorano nel rispetto delle norme e spesso vanno anche oltre; si pensi al tema delle contraffazioni; si pensi al tema delle verifiche sulle clausole inique presenti nei contratti (funzione rafforzata dal nuovo Codice del consumo).

Crescente è il bisogno di certezza e garanzie, espresso da tutti i protagonisti del mercato e amplificato dal diffuso clima di sfiducia e dalla concorrenza sleale in casa come delle economie emergenti.

Se questo è lo scenario la Camera dovrà programmare azioni di regolazione che possano efficacemente contribuire alla *creazione di "mercati sicuri" in nome della buona fede, e di "mercati efficienti" nel rispetto dei principi della concorrenza e della tutela delle parti.*

Direttrice operativa

Assicurare il rispetto delle regole del mercato attraverso le funzioni di metrologia legale e vigilanza e controllo

Verrà pertanto potenziata l'attività di vigilanza, volta a sanzionare i comportamenti scorretti delle imprese: funzione espressamente riconosciuta dall'art.2 della legge n.50/1993 riformata dal d.lgs. n.23/2010".

Sempre nell'ambito di tale direttrice operativa la Camera sarà impegnata ad incidere più efficacemente su un poco attenzionato fronte : promuovere le "imprese legali" informando e sensibilizzando i consumatori sui vantaggi nell'acquistare beni e servizi dalle imprese che "legalmente" operano sul mercato.

Si parla di legalità e sicurezza (come tutela quest'ultima della persona e delle cose a garanzia della libertà e proprietà individuale); di legalità e sviluppo (il tema dei condizionamenti e infiltrazioni della criminalità organizzata nelle attività economiche); di emersione dal lavoro nero (= lavoro irregolare nelle imprese) ma non si parla del problema del "cittadino consumatore-utente" che consuma beni (si ricollega al problema delle contraffazioni) e ricorre a prestazioni di "non imprese" perché tali non definibili le operazioni abusive di vendita e di prestazioni di servizi .

Da qualche tempo abbiamo abbandonato il tema dell'"abusivismo nell'economia", che è tema fondamentale per un ente riconosciuto *Authority del mercato* e ad esso sono collegati tutti gli altri interventi di tutela del consumatore (salute, sicurezza, trasparenza nelle transazioni, ecc.). Emersione del lavoro regolare ma anche "immersione" dell'abusivismo: un impegno rinnovato per la Camera.

In un mondo sempre più globalizzato, i controlli sulla merce che è possibile facilmente reperire nei negozi diventano fondamentali per tutelare i consumatori dalla circolazione di prodotti non sicuri, ma anche per garantire la concorrenza leale. Ecco perché l'Unione europea ha emanato il Regolamento n. 765/2008/CE, entrato in vigore il 2 settembre 2008, che dovrà essere applicato in tutti gli Stati membri a partire dal 1° gennaio 2010.

Nell'ambito del Regolamento, uno degli adempimenti più importanti a carico degli Stati membri è la predisposizione e la notifica alla Commissione, entro 1° gennaio 2010, di un programma generale di vigilanza del mercato ovvero di programmi settoriali specifici, che prevedano un campionamento adeguato, la realizzazione di verifiche documentali, fisiche o di laboratorio, l'utilizzo del principio di valutazione del rischio, la raccolta di reclami e altre informazioni utili. Sempre entro gennaio 2010, inoltre, ogni Stato membro dovrà individuare le autorità pubbliche che svolgeranno l'attività di vigilanza del mercato e adotteranno i relativi provvedimenti.

Lungo questo tracciato si colloca il Protocollo d'intesa siglato il 26 giugno scorso tra Ministero dello Sviluppo Economico e Unioncamere per il rafforzamento dell'attività di vigilanza e

⁴³ Ferruccio Dardanella, Presidente di Unioncamere,.

controllo del mercato, cui ha fatto seguito la convenzione tra Camera di Commercio ed Unioncamere, come per tutte le Camere di Commercio italiane.

Nel perseguire l'obiettivo di contribuire a divulgare la cultura della correttezza, incentivando nelle imprese l'adozione di comportamenti corretti, sarà centrale il ruolo che la Camera è chiamata a svolgere nell'attuazione del *progetto pluriennale di vigilanza nazionale*, esito del Protocollo soprarichiamato. Tale progetto vedrà tutte le Camere di Commercio impegnate nel rinnovamento dell'attività di vigilanza, al fine di renderla più utile per i consumatori e le imprese e porterà alla realizzazione di 5.330 ispezioni entro prossimi 30 mesi nel corso delle quali verranno controllati almeno 30mila prodotti e verranno effettuate 2.000 prove di laboratorio su campioni di prodotti.

Giocattoli, prodotti elettrici, abbigliamento e calzature, metalli preziosi ma anche le comuni bilance diffuse in tutti i negozi alimentari piuttosto che le luminarie natalizie. Oggetti di uso comune, che possono non soltanto essere "taroccati" ma anche costituire un potenziale pericolo per la salute piuttosto che per il portafoglio. L'aumento dei controlli e della vigilanza delle Camere di commercio, che porterà sotto il test degli ispettori 30mila prodotti in 30 mesi, e l'attuazione del Regolamento dell'Unione europea che entrerà in vigore il 1° gennaio 2010 è l'oggetto del convegno organizzato da Unioncamere in corso oggi a Roma.

Sino ad oggi, infatti, la vigilanza del mercato è rimasta principalmente competenza delle autorità nazionali, dando luogo a radicali differenze nelle strategie, nei mezzi, negli strumenti e nelle pratiche dei singoli Stati membri in materia di vigilanza del mercato.

L'attività di vigilanza delle Camere di commercio prevista dal Protocollo si applicherà ai seguenti ambiti:

Sicurezza prodotti (giocattoli, prodotti elettrici, dispositivi di protezione individuale, compatibilità elettromagnetica, sicurezza prodotti ai sensi dell'art. 102 e seguenti del Codice di consumo, etichettatura di prodotti tessili, etichettatura di prodotti calzaturieri)

Metrologia legale (vigilanza e sorveglianza sugli strumenti nazionali e MID, vigilanza sui laboratori autorizzati ad effettuare le verifiche periodiche, vigilanza e controllo sui metalli preziosi, tachigrafi digitali, preimballaggi, manifestazioni a premio, prezzi)

Il progetto sarà realizzato in modo omogeneo e diffuso sul territorio e comporterà la formazione e aggiornamento del personale camerale; la predisposizione di procedure e modulistica uniforme; la strutturazione di un sistema informativo nazionale per la gestione dei controlli e la valutazione dei risultati; la realizzazione di un piano nazionale di comunicazione per le imprese e consumatori per la diffusione dell'iniziativa

Ne conseguono obiettivi operativi/azioni/risultati attesi nel 2011

Obiettivi operativi	Azioni	Risultati attesi ed indicatori (2011)
III.1.2.1 Assicurare il rispetto delle regole del mercato attraverso le funzioni di metrologia legale e vigilanza e controllo	III.1.2.1.1 Realizzazione delle attività di vigilanza e controllo del mercato previste dalla convenzione che l'Ente ha sottoscritto con Unioncamere in virtù del protocollo d'intesa MISE - Unioncamere	<ul style="list-style-type: none"> - Attuazione delle attività previste dalla Convenzione - Svolgimento delle ispezioni - Realizzazione di un ciclo di seminari sull'etichettatura dei prodotti e sulla sicurezza e garanzia di conformità dei beni di consumo delocalizzati sul territorio: 50 partecipanti - Incontri semestrali con le associazioni di categoria e dei consumatori - Realizzazione di una campagna di comunicazione ed informazione sulle attività di vigilanza svolte dall'ente

III.1.3. UNA GIUSTIZIA CIVILE ALTERNATIVA A QUELLA ORDINARIA PER RENDERE COMPETITIVE LE IMPRESE.

Per dare maggior fiducia al mercato va altresì potenziato l'impegno della Camera di commercio nella diffusione di un modello di giustizia civile rapido, efficace e poco costoso, diffondendo la cultura e gli strumenti della giustizia alternativa, attraverso il servizio di conciliazione e della mediazione.

Nella considerazione che la distribuzione delle controversie di "cognizione ordinaria", la parte quantitativamente e qualitativamente più significativa del contenzioso civile, si concentrano nelle regioni di Sud come la Calabria; con ciò rimandando alla debolezza delle attività economiche, e delle imprese, alla fragilità delle tutele nel rapporto di lavoro e nella sicurezza,

che avvita il sistema e potrebbe spingerlo all'uso "opportunistico" del contenzioso da parte di tutti i soggetti in campo, a un utilizzo anche come strategia di "differimento" da parte dei datori di lavoro e delle imprese e come strategia di difesa da parte dei lavoratori.

In un contesto, insomma, di maggiore arretratezza e difficoltà dell'economia ci sono dei rischi più elevati per le transazioni che, si può ipotizzare, rendano più incerte le relazioni economiche e quindi creino i presupposti per un maggiore contenzioso.

Direttrice operativa

Promuovere il ricorso a forme di giustizia alternativa

A partire da marzo 2011 interverrà l'obbligo (D.Lgs n. 28 del 4 marzo 2010) di ricorrere ai servizi di conciliazione. Forte sarà dunque l'impegno per dare un'efficace risposta a questa importante competenza, che può fornire un contributo strategico al miglioramento del nostro sistema giudiziario. Senza trascurare l'arbitrato, la cui istituzione ed in termini di fattibilità e di accessibilità va verificata con le categorie imprenditoriali e professionali.

L'esperienza sin qui maturata dalla Camera con il servizio di conciliazione motiva un impegno strategico nell'attuazione del nuovo decreto che, in linea con le direttive europee, disciplina **la mediazione civile e commerciale.**

"Le previsioni normative sono destinate a cambiare radicalmente la conciliazione nei termini in cui essa è stata offerta fin'ora. La legge definisce "mediazione" l'attività svolta dal terzo imparziale finalizzata alla ricerca di un accordo; "conciliazione", invece, sarà il termine da utilizzare per definire l'accordo, ovvero il risultato dell'attività del mediatore."

L'aspetto della legge che avrà più impatto sull'attività della Camera Ente è l'introduzione, a partire dal 20 marzo 2011, del procedimento di mediazione obbligatoria a pena di improcedibilità in una serie di casi:condominio, diritti reali, divisione, successioni ereditarie, patti di famiglia, locazione, comodato, affitto di aziende, risarcimento del danno derivante dalla circolazione di veicoli e natanti, da responsabilità medica, responsabilità da diffamazione a mezzo stampa, contratti assicurativi, bancari e finanziari.

- ☐ Verrà così avviata la procedura di iscrizione al Registro degli organismi previsto dalla nuova normativa, provvedendo a tutti gli adempimenti formali connessi.
- ☐ Sarà verificata l'opportunità e la possibilità di realizzare altri percorsi formativi che consentano di ampliare il numero di conciliatori e le professionalità presenti nell'elenco vigente così da avere per ogni tipologia di controversia un soggetto in possesso non solo di competenze in tecniche di negoziazione ma anche di un sapere tecnico utile a favorire un buon esito della procedura
- ☐ Iniziative promo-pubbblitarie sull'avvenuta iscrizione del Servizio di conciliazione nel Registro, nonché la predisposizione di apposite brochure, depliant, guide, ... così che consumatori ed imprese possano apprezzare la conciliazione camerale e distinguerla dalle altre forme di conciliazione (paritetica...),
- ☐ Proseguirà l'attività promozionale dei precedenti anni finalizzata ad incrementare l'utilizzo di della conciliazione favorendo protocolli di intesa (come con gli ordini professionali), convenzioni (come con i grandi utenti).

Alla funzione di cui alla lettera g) dell'articolo 2 co.2 della legge n.580/1993 riformata dal d.lgs. n.23/2010 "costituzione di commissioni arbitrali" si provvederà in forma associata.

Ne conseguono obiettivi operativi/azioni/risultati attesi nel 2011

Obiettivi operativi	Azioni	Risultati attesi ed indicatori (2011)
III.1.3Promuovere il ricorso a forme di giustizia alternativa	<p>III.1.3.1 Avviare e rendere pienamente operativo il servizio di conciliazione/mediazione (d.lgs.n.28/2010)</p> <p>III.1.3.2 Per rendere fruibile un servizio di arbitrato</p>	<p>- Adozione dei necessari atti amministrativi anche ai fini della conferma dell'iscrizione nel registro degli Organismi; predisposizione modulistica e sua registrazione sui siti web Camera ed INFORMA; azioni di comunicazione ; predisposizione logistica.</p> <p>- Formazione di almeno 60 professionisti per l'abilitazione alla mediazione</p> <p>- Implementazione della procedura informatica ai processi interni ed esterni del servizio di conciliazione/mediazione</p> <p>- Operatività del servizio di arbitrato in forma associata/convenzionale</p>

III.1.4. LA CONOSCENZA, CONDIZIONE FONDAMENTALE PER LO SVILUPPO DI UN MERCATO LIBERO ED EFFICIENTE

Declinato dalla funzione demandata alla Camera di Commercio dall'art.2 co.2 lett.d) ed f) e dalla Comunicazione della Commissione al Consiglio, al Parlamento europeo, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni, del 1° giugno 2005, intitolata "2010 – Una società europea dell'informazione per la crescita e l'occupazione: **La conoscenza, condizione fondamentale per lo sviluppo di un mercato libero ed efficiente**

"Acquisire, sviluppare e disseminare le conoscenze più velocemente degli altri è oggi il fattore critico di successo, quello che consente di creare il maggior valore per il cliente finale"⁴⁴.

"Il passaggio dall'economia dell'informazione, nella quale il valore economico delle informazioni supera molto spesso quello dei prodotti e dei servizi, a quella della conoscenza, nella quale l'informazione rielaborata assume il ruolo di primario fattore produttivo, rappresenta un ulteriore passo evolutivo di potenza nettamente superiore ai precedenti. La vera novità connessa alla nuova economia consiste proprio nel trasformare le informazioni da mero supporto ai processi decisionali connessi al business in fattore produttivo in senso stretto".

"Mentre nell'economia tradizionale si distinguevano le attività in capital o labour intensive, nella nuova economia ogni impresa dovrà essere valutata per il suo contenuto information intensive"⁴⁵.

Nella società dell'informazione, mercato, informazione e regolamentazione giuridica sono tre aspetti interdipendenti di una stessa realtà socio-economica e, quindi, giuridica. Il mercato è un sistema di informazioni decentrate e spontanee; le decisioni economiche sono caratterizzate dalla presenza, più o meno estesa, di informazioni e questo motiva il perché della tutela degli interessi più deboli sul mercato e tra questi lo "svantaggio informativo", inteso come deficit informativo di una delle parti delle transazioni commerciali.

Seguendo il ragionamento di Manuel Castells⁴⁶, l'informazione (intesa come trasmissione di conoscenze) e la comunicazione (intesa come pratica di relazioni sociali) sono individuate come fondamentali fattori produttivi. Tali fattori produttivi svolgerebbero nella società in rete la funzione che svolse l'energia nella rivoluzione industriale ottocentesca.

La conoscenza è così centrale nello sviluppo dei processi economici e sociali non tanto e non solo per gestire il sistema (knowledge-based economy) ma anche, e ancor di più, per governare il cambiamento (knowledge-driven economy).

Questo significa eliminare le asimmetrie informative ed il digital divide.

Fondamentale il ruolo della Camera di Commercio per la conoscenza dell'economia reale ma anche quale produttrice dell'informazione economica dotata di valore legale, "un bene pubblico perché è un bene strategico".

"La chiave di lettura di tutte le più importanti funzioni amministrative della Camera di Commercio è nella produzione di questo bene pubblico (l'informazione economica dotata di valore legale) essenziale non solo per la programmazione dello sviluppo, ma anche per la sopravvivenza stessa di una economia di mercato". E l'informazione, nella legge di mercato, è figlia e madre di ricchezza. Chi è più ricco può procacciarsi l'informazione e chi ha più informazione diventa sempre più ricco e potente. Gli altri sono sempre meno ricchi e potenti. L'informazione in breve, è un bene, cioè che produce altri beni, non li riflette"⁴⁷.

La Camera continuerà svolgere sul territorio il suo ruolo di osservatorio privilegiato per leggere con attenzione lo stato di salute del tessuto produttivo locale. Con il patrimonio informativo (registro imprese, repertorio economico-amministrativo, altri registri albi e ruoli), gli strumenti (osservatori economici, attività di monitoraggio prezzi e tariffe, brevetti, certificazioni estere, ecc.) e le strutture del sistema camerale a sua disposizione (Istituto G. Tagliacarne, Centro Studi di Unioncamere, Statistiche Infocamere) la Camera è nella condizione di poter monitorare tempestivamente gli effetti dell'evoluzione economica sui modelli e sui livelli di sviluppo dei territori, evidenziando le tendenze emergenti e gli orientamenti dei mercati per stimolare la competitività e l'innovazione delle nostre imprese ma anche a supporto delle decisioni politiche ai vari livelli istituzionali perché siano responsabilmente supportate ed efficacemente mirate ai risultati attesi.

⁴⁴ F. D'Egidio – Intuito e conoscenza

⁴⁵ E.Valdani – I quattro fondamenti dell'economia digitale

⁴⁶ Manuel Castells (Hellín, 9 febbraio 1942) è un sociologo spagnolo naturalizzato statunitense.

⁴⁷ Ermanno Bocchini - "La Camera di commercio nella società dell'informazione". Relazione alla manifestazione di celebrazione del centenario della fondazione della Camera di Commercio di Benvento-2004

Occorre quindi continuare e potenziare questa funzione di monitoraggio dell'economia reale; migliorare la qualità di quel patrimonio di dati sul sistema imprenditoriale locale un patrimonio, alimentato dagli adempimenti amministrativi delle imprese, perché si traducano in utili informazioni per le imprese, attesa la loro funzione non solo a garanzia della correttezza e della trasparenza del mercato, ma anche conoscenza utile a orientare le strategie di business delle aziende e le politiche pubbliche.

Questo esige che le informazioni acquisite ed erogate siano affidabili, diano cioè una rappresentazione veritiera della realtà.

Ma anche guida alla ricerca di nuova imprenditorialità per gli imprenditori non nati. "Voglio fare l'imprenditore, per essere libero", qualche giovane dirà. Insegnateci, come? Dove? Ecco l'informazione economica, come fattore non solo di trasparenza ma di innovazione e di competitività del mercato, guida per mano la nuova imprenditorialità. Chi è debole l'informazione deve averla dalla Camera di Commercio nel modo meno costoso possibile e più accessibile: perché questa è democrazia economica.

Tutelare gli interessi dei più deboli nel far superare loro lo svantaggio informativo ma anche il "digital divide" o "divario digitale" per significare la disparità generata dalla possibilità di accedere alle tecnologie e alle risorse dell'informazione e della comunicazione (ICT).

Lo sviluppo e la diffusione delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione hanno prodotto infatti e producono effetti rilevanti sulla struttura, l'organizzazione delle imprese, l'interscambio di prodotti e servizi, all'interno delle imprese, tra le imprese e tra le imprese ed il mercato dei consumatori.

Proseguire dunque e rafforzare l'azione di sensibilizzazione, formazione e assistenza degli imprenditori sulle ICT quali strumenti chiave per l'innovazione tout court e gestionale, per il miglioramento del proprio posizionamento competitivo, ma anche incentivarne l'acquisizione e l'ottimale utilizzo.

Direttrici operative

Evoluzione delle attività di informazione per abbattere le asimmetrie informative

Un'azione che si fonda sulla premessa:

- il valore dell'informazione si manifesta solo quando essa si trasforma in conoscenza utile (*useful knowledge*)
- la stessa informazione può avere quindi valori diversissimi a seconda di chi la riceve e del ruolo dell'informazione nel suo sistema di conoscenza
- le micro e piccole imprese non sono in genere capaci di trasformare autonomamente le informazioni in conoscenza

☞ La funzione di cui al comma 2 dell'art.2 della legge n. 580/1993 riformata dal d. lgs. n. 23/2010 "d) realizzazione di osservatori dell'economia locale e diffusione di informazione economica" sarà sostanzialmente aggiornata dalla Camera nella continuità dell'impegno nella realizzazione di monitoraggi in tema di:

- struttura economica ed imprenditoriale e analisi congiunturale;
- fabbisogni professionali manifestati dalle imprese (Indagine Excelsior) ed all'allineamento tra competenze attese dal sistema produttivo e competenze in uscita dalle scuole;
- di evoluzione dei settori artigianato, turismo, credito
- individuazione dei potenziali distretti produttivi, per favorire la creazione di reti d'impresa e rafforzare le filiere
- andamento del mercato delle costruzioni e del settore dell'edilizia

☞ Mettere a sistema i dati acquisiti dal Registro delle Imprese ed in generale nello svolgimento delle molteplici competenze amministrative per creare valore aggiunto per il sistema economico, restituendo alle imprese le informazioni che esse stesse forniscono, rese intelligibili e arricchite di significato attraverso un'attenta attività di analisi e rielaborazione e mediante un costante processo di verifica della loro qualità. La Camera di Commercio sarà così in grado di anticipare, interpretare e misurare i fenomeni e gli scenari utili al mondo economico e istituzionale, sia in termini di opportunità future sia per percepire ed evidenziare eventuali criticità, caratterizzandosi quale **autorevole punto di osservazione e conoscenza permanente sul sistema economico locale.**

☞ Osservatorio sui rapporti tra imprese e pubblica amministrazione

☞ Pubblicità sulla disponibilità dell'ampia gamma di dati e informazioni di natura socioeconomica, di ambito provinciale, regionale e nazionale

- ☐ Azioni finalizzate a individuare metodologie di analisi, elaborazioni e diffusione dell'informazione statistica ed economica che consentano di fare sintesi della produzione economico-statistica destinabile agli operatori economici e professionali e ai decisori politici.
- ☐ Specifiche attività di diffusione dell'informazione, organizzando convegni, seminari, workshop tematici, conferenze stampa, migliorando gli strumenti tecnologici per aumentare la qualità e la quantità della informazione accessibile via Web, in raccordo con gli altri soggetti del territorio produttori e fornitori di informazioni, per avviare a progettazione un vero e proprio sistema informativo territoriale.
- ☐ Diffusione delle informazioni su internet (siti web della Camera, dell'Azienda Speciale) e attraverso i più importanti Media locali.
- ☐ Sperimentazione di nuove forme di rappresentazione delle informazioni che consentano la georeferenziazione dei microdati disponibili.
- ☐ Osservatorio prezzi e tariffe, mediante l'entrata a regime e lo sviluppo del sistema di monitoraggio inerente le tariffe (energia, acqua e smaltimento rifiuti, gas) che gravano sulle famiglie e sulle imprese anche in relazione alla circolare del MSE n. 2629 del 25/9/09 in tema di tariffe idriche. Il sistema di monitoraggio, già sperimentato nel 2010, qualifica la Camera di Commercio quale pubblica amministrazione chiamata non solo a garantire rapporti corretti tra le imprese, favorendo la libera e leale concorrenza, ma anche istituzione che opera a tutela del mercato, aumentando la trasparenza informativa e promuovendo, anche attraverso un'analisi di benchmarking territoriale, una fruizione consapevole dei servizi da parte di consumatori e utenti.

Promuovere e migliorare l'accesso delle imprese alle innovative tecnologie dell'informazione e della comunicazione.

Nella più recente graduatoria europea dell'innovazione, l'*European Innovation Scoreboard* sulla capacità innovativa e l'uso delle ICT, pubblicata nel gennaio 2010, l'Italia si colloca addirittura dopo Cechia, Portogallo, Norvegia, Spagna, Grecia, e prima di Malta, Slovacchia, Ungheria, Polonia, Lituania. Buona parte dei Paesi europei dell'ex blocco sovietico, partiti in ritardo e con una struttura economica svantaggiata, sono naturalmente in una posizione meno favorevole, ma rispetto all'Italia hanno un tasso di crescita annua superiore nelle performance innovative. Questo dato sottolinea la bassa capacità del Paese di saper utilizzare le tecnologie dell'informazione e della comunicazione come elemento di incremento della produttività e miglioramento della qualità e dell'efficienza dei servizi. Ciò mentre nei grandi Paesi della UE esse sono responsabili di più del 40% della crescita di produttività.

Le micro imprese in Italia sono oltre 4 milioni, di cui circa l'80% costituite da 1 o 2 addetti. Un terzo di queste non possiede ancora un PC; solo il 57% ha un accesso a banda larga. Un terzo delle aziende italiane non è ancora presente in Internet, un dato che poi arriva fino al 43% se si considerano le piccole imprese.

Ancora sottovalutata in Italia la coscienza dell'importanza dell'ICT, secondo i dati rilevati dalla School of Management del Politecnico di Milano.

"Belle addormentate" il 50% delle PMI italiane, il 30% "a metà del guado" e solo il rimanente 20% in grado di sfruttare appieno l'ICT come leva di innovazione e di competitività.

Secondo la ricerca, l'Italia spende troppo poco in IT, con una percentuale di spesa nel settore sul PIL oggi pari all'1,7% (solo +2% rispetto al decennio scorso) contro una media europea del 2,7% (Assinform), contro una quota del 3,4% In Giappone, cresciuta del 10% rispetto al decennio scorso ed un 3,1% in Francia in crescita dell'8% rispetto al 1998.

Secondo la School of Management, "per aumentare la consapevolezza dell'importanza dell'ICT come leva strategica è fondamentale capire che l'IT non è appannaggio dei tecnici ma leva strategica da gestire a livello di vertici; molto spesso infatti la gestione dell'IT è riservata all'IT manager e vissuta come un costo necessario piuttosto che essere parte integrante delle strategie di cambiamento e innovazione a livello di Vertice".

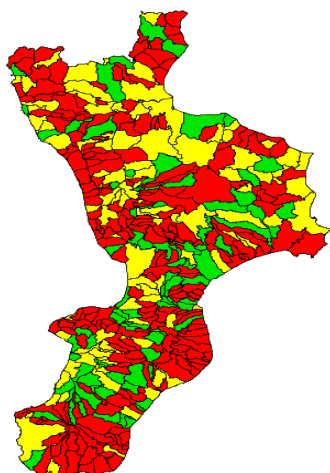
Le PMI da parte loro investono in tecnologia 700-1200 euro per addetto, a seconda della dimensione dell'azienda. Si tratta di investimenti in media limitati, anche se esistono molti casi di eccellenza anche tra piccole o addirittura micro imprese.

Un digital divide che è causa del mancato decollo dello stesso piano e-gov 2012 costruito dal Governo Nazionale su scelte coerenti con la strategia di Lisbona e così le linee strategiche volte ad indirizzare le amministrazioni nella predisposizione del piano per l'ICT 2010-2012.

I dati relativi alla Calabria sono eloquenti

RAPPORTO CITTADINO-PA

- PEC nei Comuni (presenza/numero – Comuni)



Fonte: DigitPA (luglio 2010)

	PEC presente su IPA
	PEC non presente su IPA ma presente sul sito web
	PEC non presente

SERVIZI ALLE IMPRESE

- Sportello Unico Attività Produttive on-line nei Comuni capoluogo (presenza e livello di interattività del SUAP – capoluoghi di provincia)



Fonte: Osservatorio Piattaforme – Between, Luglio 2010

	Transazione completa (anche inoltro on-line dell'istanza)
	Anche accesso a banche dati (banca dati dei procedimenti e/o visualizzazione on-line stato avanzamento iter della pratica)
	Informazioni e download della modulistica
	Servizio non presente

Eppure l'ICT consente alle imprese di passare dalla fase dell'informatica, utilizzata esclusivamente per l'automazione, alla informatizzazione dell'innovazione offrendo l'opportunità di incidere in profondità nei modelli organizzativi e nei processi operativi e gestionali e quindi grandi possibilità di trasformazione che determina la nascita di nuovi processi, organizzazioni e competenze.

L'adozione diffusa e pervasiva di soluzioni "IT" può rappresentare uno degli strumenti maggiormente in grado di sostenere il recupero del potere competitivo delle PMI, non solo tramite una maggiore efficienza interna (e, quindi, un innalzamento della produttività totale dei fattori) ma anche come strumento per lo sviluppo del *core business* aziendale e dei processi di produzione e vendita.

In una società in cui l'accesso alla "rete" si configura come uno dei diritti di base della democrazia e della cittadinanza digitale, il contrasto ed il superamento di ogni barriera che impedisce l'accesso ad aree territoriali, a fasce di popolazione e gruppi sociali producendo "divario digitale" ed emarginazione, costituiscono una pubblica responsabilità ed un pubblico dovere.

Il superamento del digital divide è la frontiera attuale dell'innovazione nelle amministrazioni pubbliche.

Queste, tuttavia, non possono correre il rischio che un divario di tipo tecnologico diventi un divario nella fruizione democratica della società. Per questo dovranno proseguire nel processo avviato impegnandosi a rimuovere le differenze tra le piccole e le grandi comunità, tra le diverse aree geografiche, tra i cittadini.

Solo così le Amministrazioni pubbliche potranno essere il motore del cambiamento sociale in atto e potranno consentire a tutti i cittadini di concorrere da protagonisti alla nuova frontiera: lo sviluppo globale.

Dovranno superare i localismi e favorire il riuso delle tecnologie digitali per una condivisione che si basi efficacemente sul principio di sussidiarietà, introdotto con la riforma al titolo V della Costituzione (L. costituz. 3/2001).

Il programma della Camera è originato dalla consapevolezza che il fenomeno del digital divide rischia di amplificarsi esponenzialmente, configurandosi nella realtà territoriale e il fenomeno del digital divide infrastrutturale che del digital divide applicativo e del digital divide formativo.

Nel quadro delle principali tendenze del settore delle ICTs e delle politiche programmate a livello comunitario si incardina la strategia di interventi della Camera di Commercio per la promozione della Società e dell'Economia dell'Informazione nel proprio ambito di riferimento territoriale.

Tale strategia intende incidere su una criticità rilevata a livello locale in maniera estremamente diffusa, soprattutto presso le piccole e le micro imprese (del Mezzogiorno in particolare) e che attiene alla scarsa sensibilità ed alla relativa limitata implementazione delle Tecnologie della Società dell'informazione quale mezzo per creare valore aggiunto nei sistemi produttivi locali ed a livello aziendale.

L'esperienza maturata sul campo dalla Camera di Commercio per la diffusione di queste tecnologie presso le imprese locali (Borsa Merci Telematica Italiana, Laboratorio Territoriale Internet Facile, Sportelli informativi ad indirizzo tecnologico, Borsa telematica del recupero, Impresa.gov.it, acquistinretepa.it, ecc.) rivela le difficoltà di un vero, costante ed adeguato utilizzo delle ICTs presso le piccole e micro imprese. Recenti ed accreditati studi (Assinform, Netconsulting, ISTAT, Commissione Europea) mostrano, inoltre, la correlazione negativa tra spesa per IT ed utilizzo dell'ICT rispetto alla dimensione dell'impresa, nonché indici di diffusione e di utilizzo delle ICT presso le imprese italiane inferiori ai valori della media europea.

Tale quadro è ulteriormente complicato dal fatto che le imprese richiedono nelle loro previsioni di assunzioni di personale profili professionali a bassa qualifica (Excelsior).

Le criticità e le opportunità evidenziate e le difficoltà incontrate dalle imprese nel loro posizionamento rispetto all'ICT suggeriscono alla Camera di Commercio di programmare interventi di promozione, sostegno e accompagnamento con la finalità di favorire l'ampia diffusione e l'incorporazione nei processi aziendali nonché a livello di sistema territoriale delle Tecnologie della Società dell'Informazione.

☞ Si tratta allora di potenziare le attività e i servizi forniti alle imprese per la diffusione delle ICTs ed in particolare del commercio elettronico:

☞ Diffondere la conoscenza e l'utilizzo della Borsa Merci telematica Italiana e grazie alla partnership BMTI/Intesa Sanpaolo fornire agli operatori innovativi servizi attraverso i quali potranno avvalersi di una serie di prodotti di finanziamento e di servizi finanziari a sostegno della propria operatività e poter contare su un supporto finanziario per ottenere ulteriori finanziamenti a sostegno della propria operatività.

Gli operatori potranno infatti avvalersi di una serie di prodotti di finanziamento e di servizi finanziari che permettono di ottenere un anticipo sui crediti generati sulla piattaforma

telematica, facilitando in questo modo l'operatività legata agli incassi e ai pagamenti di tali crediti.

- ☐ proseguire e rafforzare l'azione di sensibilizzazione, formazione e assistenza degli imprenditori sulle ICTs quali strumenti chiave per l'innovazione tout court e gestionale, per il miglioramento del proprio posizionamento competitivo, in primo luogo nei settori del Made in Italy "tradizionale" ma anche di nuovi settori emergenti.

Tale linea operativa comprende misure adeguate a far fronte a quella "scarsa capacità alfabetica" che lo studio ISTAT 2008 conferma individuando nella "mancanza di capacità" le ragioni che inducono il 40% degli italiani a non accedere al web:

- promuovere, diffondere e far utilizzare adeguatamente i prodotti ed i servizi del sistema camerale in tema di ICTs per lo sviluppo e la gestione delle imprese;
- sviluppare interventi formativi a sostegno delle imprese che intendono confrontarsi con la sfida dell'innovazione, in primo luogo quelle in fase di crescita sul versante dimensionale e strategico.
- fare cultura" attraverso un basket di best practices ICT a livello territoriale
- realizzare di corsi di alfabetizzazione da organizzare a livello territoriale ,in collaborazione o compartecipazione con le associazioni di categoria e con gli enti locali;

☐ Un programma per lo sviluppo di servizi di e-learning per:

- sperimentare nuove modalità di apprendimento e sviluppare interventi formativi a sostegno delle imprese che intendono confrontarsi con la sfida dell'innovazione, in primo luogo quelle in fase di crescita sul versante dimensionale e strategico;
- supportare la conoscenza, l'utilizzo e la diffusione delle ICTs nel sistema dell'istruzione e della formazione (progetti di formazione e di alternanza scuola lavoro di eccellenza) - vedi anche Capitale Umano

Azioni mirate:

☐ Sviluppo della rete di servizi di video-comunicazione e diffusione anche dell'Universitas mercatorum di cui all'obiettivo strategico 3.3. utilizzando la sala informatica attrezzata in corso di realizzazione per attivare una sorta di tutoraggio per gli eventuali studenti.

☐ Programma E-Procurement: "Acquistinretepa.it", perché la PA non venga presa in considerazione solo come erogatrice di servizi ma anche come possibile mercato di sbocco ovvero per la domanda di beni e servizi che essa stessa esprime e che rivolge al sistema delle micro e piccole imprese.

Si tratta perciò di migliorare la propensione delle imprese a partecipare a bandi di gara pubblici per supportare le imprese nei processi di abilitazione ed utilizzo del Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione.

Azioni mirate:

☐ potenziamento del ricorso al MEPA e del Servizio informativo e di assistenza alle imprese locali sul Mercato elettronico della P.A (e-procurement) valorizzando la convenzione vigente tra Camera e Consip ed alla luce delle sempre più numerose richieste di assistenza ricevute anche da parte delle imprese del territorio regionale.

☐ adesione al progetto internazionale a titolarità Consip SpA denominato "PEPPOL – Pan-European Public Procurement Online" finanziato a valere sul CIP – Competitiveness and Innovation Programme dell'Unione Europea.

☐ Programma per il monitoraggio ed informazioni dedicate alle imprese sulla intercettazione di agevolazioni e misure finanziarie a sostegno di progetti ed investimenti in area ICT e net economy e lo sviluppo di progetti di finanziamento innovativi.

L'obiettivo:

favorire un'ampia estensione dei processi innovativi (nella gestione delle fasi terziarie lungo tutta la catena dell'offerta) nei settori più ampiamente diffusi sul territorio e a maggiore capacità di integrazione con altre attività produttive e di servizio; supportare l'introduzione e la diffusione delle ICTs presso le imprese attraverso l'incentivazione degli investimenti specifici ed attraverso l'offerta di servizi formativi specifici; diffondere le migliori pratiche, promuovere le opportunità offerte dell'e-business, cogliere le difficoltà da queste incontrate nell'approccio all'High Tech.

☐ La Camera è chiamata, altresì, a fare la propria parte per la diffusione di una infrastrutturazione territoriale che consenta l'accesso alla rete internet senza costi. Creazione e

gestione quindi di hotspot Wi-Fi aperti al pubblico che frequenta la sede camerale centrale e quella decentrata.

Nello svolgimento del suo programma di attività la Camera avrà come riferimento anche le opportunità del "Protocollo d'intesa per l'attivazione dei gemellaggi finalizzati alla promozione delle politiche per lo sviluppo della Società dell'informazione nelle Regioni obiettivo Convergenza, ai sensi dell'art.15 della legge 7 agosto 1990 n. 241 e successive modificazioni", sottoscritto il 13 ottobre 2010 tra MISE e Dipartimento della digitalizzazione della PA e l'Innovazione tecnologica.

Ne conseguono obiettivi operativi/azioni/risultati attesi nel 2011

Obiettivi operativi	Azioni	Risultati attesi ed indicatori (2011)
III.1.4.1 Evoluzione delle attività di informazione per abbattere le asimmetrie informative	III.1.4.1.1 Sistematizzare le attività degli osservatori e degli studi economici per rendere maggiormente fruibili le informazioni monitorate	<ul style="list-style-type: none"> - Realizzazione e messa a sistema di: <ul style="list-style-type: none"> • Osservatorio economico provinciale e previsioni congiunturali • Osservatorio del mercato del lavoro (Excelsior) • Osservatori settoriali aggiornati al 2010 (Evitando duplicazioni rispetto ad analoghe iniziative provinciali e/o regionali): artigianato, cooperazione, turismo, credito) • Osservatorio sui rapporti tra imprese e pubblica amministrazione • Osservatorio dell'economia civile - Sistema di monitoraggio dei prezzi, tariffe dei servizi pubblici locali e andamento dei mercati telematici: evento pubblico di presentazione e diffusione - Avvio di nuove linee di analisi a sostegno di politiche di sviluppo del territorio: <ul style="list-style-type: none"> • individuazione dei potenziali distretti produttivi, per favorire la creazione di reti d'impresa e rafforzare le filiere • andamento del mercato delle costruzioni e del settore dell'edilizia • l'economia del mare - Realizzazione di 2 iniziative di divulgazione per la presentazione dei risultati - Diffusione periodica trimestrale delle informazioni economiche contenute nel RI, REA, Albo artigiani
III.1.4.2 Promuovere e migliorare l'accesso delle imprese alle innovative tecnologie dell'informazione e della comunicazione	III.1.4.2.1 Azioni di promozione, sostegno e accompagnamento con la finalità di favorire l'ampia diffusione e l'incorporazione nei processi aziendali delle Tecnologie della Società dell'Informazione III.1.4.2.2 Azioni per promuovere l'e-learning a conoscenza	<ul style="list-style-type: none"> - Incontro formativo sul valore dell'e-procurement e conseguente accreditamento di almeno 3 imprese a "acquisti in retePA" - Creazione e gestione quindi di hotspot Wi-Fi aperti al pubblico che frequenta la sede camerale centrale e quella decentrata. - Bando per incentivi finanziari che finanzino in parte investimenti specifici sull'introduzione delle ICTs nelle imprese: esaurimento del fondo reso disponibile. - Seminario informativo sulle opportunità di e-learning in occasione della presentazione della sala informatica in corso di realizzazione
	III.1.4.2.3 Diffusione e promozione del commercio elettronico	<ul style="list-style-type: none"> - Operatività del Laboratorio Internet: <ul style="list-style-type: none"> • n.3 incontri informativi, formativi e di assistenza nel corso dell'anno mirati alla diffusione del commercio elettronico • accompagnamento di almeno una impresa alla operatività di e-commerce - Promozione della Borsa Merci Telematica Italiana (BMTI) e conseguente accreditamento di almeno tre imprese



Obiettivo strategico III.2.

Rilanciare la produttività del sistema delle imprese favorendo lo sviluppo della managerialità nella gestione e processi di aggregazione imprenditoriale

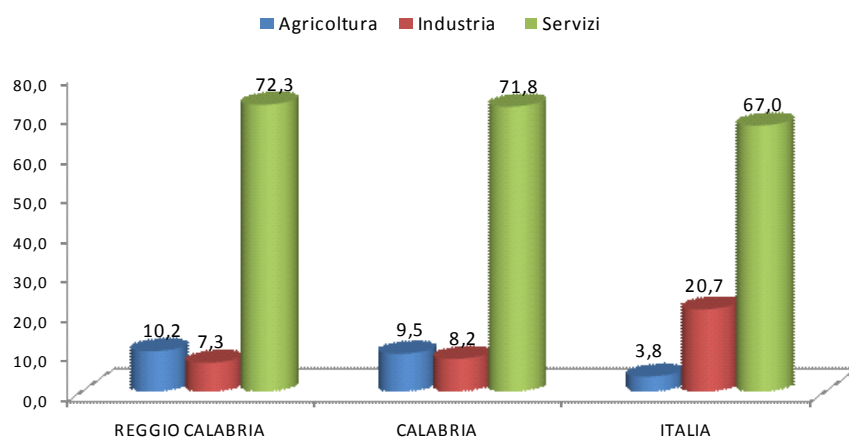
Come per tutto il Paese anche in Calabria, e così nella provincia, il problema «produttività» rileva un carattere strutturale e non congiunturale perché dipende dalla dimensione dell'impresa ed è influenzata dal costo unitario del lavoro, dal tipo di specializzazione e dalla capacità di esportare.

Lo sviluppo provinciale si è fondato sul proliferare di tante micro imprese operanti prevalentemente in settori tradizionali dell'industria. Questa duplice tipicità, che si è accentuata nel corso dei decenni, viene sempre più spesso proposta come causa delle deboli dinamiche che il sistema imprenditoriale ha registrato negli anni più recenti rispetto alle regioni più sviluppate d'Italia: difficoltà dipendenti da una molteplicità di fattori, tra i quali specializzazione e dimensione d'impresa restano rilevanti. Tuttavia, la bassa propensione al cambiamento che certamente si è registrata nel corso dei decenni rispetto a questi due profili potrebbe alla lunga minare la capacità del sistema imprenditoriale di attuare quel rinnovamento strutturale necessario per un posizionamento sui mercati internazionali.

La specializzazione produttiva è rimasta nel corso dei decenni sostanzialmente immutata: i settori industriali più importanti restano quelli tradizionali dell'alimentare, legno e mobili, tessile ed abbigliamento.

Le microimprese (1-10 addetti) rappresentano il 92% del totale e le ditte individuali sono l'80,6% (Italia 63,2%): "un capitalismo minuto e territoriale che costituisce, come per tutto il Sud, l'architrave dell'economia locale".

Sempre modesta l'incidenza degli addetti del settore industria:



Fonte: Elaborazione Istituto Tagliacarne su dati ISTAT

In Calabria le unità locali del settore industriale hanno dimensioni estremamente ridotte, pari a circa 3,5 addetti per unità produttiva contro i 4,7 addetti nel Mezzogiorno, 6,2 nel Centro-nord

e 5,8 in Italia. La Calabria registra dimensioni medie nelle costruzioni (3,2) lievemente maggiori rispetto al Centro-nord e all'Italia (rispettivamente 2,8 e 2,9); al contrario le dimensioni delle attività produttive dell'industria in senso stretto calabrese sono decisamente contenute (3,8 addetti per unità locale) al confronto di quelle del Mezzogiorno (6 addetti) e ancor più rispetto a quelle del Centronord (9,2) e all'Italia (8,4).

Neppure la terziarizzazione ha assunto forme ed intensità tali da determinare cambiamenti nella tradizionale ossatura del sistema provinciale.

Queste dinamiche, a fronte della crescente competitività dei paesi emergenti, potrebbero rappresentare un ostacolo per lo sviluppo in un prossimo futuro.

Reggio Calabri e così la Calabria tutta ha mantenuto negli anni questa connotazione della struttura produttiva: da un lato, non ha mostrato una tendenza alla crescita delle dimensioni d'impresa quanto un irrobustimento in termini giuridici e finanziari delle imprese presenti a livello locale, dall'altro, ha registrato una progressiva perdita di addetti manifatturieri senza che questo abbia però determinato un'adeguata crescita in settori innovativi:

	2005	2006	2007	2008	2009	Var. % 2009/2008
ITALIA	6.940.135	6.926.592	7.003.399	6.954.688	6.714.836	-3,4
MEZZOGIORNO	1.529.729	1.519.009	1.559.716	1.503.785	1.409.419	-6,3
Calabria	116.675	118.691	113.065	108.897	109.365	0,4
Cosenza	39.843	38.529	38.999	36.748	38.124	3,7
Crotone	10.853	9.439	8.971	8.599	8.901	3,5
Catanzaro	21.937	21.351	21.345	22.480	24.611	9,5
Vibo Valentia	10.042	10.549	9.526	9.140	9.513	4,1
Reggio Calabria	34.000	38.823	34.224	31.930	28.216	-11,6

Fonte: elaborazioni MSE su dati Istat

Le principali ragioni di questo peculiare comportamento del sistema locale d'impresa possono essere associate ad una molteplicità di eventi, tra cui: 1) l'assenza di un modello distrettuale sul territorio; 2) l'assenza della grande industria della costa, non compensata dall'emersione di modelli di sviluppo locale con analoghe capacità di crescita (turismo e valorizzazione ambientale hanno rappresentato alternative di sviluppo importanti per piccole comunità, ma con un impatto minimo sulla crescita provinciale; 3) la minore crescita del terziario dei servizi avanzati alle imprese, che ha rappresentato un freno per lo sviluppo manifatturiero, dato che la globalizzazione richiede un maggior supporto di servizi specializzati; 4) la bassa crescita dei settori di specializzazione della provincia.

Si è quindi consolidata nel sistema imprenditoriale una particolare forma di fare impresa che è rimasta fortemente connotata dalla leggerezza strutturale e dai forti legami con la famiglia proprietaria e più in generale con la comunità locale. Peraltro, un tratto caratteristico comune delle imprese reggine, come già richiamato, è la prevalenza delle ditte individuali e, a seguire, delle società di persone. Negli anni, queste forme giuridiche sono via via diminuite in favore delle società di capitali che hanno aumentato il loro peso.

"Sono imprese, queste, che provano ad innovare nel loro piccolo il capitalismo del Mezzogiorno cercando di innestarsi nei due grandi mutamenti che stanno attraversando i territori e che ne stanno distrutturando gli assetti competitivi.

Il primo mutamento è relativo ad una progressiva smaterializzazione del valore delle merci prodotte; il secondo, il progressivo aumento della libera circolazione globale di beni, servizi e flussi finanziari, che ha allargato lo spazio competitivo fino a renderlo, in molti casi, globale.

Non è semplice reggere l'urto di tali mutamenti. Soprattutto perché non è semplice reperire le risorse strategiche tali per poter competere in questo nuovo scenario. Saperi terziari, reti di interconnessione reali e virtuali, servizi finanziari avanzati, vetrine per la rappresentazione: strumenti evidentemente non producibili all'interno delle quattro mura di un capannone, se non altro perché necessari ad una pluralità di attori e, almeno parzialmente, non escludibili e non rivali"⁴⁸.

Ed è proprio questo tessuto di competenze, infrastrutture e culture civiche il vero *atout* mancante in provincia, come in regione ed in tutto il Mezzogiorno.

⁴⁸ Osservatorio Unicredit Piccole Imprese-Rapporto Unicredit sulle piccole imprese-V Edizione 2008/2009

Uno dei temi che con maggiore frequenza viene sollevato dalle imprese è lo scarso sviluppo di un capitalismo delle reti territoriali capace di "fare sistema": banche, università, P.A., ciascun soggetto tende a confinarsi nel proprio campo operativo specifico

In questo scenario presente e futuro, la possibilità di sopravvivenza delle micro e piccole imprese del territorio è quindi legata alla loro capacità di stare in rete (in una o più filiere) e di offrire al loro interno contributi originali e non sostituibili. Questo potrà avvenire solo se le imprese saranno capaci di assorbire conoscenze e costruire nuove competenze. Il passaggio da comportamenti di adattamento di conoscenze sedimentate a capacità di sperimentazione e apprendimento richiede però che venga accettata l'idea che la conoscenza come sottoprodotto del fare non è più sufficiente e che sono necessari quei codici e linguaggi astratti che solo la conoscenza formale e lo studio continuo permettono di padroneggiare.

INDICATORI STRATEGICI (TRIENNALI)

1. Assistere nel triennio 2011-2013 almeno 30 PMI con un temporary manager
2. Assistenza per la creazione di reti di imprese: sottoscrizione di almeno un contratto di rete
3. Trend crescente del numero di imprese supportate per la partecipazione a manifestazioni fieristiche di rilevanza nazionale ed internazionale
4. Realizzazione di un catalogo annuale sugli interventi di formazione programmati (dalla Camera e dalle Aziende Speciali) per le imprese collegate, attraverso le adesioni, ad una valutazione di ritorno sull'effettivo interesse a quanto proposto e sulla qualità di quanto realizzato.

Piani operativi

III.2.1 FAVORIRE LO SVILUPPO DI UN CONTESTO IN CUI IMPRENDITORI E IMPRESE FAMILIARI POSSANO PROSPERARE E CHE SIA GRATIFICANTE PER LO SPIRITO IMPRENDITORIALE

Declinato dai principi dello Small Business Act: *I - Dar vita a un contesto in cui imprenditori e imprese familiari possano prosperare e che sia gratificante per lo spirito imprenditoriale; VI - Agevolare l'accesso delle PMI al credito; VIII- Promuovere l'aggiornamento delle competenze*

Cosa non va: non va più l'impresa che si sostanzia nella macchina, nel capannone e in conoscenza importata, con l'aggiunta di un po' di "genio" e di pratica imprenditoriale. Questo mix, che ha forse funzionato meravigliosamente in passato oggi non funziona più e va cambiato.

Che cosa bisogna fare? La risposta è innovazione.

Per innovare il modello organizzativo delle imprese: dal modello tradizionale dell'imprenditore capo ad un modello più manageriale in grado di assecondare processi di delega interni all'azienda e di disporre l'impresa allo sfruttamento delle economie da cooperazione che possono venire dalla appartenenza a reti conoscitive, produttive e distributive esterne che necessitano, per essere realizzate, di risorse umane dedicate in grado di prendere decisioni autonome e di percorrere strade non sempre prevedibili e coordinabili da una direzione centralizzata.

Si tratta allora di :

➤ *Far crescere la professionalità degli imprenditori.*

Il mestiere di imprenditore è difficile, e in continua evoluzione. Se la competitività dipende oggi in larga misura dalla capacità di comprendere i cambiamenti e di adattarvisi molto velocemente, all'imprenditore vengono richieste oltre alle competenze "tecnicistiche" proprie del prodotto/servizi che viene sviluppato all'interno dell'impresa, occorrono oggi competenze di business plan, finanziarie, legislative, ambientali e il ricorso a soluzioni organizzative nuove; in particolare, l'utilizzo delle tecnologie può facilitare lo sviluppo di funzioni strategiche e modalità gestionali innovative.

Sul fronte dell'innovazione organizzativa, l'intento sarà quello di sostenere la diffusione di strutture manageriali più efficienti e capaci di gestire i processi innovativi e i flussi di conoscenza provenienti dall'esterno promuovendo forme di temporary/contract management, con l'obiettivo di coprire temporanee carenze di management.

Ma anche formazione continua degli imprenditori e i loro collaboratori

➤ *Migliorare la finanziarizzazione delle imprese*, che misura l'intensità creditizia delle imprese in termini di impieghi/PIL.

L'indicatore, che rappresenta una misura indiretta dei problemi di accesso ai finanziamenti bancari delle imprese, registra, secondo le elaborazioni del Centro Studi IPI su dati Banca d'Italia/Istat/Svimez, come il mancato ottenimento del finanziamento da parte delle banche riguarda, in maggiore misura, le imprese meridionali: nel 2008 il rapporto impieghi/Pil delle imprese del Sud è stato pari al 33,9%, a fronte del 68,7% rilevato nel Centro-Nord. Pur in presenza di una lieve crescita nell'ultimo triennio, il differenziale tra le due aree del Paese (peraltro già molto elevato) si è ulteriormente accentuato.

Il principale ostacolo alla finanziarizzazione della micro e piccola impresa è rappresentato dalla marginalità che la funzione finanzia ricopre nei processi di gestione.

L'imprenditore, notoriamente, conosce con minuzia le varie fasi del business e solo lui, in linea di massima, è in grado di combinare i vari fattori di produzione in modo ottimale. Parimenti, alla sua competenza organizzativa, non corrisponde, di solito, un'ampia cultura finanziaria. Questo gap informativo oscura la visione dell'imprenditore in merito alla forte dipendenza del processo produttivo da quello finanziario. Per di più, spesso, questa funzione viene associata a quella amministrativa e contabile con pericolosa confusione di ruoli e competenze. Se si può usare un'immagine motoristica, la finanzia è infatti la benzina che fa muovere il motore dell'impresa. Dal reperimento delle risorse finanziarie alle decisioni alternative di investimento, dalla liquidità alla misura e gestione dell'efficienza e della redditività, la finanzia occupa un ruolo determinante a servizio dell'impresa e dei suoi portatori di interesse.

La mancanza di un adeguato presidio può riversarsi, in modo diffuso, su tutta la gestione e generare quindi inefficienze e disequilibri economici e patrimoniali di rilievo⁴⁹

C'è dunque bisogno di un ammodernamento della finanzia nelle piccole e micro-imprese. Basilea 2 ha conferito maggiore importanza all'informazione finanziaria aziendale come strumento di trasparenza verso i vari soggetti che si relazionano, con diversi ruoli, con l'impresa. Si amplia così la debolezza delle imprese nel rapporto contrattuale con le banche riducendo lo spazio di negoziabilità sui costi e volumi. Le imprese percepiscono le banche quasi esclusivamente come erogatori di credito e servizi tradizionali come, ad esempio, quello di incasso, pagamento e finanziamento.

Sono quindi orientate verso un approccio *transaction banking* non riuscendo a cogliere l'importanza di un passaggio verso un rapporto di *relationship banking* che produrrebbe il risultato di considerare il sistema bancario come *partner* della propria impresa. Ovviamente anche le banche e gli altri intermediari devono fare uno sforzo in questa direzione investendo in *marketing* del servizio e soprattutto cercando di accompagnare le imprese partendo dai prodotti più elementari per poi offrire operatività più complessa come, ad esempio, finanzia straordinaria e operazioni in conto capitale.

Occorre quindi lavorare su forme concrete di assistenza finanziaria alle piccole imprese in partnership con il sistema bancario, soprattutto se si pensa alla forte dipendenza dal sistema bancario delle nostre imprese, testimoniata dal fatto che i debiti bancari, nel 2008, rappresentano oltre il 75% del totale dei debiti finanziari per le imprese meridionali (caratteristica che le accomuna alle imprese del Nord Est), a fronte di valori molto più contenuti nelle ripartizioni del Nord Ovest (50,1%) e del Centro (39,5%).

➤ *Sviluppare il sistema di strumenti e azioni che, in una nuova e più efficace logica di rete, permetta alle piccole e micro imprese, di accrescere la propria competitività.*

Oggi più che mai è necessario accedere a conoscenze specializzate, condividere investimenti per ridurre i rischi e cercare sinergie commerciali e produttive per limitare i costi. Una soluzione a queste esigenze viene dai *business cluster*: "cluster" che in inglese vuol dire grappolo, secondo Michael Porter, celebre professore ad Harvard, identifica le concentrazioni geografiche di aziende e istituzioni che operano in certi settori in maniera interdependente.

Accanto al tema della riorganizzazione interna, una riflessione va fatta anche sulle potenzialità che possano avere i network e le reti d'impresa.

Il tessuto imprenditoriale è costituito per oltre il 90% da micro e piccole aziende che a motivo delle loro ridotte dimensioni incontrano grosse criticità nel contesto produttivo globalizzato. Il problema dimensionale delle realtà aziendali è pertanto oggetto di grande attenzione; l'ultimo

⁴⁹ Mario Comana e Daniele Previtali, Luiss-Guido Carli- Il credito e la finanzia della microimpresa. Punti di criticità e proposte di miglioramento.

provvedimento, in ordine temporale, adottato dall'Unione Europea è il già più volte citato "Small Business Act", l'Atto Europeo per le piccole e medie imprese che si prefigge, fra l'altro, di parametrare la legislazione in materia aziendale proprio sulle PMI.

Più volte è stato affrontato il problema con interventi per facilitare l'aggregazione, ma con scarso successo. Oggi fra gli strumenti più innovativi per favorire l'aggregazione, un ruolo di rilievo è affidato alle reti d'impresa, anche in coerenza con l'impostazione europea per lo sviluppo e la promozione dei cluster. La rete si propone come il nuovo "oggetto" delle politiche industriali di agevolazione e rappresenta sia una nuova modalità di organizzazione produttiva, sia una forma di aggregazione flessibile legata per lo più alla realizzazione di uno specifico progetto, in un'ottica di sinergia di scopo. Le reti si configurano quindi come uno *strumento sperimentale con l'obiettivo generale di accrescere, individualmente e collettivamente, la capacità innovativa e la competitività sul mercato delle imprese aderenti, attraverso percorsi di cooperazione industriale; le reti d'impresa possono rappresentare un importante mezzo per aiutare le aziende, specie le nostre micro imprese, tanto dei settori tecnologicamente avanzati, quanto di quelli più tradizionali - , ad esprimere tutto il loro potenziale.*

Lo sviluppo delle reti d'impresa rappresenta dunque una risposta importante alla questione dello sviluppo competitivo delle micro e piccole imprese e al superamento delle difficoltà che in qualche caso la ridotta dimensione delle imprese può provocare, perché, puntando sul capitale relazionale, permettono di ottimizzare risorse materiali e immateriali e integrando scopi e funzioni — possono infatti costituire una strategia vincente per la crescita delle imprese.

Con la Legge n. 33 del 9 Aprile 2009, in Italia è riconosciuto e legittimato l'utilizzo del modello operativo delle *Reti di Impresa*.

In coerenza con la fase operativa dell'attuazione dello Small Business Act, si tratta di favorire l'integrazione e la competitività delle piccole e micro imprese attraverso i nuovi modelli di aggregazione previsti dal "contratto di rete", che tra due o più imprese consente diverse alternative di alleanze nella produzione, distribuzione e coordinamento, anche attraverso specifici progetti, cogliendo le opportunità che conseguiranno al "protocollo d'intesa per la promozione e la valorizzazione delle reti di impresa" sottoscritto tra Unioncamere e l'Agenzia Confederale per le reti di impresa (ReImpresa) sottoscritto il 28 luglio 2010.

Senza dimenticare che, trattandosi di un modo avanzato e complementare del "fare impresa", rivoluziona, almeno in parte, il concetto di individualismo della cultura imprenditoriale propria della realtà delle nostre piccole e micro imprese. Il salto di qualità verso un clima di condivisione e di collaborazione è ciò che risiede implicitamente nel contratto di rete e richiederà tempo e risorse per essere implementato.

Le reti di relazioni tra le imprese possono assumere molteplici forme: si può trattare di rapporti fra soggetti per lo sviluppo di azioni comuni che talvolta prendono la forma di consorzi o altre formule associative; possono essere reti di subfornitura nelle quali, con diverso grado di coinvolgimento dei fornitori, si organizza la produzione di una o più aziende in diretto contatto con il mercato; si può trattare ancora di accordi stabili fra imprese per lo sviluppo, tramite accordi e joint ventures, di tecnologie, progetti ed attività in comune; infine, vi possono essere reti che coinvolgono, oltre che imprese, altri soggetti importanti del territorio come università e centri di ricerca, scuole e istituzioni formative, enti locali e non.

La misura sarà dedicata a diffondere la conoscenza e l'utilizzo del contratto di rete e ad accompagnare le volontà di aggregazione fra imprese e affiancare le iniziative delle associazioni imprenditoriali in tale ambito perché le imprese ne colgano opportunità e convenienza rispetto ai seguenti benefici:

Economico/strategici↓

- Superare le barriere all'ingresso in un nuovo mercato
- Sfruttare le economie di scala, in particolare all'interno di un contesto produttivo di PMI
- Ampliare e diversificare la propria offerta di beni e servizi
- Acquisire maggior potere contrattuale, verso i fornitori e verso i clienti
- Raggiungere una posizione dominante nel mercato

Finanziari / Patrimoniali↓

- Creare il livello di capitalizzazione adeguato per realizzare un progetto di crescita
- Stabilizzare e migliorare la situazione dei flussi finanziari
- Ottenere una maggior affidabilità patrimoniale nei confronti delle banche e quindi assicurarsi una maggior facilità nell'apertura di linee di credito

Benefici indiretti↓

- Poter progettare strategie più ambiziose
- Aumentare le competenze e professionalità di tipo relazionale
- Ottenere maggior efficienza complessiva della struttura

➤ *Promuovere ed incentivare la terziarizzazione delle imprese.*

Altro elemento di discontinuità rispetto al passato sarà rappresentato dalla focalizzazione sul terziario e sull'impresa terziarizzata, considerati, da un lato, la rilevanza economica che i servizi rivestono nello scenario provinciale e, dall'altro, il processo di smaterializzazione dei prodotti in corso, che vede ridursi il peso della manifattura rispetto ai servizi immateriali e prevalere i processi immateriali nell'ambito della stessa manifattura.

Da una parte si potranno definire e implementare misure destinate ad accrescere l'innovazione nel terziario, dall'altra implementando nelle imprese manifatturiere quella componente immateriale che conferisce il vero valore aggiunto (così design. In un momento quando per cogliere le opportunità del post crisi bisogna proporre nuovi prodotti e adottare processi migliori, oltre che esplorare altri mercati.

Sarebbe velleitario, tuttavia, immaginare che la piccola impresa possa far crescere al proprio interno le competenze necessarie per muoversi verso il globale e verso l'immateriale.

Le proiezioni commerciali e l'intelligenza terziaria non possono crescere, e diventare eccellenti, in imprese manifatturiere che sono nate sotto un altro segno culturale, e che soprattutto non hanno la scala per saturare e "spesare" competenze specializzate create al proprio interno. La soluzione è un'altra: bisogna esplicitare il terziario implicito e far crescere le nuove aziende di servizi che possono emergere in risposta alla domanda di intelligenza terziaria espressa dalle imprese e dalle persone. La risposta è l'esternalizzazione sia quanto nelle medie e grandi imprese fa il management interno e questo richiama ancora una volta il programma SMI ovvero la strategia del networking, aggregarsi, fare rete, per massimizzare i costi di "servizi rari" ma necessari per dare maggiore forza alla produttività e alla competitività aziendale.

➤ *Smaterializzare la produzione*, aggiungendo alle linee manifatturiere esistenti l'estetica del *design*, la fluidità della progettazione, la rapidità delle forniture, la duttilità e l'intelligenza nel servire il singolo cliente, la garanzia di qualità e di servizio offerta, l'efficacia del marchio, della comunicazione e della rete commerciale che si proietta verso i nuovi mercati, rendendo riconoscibile e apprezzabile il valore del prodotto materiale fornito.

Le nostre micro e piccole imprese devono invece essere lasciate libere di crescere o non crescere seguendo le loro capacità e convenienze, senza forzature di sorta: l'ideologia della crescita Necessaria, e dunque della crescita "forzata", non porta lontano, in un paese come l'Italia dove spesso sono le grandi imprese a chiudere e le piccole a sopravvivere.

Le direttrici operative

III.2.1.1. Far crescere la professionalità degli operatori

Progetto "Servizio Manager nelle Imprese" (S.M.I.). Una iniziativa promossa da Manageritalia (che ha all'attivo - insieme con altre associazioni manageriali - una precedente esperienza in Lombardia: SIT-Sportello Impresa in Trasformazione) Istituto Tagliacarne e Camera di Commercio di Reggio Calabria, per favorire il *matching* tra fabbisogni di impresa, e competenze manageriali.

Il progetto si richiama alle caratteristiche del temporary/ contract manager: manager di pronto intervento, dirigente in affitto, manager in leasing, manager a tempo, temporary manager, interim manager, manager pro tempore, addirittura "green berets" aziendali.

Il contract manager è un manager di alto livello che gestisce o cogestisce un'impresa o parti di essa per un periodo di tempo limitato con l'obiettivo di risolvere problemi gravi e contingenti, di ristabilire l'equilibrio economico finanziario e di porre le basi per lo sviluppo futuro.

Nel progetto l'obiettivo è quello di coprire delle temporanee carenze di management. Finalità di tale azione è dunque la creazione di un servizio ricognitivo e di monitoraggio delle professionalità, che consenta alla Camera di Commercio di fungere da punto di riferimento per attività di divulgazione di cultura manageriale, mobilitando *risorse professionali pregiate* - in un'ottica di promozione del territorio.

Come è noto, sono scarse le presenze di manager nelle imprese private del Mezzogiorno, nelle quali il numero dei dirigenti non raggiunge neanche le 8 mila unità - il 6,3 % del totale (dati

Manageritalia in "I numeri dei manager"). In particolare, nella Regione Calabria (dati 2008, stessa fonte) sono 413 i dirigenti privati – lo 0,2 % del totale nazionale (pari a 123.252).

Sono evidenti le opportunità insite in tale operazione: (1) valorizzare i patrimoni conoscitivi e di competenze presenti nel territorio, contribuendo altresì ad innalzare la presenza di 'alte professionalità' e di 'managerialità diffusa' nelle piccole e medie imprese, (2) consentire alle piccole imprese un accesso 'facilitato' alla formazione manageriale, incentivandolo da un approccio pragmatico e con incontri tecnici, (3) visibilizzare il ruolo dell'Ente camerale quale agente di sviluppo del territorio, che catalizza e diffonde informazioni ad alto valore aggiunto.

Gli studi volti ad indagare le principali caratteristiche del mercato del lavoro a livello territoriale locale forniscono, in genere, una limitata rilevanza alla ripartizione degli occupati per posizione nella professione, limitandosi per lo più ad evidenziare la consistenza dei lavoratori dipendenti ed indipendenti per macrosettori di attività economica e le assunzioni programmate dalle imprese per livello di inquadramento. D'altro canto, anche quando l'analisi si spinge più in profondità al fine di colmare tale lacuna, i risultati ottenuti non sempre appaiono soddisfacenti, soprattutto perché le singole qualifiche professionali vengono raggruppate in categorie così ampie da dare un'informazione molto generica sulla composizione delle forze di lavoro.

Quanto affermato vale in modo particolare per i dirigenti, quadri e funzionari dirigenti, di cui non si fornisce sempre una rappresentazione completa e corretta, soprattutto in virtù del fatto che, alcune volte, le definizioni adottate appaiono piuttosto generiche e si trascurano le differenze che intercorrono in tale contesto tra settore pubblico e settore privato, tra industria e terziario, tra attività reali e attività finanziarie. In diversi casi, però, il motivo per cui si dà della categoria dirigenziale una rappresentazione parziale dipende dal fatto che le informazioni di base sono ricavate – invece che dalla documentazione statistica prodotta dall'Istat, dall'Inps e da altri enti facenti parte del Sistan – da indagini campionarie che difettano tanto nei criteri di formazione quanto nelle dimensioni del campione. Probabilmente, la ragione più importante è data dal fatto che spesso le analisi sono circoscritte ai manager dei grandi gruppi industriali e bancari, i quali rappresentano solo una frazione piuttosto modesta del totale.

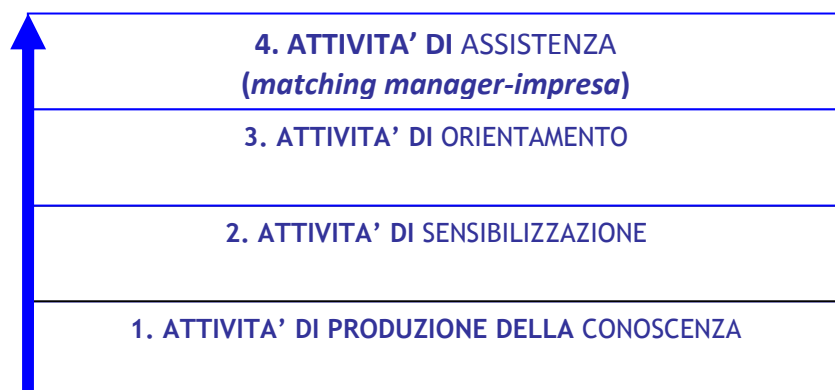
Tenuto conto di ciò, l'obiettivo conoscitivo preliminare della proposta è quello di fornire un quadro, relativamente completo e aggiornato, della dirigenza in provincia (comprendente anche i quadri). Si tratterà quindi di ricostruire, a livello provinciale, la ripartizione di tali figure professionali (pubblici e privati) secondo le seguenti modalità: sesso; classi di età; tipologia contrattuale (a tempo indeterminato e determinato); settore e ramo di attività economica; titolo di studio; retribuzione media annua, al lordo e al netto delle ritenute.

Per la costruzione del quadro in esame, sarà necessario integrare i dati elaborati dall'INPS per il settore privato con quelli elaborati dall'INPDAP e dalla Ragioneria generale dello Stato per il settore pubblico. I risultati di questa integrazione differiscono in misura significativa da quelli dell'indagine sulle forze di lavoro condotta dall'ISTAT, tenuto conto che in tale indagine sono comprese nella dirigenza anche figure professionali che non ne fanno parte (prefetti, questori, magistrati, professori universitari, ecc.). D'altro canto, nell'indagine dell'ISTAT la ripartizione degli occupati per qualifiche professionali è effettuata solo per le grandi circoscrizioni territoriali del Paese.

Sono finalità strategiche del progetto valorizzare, qualificare e rafforzare la presenza di manager, di quadri apicali e di soggetti portatori di alte professionalità nelle micro e piccole imprese locali, facendo primariamente leva sul coinvolgimento di manager posti temporaneamente o stabilmente al di fuori del mondo del lavoro e - in tal modo - creare i presupposti per la crescita della competitività del sistema imprenditoriale.

Il progetto si sviluppa secondo quattro tipi di attività, ognuno delle quali risponde a una esigenza diversa : Conoscenza, Sensibilizzazione, Orientamento, Assistenza.

Le attività ed i servizi da queste discendenti formano un "sistema", organizzato in quattro livelli, collegati l'uno all'altro secondo un criterio di progressività.



Passaggi chiave per l'attuazione di questa strategia sono:

- ☐ raccolta di dati e informazioni sulle alte professionalità operanti della provincia (anche con l'ausilio delle locali associazioni professionali) per la creazione di una banca dati
- ☐ segmentazione della popolazione rilevata per :
 - estrazione pubblica o privata
 - settori economici di provenienza (terziario, industria etc..) (si veda il paragrafo "Analisi")
 - analisi dei fabbisogni, mediante interviste a testimoni privilegiati e l'attivazione di *Focus group*
 - elaborazione di un Piano di lavoro e lancio del progetto con un workshop
 - definizione di un piano di incontri tecnici (es un *workshop* al mese) aperti sia alle imprese che alle istituzioni locali

Il risultato finale sarà l'avvio del servizio di matching: Sportello di incontro domanda offerta di servizi consulenziali per l'impresa minore, gestito primariamente dalla Camera di Commercio. E' obiettivo dello Sportello supportare le piccole e medie imprese di Reggio Calabria e provincia agevolando il loro sviluppo all'interno del sistema economico provinciale. Per farlo, lo Sportello offre alle PMI servizi per favorire il *matching* tra fabbisogni di impresa, e competenze manageriali, attraverso agevolazioni finanziarie e non.

L'attività di assistenza comprenderà in progress il *tutoraggio alle imprese* mirato al superamento degli ostacoli che le imprese possono incontrare nella fase di avvio e sviluppo di una nuova iniziativa di investimento, intervenendo attraverso un'attività di accompagnamento costante al fine di raggiungere la massima efficienza nella realizzazione del piano di investimento.

Così comprende anche una specifica azione per "Temporary Export Manager" per aiutare le imprese a sviluppare in maniera più efficace la funzione di marketing internazionale, favorendo l'incontro tra i giovani laureati e il mondo produttivo locale, attraverso l'individuazione di nuove ed efficaci strategie che permettano alle aziende di entrare in nuovi mercati.

Formazione: la competitività attraverso la formazione

Intervenire sulla struttura professionale dei lavoratori, degli imprenditori impegnati nei processi. Per rispondere alle sfide della conoscenza, della competitività e dell'innovazione, strategico è il ruolo della formazione manageriale. Occorre cioè innalzare il livello di istruzione all'ingresso, il contenuto di formazione acquisito nel corso dell'esperienza lavorativa ed infine il patrimonio di conoscenze da immettere dall'esterno attraverso processi di cooperazione a livello di reti di conoscenza (consulenze, rapporti con centri di servizi, immissione temporanee di ricercatori e di professionalità tecniche, etc.);

Se la centralità della persona umana è il fondamentale per affrontare il cambiamento, occorre allora puntare sulla crescita del capitale umano, investendo appunto sulla formazione imprenditoriale.

Il nuovo scenario competitivo impone sempre più alle imprese di impegnarsi nello sviluppo di comportamenti innovativi (sul versante del processo e, ancor più, del prodotto o servizio offerto) e nel miglioramento della qualità e dell'efficienza produttiva.

In tema di formazione imprenditoriale saranno privilegiati interventi e servizi mirati per le imprese che hanno bisogno di accrescere le proprie competenze e la propria cultura strategica, secondo la metodologia della formazione continua.

Sempre più le aziende che hanno successo sono quelle che pensano a due cose: la prima che il loro mercato è il mondo e non l'ambiente in cui operano e la seconda che la differenza la fanno non i prodotti ma i clienti. Dunque le nostre piccole e micro aziende devono costruire modelli di business sulle esigenze dei loro clienti. E' questo il segreto di una buona riuscita

imprenditoriale: l'innovazione come fenomeno pervasivo e sociale e che favorisce occupazione su un mercato, però, che non è più solo ristretto all'ambiente dove opera l'impresa, ma che è il mondo intero".

Avvio di un percorso formativo di *Lean Management* per promuovere profili imprenditoriali capaci di comprendere il contesto organizzativo e operativo in cui agiscono, valutandone i punti di forza e di debolezza, per saper proporre cambiamenti coerenti con la missione dell'azienda e animare il cambiamento, agendo sia sulle leve di processo, che sul comportamento degli individui coinvolti nel progetto: presentazione del percorso ed acquisizione di manifestazioni di interesse (in città, nell'area jonica e nell'area tirrenica).

III.2.1.2. Migliorare la funzione finanziaria nella micro e piccola impresa

Nel succedersi dei cicli economici, è prevalsa una convergenza verso un modello di *business* globale imperniato nella ricerca dell'efficienza produttiva, dell'integrazione verticale dell'offerta e della diversificazione dei mercati serviti. Conseguenza di ciò, è stato il moltiplicarsi delle variabili che le imprese hanno dovuto imparare a misurare, valutare e gestire. Seppure l'idea e il modello di *business* costituiscano la prerogativa necessaria del successo imprenditoriale, questi non ne sono condizione sufficiente per raggiungere equilibri gestionali e livelli di redditività ottimi. È necessario infatti integrare una pianificazione strategica di *business* con una gestione finanziaria prospettica e dinamica che consenta di programmare, monitorare e gestire i fabbisogni finanziari che si generano nel tempo⁵⁰.

La criticità delle micro e piccole imprese che non permette di cogliere i vantaggi di una pianificazione finanziaria strategica è la debolezza della Funzione Finanziaria.

Generalmente, la funzione finanziaria non è considerata come possibile fonte generatrice di valore, ma piuttosto come un centro generatore di soli costi.

Inoltre, le competenze dedicate sono, in genere, qualitativamente inadeguate e numericamente ridotte. Manca una corretta pianificazione dei fabbisogni e degli impieghi di risorse finanziarie; di conseguenza, l'incapacità di motivare in modo adeguato le esigenze finanziarie incide negativamente sul rapporto con le banche rendendo più oneroso il costo dell'indebitamento

Se si può usare un'immagine motoristica, la finanza è infatti la benzina che fa muovere il motore dell'impresa. Dal reperimento delle risorse finanziarie alle decisioni alternative di investimento, dalla liquidità alla misura e gestione dell'efficienza e della redditività, la finanza occupa un ruolo determinante a servizio dell'impresa e dei suoi portatori di interesse.

La ridotta dimensione di attività, a sua volta, fa percepire poco rilevante l'assunzione di personale qualificato mettendo in moto legami tra necessità familiari e variabili aziendali; mentre la confusione tra patrimonio personale e aziendale, accentua la difficoltà del ricorso al mercato dei capitali e alla diversificazione delle fonti di finanziamento. A sua volta Basilea 2 ha conferito maggiore importanza all'informazione finanziaria aziendale come strumento di trasparenza verso i vari soggetti che si relazionano, con diversi ruoli, con l'impresa.

Un tale contesto ha generato un vero e proprio gap di competenze e professionalità tra gli intermediari e la piccola impresa, che si trova in difficoltà di fronte a richieste di informazione finanziaria dettagliata. Si amplia così la debolezza delle imprese nel rapporto contrattuale con le banche riducendo lo spazio di negoziabilità sui costi e volumi e incrementando la disparità tra i piani di competenze e linguaggi⁵¹.

☞ L'impegno della Camera sarà quello di creare forme di assistenza finanziaria alle piccole imprese.

L'esternalizzazione della funzione finanza potrebbe quindi partire dal coinvolgimento delle professionalità del progetto SMI.

☞ Progetto che attualizza il protocollo d'intesa sottoscritto il 22 ottobre 2010 tra ABI-Commercialisti-Unioncamere

▪ Il Progetto, su base facoltativa per le imprese, prevede l'identificazione della figura di un professionista dotato di requisiti di onorabilità e professionalità, nonché di autonomia e indipendenza rispetto alle singole imprese interessate - secondo un apposito Elenco tenuto dalla Camera di Commercio con l'ausilio di rappresentanti degli Ordini territoriali dei Dottori Commercialisti - il cui compito è quello di attestare l'esistenza e il valore di taluni specifici *asset* (es. crediti vantati nei confronti di terzi; rimanenze di magazzino; s.a.l. relativi a commesse in corso di esecuzione, intangibili, ecc.).

⁵⁰ Artigiana 2010, Credito e finanza-Regione Lombardia ed Unioncamere Lombardia

⁵¹ Ved. Nota precedente

Ad attestazione avvenuta, il professionista rilascerà all'impresa una dichiarazione che quest'ultima utilizzerà nei propri rapporti con il sistema bancario, al momento della richiesta di finanziamento. Le banche, anche in base a precisi accordi convenzionali che verranno promossi da Unioncamere, ABI e CNDCEC avranno la possibilità di proporre una politica creditizia mirata su tali fattispecie, garantendo una priorità nella valutazione del merito di credito dell'impresa che ricorre a questo processo di attestazione e assicurando altresì tempi brevi di istruttoria.

Per quanto riguarda l'individuazione dei soggetti abilitati al rilascio dell'attestazione sarà curata la formazione e la gestione di un elenco dei professionisti autorizzati allo svolgimento delle suddette attività, su base nazionale, nel quale possono essere inclusi esclusivamente i professionisti iscritti nella sezione A - Commercialisti dell'Albo dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili istituito ai sensi del d.lgs. 28 giugno 2005, n. 139 e Revisori Legali iscritti ad altri Ordini professionali, a condizione che ne facciano domanda e siano dotati dei requisiti previsti, secondo apposito regolamento.

- Iniziative di informazione sui progetti avviati dall'ABI in tema di autodiagnosi dell'impresa tramite piattaforme *web*;
- iniziative di educazione finanziaria rivolte alle imprese

III.2.1. 3. Promuovere le reti d'impresa

Rilanciare la produttività dei sistemi d'impresa significa promuovere nuove e più efficienti modalità di aggregazione tra le PMI, in primis la formula delle reti d'impresa, in grado di ammortizzare e sfruttare appieno gli investimenti connessi agli sviluppi dell'innovazione nella sua accezione a 360° e alla penetrazione dei mercati.

La rete d'impresa può essere definita come un'aggregazione di imprese finalizzata all'assunzione congiunta di decisioni e all'integrazione dei propri sforzi per progettare, realizzare e produrre beni e servizi, sviluppare nuovi processi e prodotti, accrescere i tempi di innovazione o di ingresso in nuovi mercati locali o esteri⁵².

Le Reti d'impresa rappresentano forme di coordinamento di natura contrattuale tra le aziende, destinate in particolare alle micro e piccole imprese, che vogliono aumentare la loro massa critica e avere maggiore forza sul mercato senza doversi fondere o unirsi sotto il controllo di un unico soggetto.

"Data la caratteristica del nostro sistema imprenditoriale, nella gran parte costituito da imprese di piccola dimensione, l'aggregazione in rete rappresenta un passaggio fondamentale per poter operare con successo in uno scenario economico globalizzato. Da tempo segnaliamo che questa opzione, già adottata da molte nostre medie imprese leader di mercato, si è rivelata vincente per reggere alla forte pressione competitiva di questi ultimi anni. In una fase in cui il sapere ha assunto un ruolo fondamentale, stare in rete permette inoltre di catturare specializzazioni e competenze laddove esse sono, all'occorrenza pure al di là del territorio di origine o del settore di appartenenza della singola piccola impresa. Rappresenta quindi una modalità importantissima per fare innovazione e per utilizzarne gli esiti su scala dimensionale allargata: con chiare ricadute in termini di maggiore efficienza e competitività. Sono certo che questo accordo sarà prezioso per contribuire a diffondere questa cultura della collaborazione e della aggregazione anche presso tutti i soggetti economici espressione dei diversi territori"⁵³.

A sua volta Aldo Bonomi, Vice Presidente di Confindustria "Le nostre aziende in un mercato modificato dalla crisi, per restare competitive devono collaborare tra loro per rafforzarsi e aprirsi a esperienze al di fuori dei propri tradizionali limiti territoriali".

Si tratta infatti di uno strumento leggero e flessibile che stabilizza (attraverso il contratto di rete) i rapporti di collaborazione e aumenta le opportunità di business.

Le reti di relazioni tra le imprese possono assumere molteplici forme: si può trattare di rapporti fra soggetti per lo sviluppo di azioni comuni che talvolta prendono la forma di consorzi o altre formule associative; possono essere reti di subfornitura nelle quali, con diverso grado di coinvolgimento dei fornitori, si organizza la produzione di una o più aziende in diretto contatto con il mercato; si può trattare ancora di accordi stabili fra imprese per lo sviluppo, tramite accordi e joint ventures, di tecnologie, progetti ed attività in comune; infine, vi possono essere reti che coinvolgono, oltre che imprese, altri soggetti importanti del territorio come università e centri di ricerca, scuole e istituzioni formative, enti locali e non⁵⁴.

⁵² "L'internazionalizzazione delle imprese laziali della filiera nautica" a cura di Matteo Giuliano Caroli - Osservatorio sull'internazionalizzazione del Lazio - Unioncamere Lazio, Luiss, 2010

⁵³ Ferruccio Dardanella, Presidente di Unioncamere

⁵⁴ Art.42 4-ter del DL 78 conv in L. n. 122/2010 "Con il contratto di rete più imprenditori perseguono lo scopo di accrescere, individualmente e collettivamente, la propria capacità innovativa e la propria competitività sul mercato e a

Senza trascurare la convenienza dalla partecipazione a una rete, per effetto dell'art.42, comma 2, del D.L.31.05.2010, n.78 conv in L.n.122/ che ha previsto:

- vantaggi fiscali;
- vantaggi amministrativi;
- vantaggi finanziari.

Vantaggi fiscali

L'agevolazione fiscale in favore delle imprese che sottoscrivono o aderiscono a un contratto di rete consiste nell'introduzione di un regime di sospensione d'imposta per la quota di utili di esercizio accantonata ad apposita riserva e destinata alla realizzazione di investimenti previsti nel programma di rete. Il programma comune di rete deve essere asseverato da organismi associativi imprenditoriali o da organismi pubblici, ambedue individuati in uno specifico decreto del Ministro dell'Economia e delle Finanze di prossima emanazione. L'asseverazione sarà rilasciata dopo aver verificato e riscontrato la sussistenza degli elementi propri del contratto di rete e dei requisiti di partecipazione delle imprese. L'agevolazione sarà applicabile per tutti gli utili realizzati fino al periodo di imposta in corso al 31.12.2012 e non potrà eccedere un milione di euro.

Vantaggi amministrativi e finanziari

Per quanto concerne i vantaggi amministrativi e finanziari, l'art.3, comma 4-quinquies, D.L. 10.02.2009, n.5, in base al quale, previa autorizzazione rilasciata con apposito decreto, alle reti di imprese si applicano le disposizioni già previste per i "distretti produttivi", ai sensi dell'art.1, comma 368, lett.b) e c), L.23.12.2006, n.266 (Legge Finanziaria 2006). Tra i vantaggi amministrativi e finanziari, pertanto, troviamo la facoltà di svolgere talune funzioni da parte della rete quali l'esecuzione degli adempimenti burocratici connessi allo svolgimento dell'attività, la certificazione dell'iter procedurale seguito, la possibilità di stipulare convenzioni con l'ABI a condizioni che saranno stabilite in apposito regolamento, ecc....

Così l'impatto con il mercato globale non è stato neutrale per quel tessuto di Micro e piccole imprese del manifatturiero tipico che hanno manifestato la manifatturiero ad evolversi verso la terziarizzazione della filiera produttiva nei settori maggiormente esposti.

L'impegno della Camera per i prossimi anni sarà quello di proporsi ed accreditarsi quale laboratorio di progettazione, proposta e sperimentazione di forme aggregative di imprese e di aree.

Nella fase iniziale la Camera dedicare azioni informative di tipo seminariale per presentare un corretto quadro di riferimento delle problematiche giuridiche, statutarie, contabili ed organizzative delle reti e delle aggregazioni di Impresa. In particolare, si approfondiranno i temi del finanziamento e della gestione delle garanzie e si presenteranno casi e problematiche di realizzazione delle operazioni di aggregazione nella forma delle reti di impresa.

L'impegno della Camera nei prossimi anni avrà come riferimento:

- ☐ Il protocollo di intesa per la promozione e la valorizzazione delle reti d'impresa, sottoscritto tra Unioncamere e Confindustria il 28 luglio 2010.
- ☐ L'accordo di programma MISE -Unioncamere in corso di perfezionamento.
- ☐ Il piano di azione della Regione Calabria "Interventi a favore dei distretti produttivi" di cui al Decreto MISE 7 maggio 2010.

L'obiettivo di promuovere nuovi modelli di integrazione di filiera attraverso l'individuazione e l'implementazione di forme di collaborazione interaziendale sistemi diversi, anche extraregionali, e lo sviluppo del modello "rete di imprese" sarà perseguito attraverso le seguenti azioni:

- Ricerca e mappatura del bacino di riferimento settore-territorio per l'individuazione delle potenziali reti e filiere (anche di subfornitura e/o transnazionali): priorità settore della logistica
- Promozione e animazione, attraverso cicli seminariali
- Realizzazione di audit aziendali funzionali alla prefattibilità della rete/filiera
- Assistenza tecnica per la costituzione delle reti d'impresa/filiera
- Supporto alla definizione dei progetti integrati e alla stesura delle relative tipologie contrattuali

tal fine si obbligano, sulla base di un programma comune di rete, a collaborare in forme e in ambiti predeterminati attinenti all'esercizio delle proprie imprese ovvero a scambiarsi informazioni o prestazioni di natura industriale, commerciale, tecnica o tecnologica ovvero ancora ad esercitare in comune una o più attività rientranti nell'oggetto della propria impresa.

- Progetto Re.ta.ggio (Rete d'impresе per il trasporto e la logistica nella provincia di Reggio) per supportare le imprese che operano nella provincia di Reggio Calabria nella definizione, condivisione ed implementazione di azioni di rete per il miglioramento della trasportistica e della logistica, al fine di migliorare le condizioni di competitività delle imprese in termini di riduzione del *time to market*, dell'internazionalizzazione e dell'efficientamento del sistema logistico.
- Bando per i sostenere lo sviluppo di funzioni avanzate condivise dalla rete (produzione, progettazione, logistica, condivisione del sistema informatico etc.). Un'attenzione particolare sarà dedicata per promuovere i vantaggi del franchising dei network minori.
- ☐ Per quanto alle reti di relazioni a scala sovraregionale e su orizzonti multinazionali, si richiamano i progetti "MED IN ITALY" Promozione del sistema delle imprese in un'area strategica per il sistema Italia" previsti dall'Obiettivo strategico "Mediterraneo":
 - Energia & Ambiente nelle città del Mediterraneo
 - Med in Med 2
 - Costruire Sostenibile nel Mediterraneo: verso SUD, dopo il SUD
 - MED PORTS Development of clusters in port logistics services of the Mediterranean Basin
- ☐ Saranno colte le opportunità che verranno offerte a livello di sistema camerale dal Protocollo d'intesa RetImprese-Unioncamere "*Promozione e valorizzazione delle reti d'impresa*" i cui obiettivi operativi possono individuarsi in:
 - Progettare e realizzare cicli seminariali a livello territoriale per promuovere le reti d'impresa;
 - Avviare approfondimenti di studio, anche in collaborazione con il sistema Universitario, nella realizzazione aggiornamento di una mappa di reti e filiere nazionali ed internazionali;
 - Realizzare premi nazionali per le migliori reti d'impresa sui temi dell'innovazione, dell'ambiente e dell'energia;
 - Proporre una manualistica per la costituzione e la gestione di reti d'impresa e dei relativi contratti di rete;
 - Promuovere l'istituzione di Borse di Studio sul tema delle reti d'impresa coinvolgendo anche il Mondo delle Università.

III.2.1.4.Promuovere la terziarizzazione delle imprese

Programma "Creatività, design e competitività".

55 imprese su 100 puntano con decisione sul design per vincere la sfida della competizione, tanto che per svilupparlo alcune di esse investono fino al 6% del fatturato.

Fenomeno complesso e in profonda evoluzione, il design è normalmente associato ad alcuni specifici settori industriali (arredamento, illuminazione, oggettistica, ecc.). Questa visione, però, limita ampiezza e rilevanza del fenomeno e porta fuori dal campo di osservazione realtà industriali e merceologiche nelle quali il design sta emergendo come uno dei più importanti fattori distintivi e competitivi (ad es. elettronica di consumo, meccanica, servizi culturali, ecc.)

L'indagine campionaria effettuata da Unioncamere su circa mille imprese di tutti i settori, evidenzia ovviamente che la percezione del design come leva competitiva è più elevata in settori come il Legno Mobile (è considerata tale dal 78% di queste aziende) ed il Tessile abbigliamento (69%), ma interessa comunque oltre la metà delle imprese della Meccanica, dei Servizi avanzati, dell'Information Technology e del Credito e assicurazioni. E' decisamente meno accentuata invece nell'industria "pesante" (Produzione di Gas, Energia e Acqua).

Almeno 20 imprese su 100 (con punte di 40 nel settore del Legno e del Mobile) investe almeno il 6% del proprio fatturato nello sviluppo della creatività. Tra le imprese poi che considerano il design fattore di competitività, il 75% in media ritiene che esso sia una componente essenziale per lo sviluppo di nuovi prodotti e servizi e il 61% pensa che il design rappresenti addirittura un impulso all'introduzione di nuovi prodotti o servizi a più elevato contenuto di innovazione.

Se per il 43% di queste imprese, infine, il design interessa essenzialmente la componente estetica del prodotto, per il 26% invece la creatività contribuisce anche alla maggiore funzionalità e per il 13% alla facilità d'uso di un manufatto o di un servizio⁵⁵.

Per nulla generalizzata sul territorio la consapevolezza che il design sia, innanzitutto, un processo di progettazione in grado di mettere in contatto l'impresa con la realtà mutevole dei mercati e, attraverso la realizzazione di prodotti, servizi o sistemi corretti, metterla in condizione di trasmettere i valori dell'azienda.

⁵⁵ Rapporto Unioncamere sul design nelle imprese italiane- 2009

Eppure occorre un forte impegno delle istituzioni pubbliche perché si avvii un processo di avvicinamento delle micro e piccole imprese del territorio ai designer.

La programmazione della Camera di Commercio per il 2011 e per i prossimi anni prevede così la realizzazione di campagne di sensibilizzazione e di comunicazione su ampia scala territoriale, mirate non solo a far comprendere le potenzialità competitive del design ma anche a far riconoscere la cultura del design in modo capillare da parte dei consumatori. Così facendo aumenterà la consapevolezza che il buon design è, a tutti gli effetti, un valore discriminante di un prodotto, di un servizio o di un sistema. Queste iniziative potranno così rappresentare un ulteriore impulso per le aziende ad avvicinarsi alla disciplina per lo sviluppo del proprio business e dare, al contempo, la possibilità di far conoscere al pubblico il vero significato di "design", ancora oggi spesso riduttivamente associato al concetto di stile.

Azioni però anche per sensibilizzare i designer ad uno sforzo di avvicinamento all'impresa, per invertire una tendenza che connota maggiormente i progettisti (specialmente quelli più giovani) e che rischia di allontanarli dal mondo delle aziende, quella cioè dell'eccessiva attenzione rivolta allo stile e una aspirazione all'anticonformismo, nel tentativo di emulare le grandi star dell'architettura e del design. L'equilibrio tra funzione, innovazione e forma, che ha fatto in passato la fortuna del design italiano, sembra quindi essere posto sempre più in secondo piano rispetto all'interesse dei progettisti verso gli aspetti puramente formali, a scapito della conoscenza delle effettive opportunità di mercato e, ancor più, delle capacità realizzative del mondo produttivo. Per aprire nuove strade al dialogo tra il mondo della produzione e della progettazione valorizzando le capacità del design di agire sul tessuto imprenditoriale locale quale leva di sviluppo competitivo⁵⁶.

Il percorso:

☐ Supportare le aziende del settore manifatturiero nella riqualificazione e innovazione dei loro prodotti, attraverso l'organizzazione di incontri mirati con i migliori designer del territorio nazionale

☐ Istituzione del "Fondo creatività" per contributi finalizzati a sostenere la creazione e l'avvio di micro e piccole imprese a forte contenuto creativo

Programma di branding.

Le strategie di branding riguardano l'applicazione delle tecniche di marketing a uno specifico prodotto o linea di prodotti. Lo scopo è di aumentare il valore percepito dal consumatore.

Un brand di successo ha le seguenti caratteristiche: facile da pronunciare, facile da ricordare, facile da riconoscere, facile da tradurre, attira l'attenzione, suggerisce caratteristiche e benefici del prodotto, suggerisce un riferimento all'immagine aziendale, distingue il posizionamento del prodotto rispetto alla concorrenza, registrabile legalmente.

In un mercato caratterizzato dalla progressiva banalizzazione dei prodotti, sempre più simili sotto il profilo tecnologico e funzionale, la qualità e il prezzo, lo sviluppo della marca diventa il mezzo per contrastare la tendenza alla virtualizzazione, introducendo elementi di differenziazione legati al valore e all'immaginario della marca. È l'immagine di marca che crea valore, un valore psicologico per il consumatore che si traduce di riflesso in valore economico per l'impresa. Diventa, quindi, sempre più importante per l'azienda pianificare strategie di marca che diano un consistente e duraturo vantaggio competitivo.

Ciò consente di evidenziare l'importanza del marchio, in quanto permette la distinguibilità dei prodotti, valorizza la reputazione dell'azienda e incoraggia la fidelizzazione del consumatore. Il marchio comunitario rappresenta quindi un modo agevole di tutelare la proprietà industriale, al quale le aziende italiane hanno risposto in maniera favorevole. Si tratta infatti di un marchio unico, con validità sull'intero territorio dell'Unione Europea, che favorisce l'internazionalizzazione di prodotti e servizi e permette di difendere il loro valore economico.

A livello territoriale, emerge la preminenza del Nord-Ovest (41,6%), seguito dal Nord-Est (33,8%), dal Centro (17,7%) e infine dal Sud e Isole (6,9%). Il Sud e Isole ed il Nord-Ovest sono le macroaree con la maggiore variazione media annua per domande depositate, con delle percentuali superiori alla media nazionale, rispettivamente pari a 7,8% e 6,4%.

Volendo però stilare una classifica costruita sul rapporto fra numero di marchi depositati e ricavi derivanti dall'export verso i Paesi dell'Unione Europea, le regioni ad elevata produzione di marchi non si attestano fra le prime posizioni. In vetta alla classifica troviamo invece la

⁵⁶ Centro Studi Unioncamere - Rapporto Unioncamere 2010. L'economia reale dal punto di osservazione delle Camere di commercio

Calabria, con 3,9 marchi ogni 10 milioni di euro di export verso l'Unione Europea, seguita dal Lazio e quindi dalla Liguria.

In provincia di Reggio Calabria n. 86 i marchi depositati.

Il percorso:

☐ Seminari informativi/formativi che promuovano la politica aziendale del brand, quale promessa con cui l'impresa garantisce al consumatore che gli fornirà un prodotto in grado di soddisfare le proprie aspettative; valorizzata da sistemi volontari di tracciabilità (ovvero la capacità di ricostruire la storia di un prodotto) e di certificazione ISO (relative alla realizzazione e gestione dei sistemi di qualità aziendali secondo gli standard internazionali).

Ne conseguono obiettivi operativi/azioni/risultati attesi nel 2011

Obiettivi operativi	Azioni	Risultati attesi ed indicatori (2011)
III.2.1.1 Far crescere la professionalità degli imprenditori	III.2.1.1.1 Progetto "Servizio Manager nelle Imprese" (S.M.I.): percorsi di affiancamento manageriale (coaching) alle imprese, in collaborazione con l'Istituto G.Tagliacarne e Manageritalia.	- Avvio del servizio di Temporary Manager attraverso percorsi di affiancamento in almeno 10 imprese
	III.2.1.1.2 Formazione imprenditoriale formazione	- Predisposizione per il secondo semestre dell'anno del catalogo della formazione - Percorso formativo di n.3 incontri sul tema "Gestire e sviluppare una micro impresa: partecipazione di una media almeno 15 imprese - Percorso formativo di "lean management": partecipazione di almeno 10 imprese
	III.2.1.1.3 Azioni per promuovere la conoscenza di Universitas Mercatorum: Ateneo Telematico del Sistema delle Camere di Commercio con l'obiettivo di strutturare una offerta formativa indirizzata ad un target principale di "persone già occupate" che vogliono conseguire un titolo accademico "frequentando" i corsi on line	- Evento di presentazione dell'Universitas Mercatorum, dell'attivazione del servizio per fornire informazioni sul funzionamento e l'offerta formativa: iscrizione di n.3 alunni incentivata da borse di studio
III.2.1.2 Migliorare la finanziarizzazione delle imprese	III.2.1.2.1 La gestione della funzione finanziaria nella micro e piccola impresa	- Attivazione di un servizio di assistenza finanziaria a piccole imprese (anche nell'ambito del progetto S.M.I.) e avvio della individuazione di professionisti per la creazione dell'Elenco di cui al protocollo d'intesa ABI - Commercialisti - Unioncamere: coinvolgimento di almeno 10 imprese e adesione al protocollo di almeno cinque commercialisti
III.2.1.3 Promuovere le reti d'impresa	III.2.1.3.1 Azioni di informazione, assistenza e supporto alla creazione di reti d'impresa	- Coinvolgimento di almeno 15 imprese nelle attività di sensibilizzazione alla creazione di reti di imprese e realizzazione di almeno un incontro (Progetto Retaggio). - Definizione di un progetto e manifestazione di interesse sulla creazione di una rete tra le imprese di produzione del vino IGT Palizzi
III.2.1.4 Promuovere la terziarizzazione delle imprese	III.2.1.4.1 Programma "Creatività, design e competitività"	- Istituzione di un "Fondo creatività" per contributi volti a sostenere la creazione e l'avvio di micro e piccole imprese a forte contenuto creativo - Le imprese incontrano il design: una giornata in cui le imprese incontrano i designer: partecipazione di almeno 15 imprese e 5 designer
	III.2.1.4.2 Programma di branding	- Avvio di un percorso di apprendimento sulla costruzione della marca con almeno 15 destinatari
	III.2.1.4.3 Promozione delle produzioni locali sui mercati nazionali ed esteri	- Bando per il riconoscimento di voucher per la partecipazione a manifestazioni fieristiche, e partecipazione diretta ad almeno 2 manifestazioni di rilievo nazionale o internazionale - Sostegno alla partecipazione delle imprese reggine al programma fieristico di Unioncamere Calabria

Obiettivo strategico III.3

RIORGANIZZARE LE POLITICHE FATTORIALI ED EFFICIENTARE MISURE ED INTERVENTI

Elevare il livello della competitività passa, soprattutto, attraverso l'adozione di processi innovativi la cui efficacia si coglie, a livello macro, attraverso la verifica della capacità del sistema di orientarsi verso produzioni nuove, verosimilmente a maggiore contenuto di valore aggiunto ma anche a confrontarsi sempre più con la competizione globale dove un ruolo fondamentale è oggi giocato dai "nuovi entrati" e, a livello micro, attraverso comportamenti di impresa volti ad inserire, all'interno dei processi produttivi, forme diverse di innovazione (che consentano di produrre meglio gli stessi prodotti o di produrne di nuovi. In questo ambito occorre, inoltre, non dimenticare che, in un sistema di micro e piccole imprese, l'innovazione passa anche attraverso i processi di natimortalità, attraverso cioè la cessazione di attività delle imprese più marginali e la nascita di nuove imprese orientate su nuove produzioni e i processi di finanziarizzazione.

INDICATORI STRATEGICI (TRIENNALI)

1. Incremento di almeno il 30% nel triennio 2011-2013 rispetto al triennio 2008/2010, del numero di soggetti coinvolti nelle iniziative a favore dell'innovazione, dell'internazionalizzazione, del credito e dello sviluppo del capitale umano
2. Processi di innovazione, internazionalizzazione, finanza innovativa, assunzione di laureati attivati da almeno 50 imprese
3. Almeno il 70% delle risorse finanziarie destinate ad iniziative di promozione all'estero impiegate per progetti ed attività di sistema
4. Creazione di un sistema territoriale di rete integrato Camere di Commercio, scuole, associazioni imprenditoriali, imprese, finalizzato alla istituzionalizzazione di un modello di apprendimento in alternanza scuola-lavoro: coinvolgimento di almeno 15 scuole e 15 imprese anche dell'area ionica e tirrenica.
5. Sperimentazione della figura del "tutor interaziendale" nell'alternanza scuola-lavoro
6. Trend crescente di anno in anno dei partenariati attivati con soggetti terzi per la realizzazione delle iniziative programmate
7. Realizzazione delle iniziative seminariali e di formazione anche delocalizzate sul territorio delle due macroaree (ionica e tirrenica) avvalendosi della collaborazione delle associazioni attive sul territorio

PIANI OPERATIVI

III.3.1 INNOVAZIONE .PROMUOVERE E SOSTENERE L'INNOVAZIONE, INCORAGGIARE E SOSTENERE LA NASCITA E LO START-UP DI IMPRESE INNOVATIVE

"L'innovazione è far meglio adesso quello che già si faceva ieri e fare oggi quello che ieri sembrava impossibile o impensabile.

L'innovazione è sempre il frutto di un peculiare intreccio di conoscenza, capitali, organizzazione.

L'innovazione soddisfa bisogni antichi ma allo stesso tempo ne produce di nuovi modificando vecchie abitudini ed inducendo nuovi comportamenti"

Cit. Di Corinto A., 2006 "L'innovazione necessaria".



Declinato dalla funzione demandata alle Camere di Commercio dall'art.2 co.2 lett. f) della legge n.580/1993 riformata dal d.lgs. n.23/2010") *promozione dell'innovazione e del trasferimento tecnologico per le imprese, anche attraverso la realizzazione di servizi e infrastrutture informatiche e telematiche*, dal programma "Europa 2020" e cioè "L'Unione dell'innovazione: riorientare la politica in materia di R&S e innovazione in funzione delle sfide principali, colmando al tempo stesso il divario tra scienza e mercato per trasformare le invenzioni in prodotti ma anche dai principi dello Small Business Act -VIII "Promuovere l'aggiornamento delle competenze nelle PMI e ogni forma di innovazione"

L'innovazione non è un'opzione.

Diceva Josep Schumpeter:

"Ogni produzione consiste nel combinare materiali e forze che si trovano alla nostra portata. Produrre altre cose o le stesse cose in maniera differente, significa combinare queste cose e queste forze in maniera diversa". "L'imprenditore e la sua funzione non sono difficili da concettualizzare; la caratteristica che lo definisce è data semplicemente dal fare cose nuove o dal fare cose già fatte in modo nuovo (innovazione)".

Allora l'imprenditore non è chi gestisce un'impresa ma chi introduce il processo innovativo; innovare non è un attributo del buon imprenditore ma è l'essenza stessa dell'"intraprendere: è dunque un vero e proprio imperativo categorico.

Così l'innovazione è al centro del dibattito sulla competitività e viene considerata una componente essenziale di ogni azienda di successo, per quanto il suo significato è stato consumato dal troppo utilizzo, svuotato dal suo senso profondo.

In genere si tende a confondere l'innovazione con l'invenzione, preferendo investire soldi nella ricerca di nuove invenzioni, senza sfruttare al massimo quelle che sono già a disposizione. Un errore⁵⁷ perché "il rafforzamento nazionale, il potere, la ricchezza e il benessere dipendono più dall'implementazione delle innovazioni rispetto all'invenzione stessa", ma si dovrebbero realizzare quelle che Forrester Research definisce "Innovation networks", "reti di innovazione", nelle quali la condivisione di conoscenze e competenze crea un valore aggiunto per tutto il sistema internazionale ma anche per le singole nazioni⁵⁸.

L'innovazione non è solo tecnologica (es. design, social innovation, user-driven innovation, ...)

L'equazione "più ricerca uguale più innovazione" è così pericolosa e può essere fuorviante, soprattutto quando le risorse finanziarie in gioco sono particolarmente limitate .

L'innovazione ha certamente nella Ricerca e Sviluppo (R&S) una componente essenziale per la crescita a lungo termine e, a livello europeo, l'obiettivo fissato dalla strategia di Lisbona, confermato da Europa 2020 è quello di raggiungere una spesa complessiva in materia di R&S ed Innovazione entro il 2020(obiettivo fallito al 2010), pari almeno al 3% del PIL rispetto all'attuale 1,9: 1,2 in Italia, Calabria 0,40⁵⁹), di cui due terzi alimentati dal settore privato.

L'innovazione non è solo dominio dei grandi, anzi sono spesso rigidi e goffi e hanno paura a mettere in dubbio i propri successi precedenti e le proprie rendite da posizione. Esiste un'altra dimensione dell'innovazione che però rimane sotterranea e poco frequentate dai media e dagli evangelisti dell'innovazione, ma che è egualmente importante. Ho pensato di condensarla in dieci regole, che potremmo definire un po' pomposamente decalogo, che sono parte integrante del processo innovativo:

1. Va cambiata la metrica dell'innovazione.

Condividendo quanto sostenuto da Vijay Govindarajan, tra i più raffinati esperti di management a livello mondiale, alle imprese per essere competitive in questo momento

⁵⁷ spiega il vicepresidente di Forrester, Michelle de Lussanet

⁵⁸ Forrester Research individua quattro categorie di possibili contributi all'innovazione, quattro ruoli nei quali i singoli paesi dovrebbero cercare la propria specializzazione: "inventore", "trasformatore", "investitore" e "intermediario finanziario". L'Istituto ha messo in ordine 26 Paesi seguendo questi quattro criteri e suddividendoli in altrettante fasce di merito, da leader a *risky bet* ("scommessa rischiosa"): l'Italia è sempre finita nella fascia più bassa, quella delle scommesse rischiose. Con Australia, Ungheria, Spagna, Polonia e Messico, il nostro è considerato uno dei paesi meno innovativi tra quelli più sviluppati.

Nei ventisei presi in considerazione, ci sono praticamente l'intera Unione Europea, il Canada, gli Stati Uniti, il Giappone e la Corea del Sud: tra i migliori, Forrester Research individua Svizzera, Stati Uniti, Irlanda, Finlandia e Svezia. Paesi che non sono perfetti in tutto, ma che almeno primeggiano in un settore. Svizzera e Stati Uniti mostrano il meglio nel campo dell'invenzione vera e propria. L'Irlanda è un'ottima "trasformer", riesce cioè a sfruttare molto bene le invenzioni "altrui", ospitando aziende innovative sul proprio territorio. Svezia e Finlandia, infine, spiccano dal punto di vista "financier", cioè investono la maggior quantità di soldi pro capite in sviluppo e tecnologia, per migliorare le condizioni di vita del cittadino.

⁵⁹ ISTAT-Noi Italia,100 statistiche per capire il Paese in cui viviamo-2010

viene chiesto di pensare all'innovazione e di agire considerando simultaneamente questi tre aspetti (i c.d. tre box dell'innovazione): gestire il presente, dimenticare il passato in modo selettivo, creare il futuro. "La maggior parte delle imprese tende a concentrarsi sul box 1 (gestire il presente) convinte di fare strategia. Sbagliano. Il box 1 ha a che fare solo con la competizione. La strategia non riguarda la competizione, ma la nostra idea del futuro. Strategia è come creare il futuro gestendo bene il presente. Sono i box 2 e 3 quelli che definiscono la strategia e che devono tener conto di cambiamenti discontinui che costringono le aziende a reinventarsi, a ripensare il proprio modello di business".

2. L'invenzione è un fatto tecnico, prestazionale; l'innovazione è soprattutto un fatto economico e culturale e va gestito di conseguenza.
3. Va riprogettato il sistema di protezione della proprietà intellettuale.
4. Ogni settore merceologico ha delle specificità (tipo di dinamica competitiva, grado di maturità, struttura regolatoria, fattori di successo, ...) che richiedono uno specifico modello di innovazione.
5. Anche i servizi (oramai il 70% del PIL europeo) devono confrontarsi con una innovazione continua.
6. Uno dei ruoli più importanti delle Istituzioni pubbliche (oltre allo sviluppo delle competenze) è alimentare (se non addirittura guidare) la domanda di innovazione (più che finanziarla).
7. Il territorio riacquista il suo "genius" e ritorna ad essere una variabile economicamente critica.
8. Va trasformata la cultura progettuale creando un "nuovo design" che riporti l'uomo (e non la tecnologia) al centro.
9. Il fallimento e l'incomprensione sono aspetti costitutivi e strutturali dell'innovazione.
10. L'innovazione ha più bisogno di leader che di soldi"

Ciò conferma la politica della Camera sull'innovazione da anni qualificata come "innovazione a 360°".

Innovazione a 360°: perché "riguarda ogni impresa qualunque sia la dimensione o il settore, non esiste un'impresa esclusa a priori dall'innovazione; riguarda le imprese di produzione, di servizi, di distribuzione; riguarda le micro e le piccole come le medie e le grandi.

E' la multidimensionalità dell'innovazione.

Non è solo tecnologica per cui si definisce qualsiasi attività di cambiamento che fa evolvere il know how dell'impresa e la rende competitiva. L'innovazione deriva dalla capacità di fare e di produrre in modo migliore, più rapido o meno costoso ovvero di fare e produrre cose nuove.

L'innovazione più strettamente tecnologica, che riguarda l'introduzione di nuovi prodotti e processi o il loro miglioramento, una componente essenziale per la crescita a lungo termine ma non è sufficiente perché è necessario che le imprese accompagnino l'introduzione delle tecnologie ad altre forme di innovazione e quindi ad una decisa riconfigurazione delle loro competenze e della loro organizzazione.

L'innovazione riguarda le strategie, l'organizzazione aziendale, i processi operativi e quindi l'organizzazione, la finanza, la comunicazione, la distribuzione, il marketing.

Non esiste una priorità della prima rispetto alla seconda o viceversa, ma ambedue concorrono a determinare la competitività di un'azienda. Anzi la tecnologia è essa stessa frutto dell'innovazione. La multidimensionalità è l'effetto dell'essere l'innovazione fattore trasversale dell'impresa perché essa presuppone una continua tensione verso la crescita e il miglioramento della propria efficienza e della propria qualità. Una crescita che per essere sostenibile nel tempo deve necessariamente essere costruita sulla valorizzazione delle risorse umane e un rapporto equilibrato con l'ambiente.

Ma l'innovazione non riguarda soltanto le imprese ma anche le istituzioni e il territorio perché la competitività sarà sempre di più tra i territori e le imprese saranno competitive nella misura in cui il territorio di localizzazione sarà sempre più competitivo: ambiente favorevole alle imprese per crescere e svilupparsi e attrattivo di insediamenti produttivi esterni.

Così l'innovazione istituzionale: il federalismo come elemento strategico della competitività del territorio; l'innovazione nell'istruzione, nella formazione e nel lavoro: una politica integrata per l'allargamento delle opportunità degli uomini e delle donne nel mondo del lavoro Un nuovo approccio alle politiche ambientali; la sostenibilità come vincolo strategico per le politiche di sviluppo e come occasione di innovazione ;il problema delle risorse finanziarie.

E innovare nella provincia è indispensabile ancora di più che nel resto del Meridione e del Paese, per cui la creazione di un ambiente favorevole all'innovazione, specialmente per le micro e piccole imprese ha valore di priorità strategica

Percorrere la strada dell'innovazione rappresenta pertanto un passaggio obbligato per ridare slancio alla competitività e allo sviluppo economico di un paese, di un territorio.

Il modello della micro e piccola impresa sia industriale che artigianale, con un basso livello di capitalizzazione strutturale, e con una struttura occupazionale più indirizzata alla gestione delle componenti material -produttive del processo piuttosto che a quelle organizzative dell'impresa (finanza, marketing, ricerca e sviluppo, etc), è a tutti gli effetti il punto di partenza obbligato per qualunque progetto di innalzamento del livello di competitività.

Tanto più in un momento congiunturale di crisi generalizzata delle economie mondiali.

Come la generalità delle imprese così le nostre, anche se piccole e micro e solo marginalmente e tardivamente coinvolte dalla crisi finanziaria mondiale, non potranno sottrarsi ai cambiamenti di scenari e alle trasformazioni che conseguiranno alla fine della crisi e che richiederanno la messa in campo di nuove forze per affrontare la concorrenza internazionale.

Innovare per competere: Ieri una sfida, oggi un'opportunità.

Una risposta basata solo sul miglioramento qualitativo dei prodotti offerti al mercato sarebbe insufficiente, dato il ridimensionamento dei consumi e la generale tendenza al risparmio. L'approccio più adeguato non può che far leva sulla ricerca dell'efficienza e dei guadagni di produttività, con lo scopo di contenere i costi e quindi di offrire prodotti e servizi più competitivi e cioè nuovi e/o migliori e/o più economici che i mercati e i clienti richiedono e che le imprese concorrenti non sono in grado di fornire.

Ciò richiede un aumento di impegno e di risorse destinate all'innovazione.

Per le imprese reggine si impone pertanto la necessità di ridefinire le proprie strategie, individuare nuovi vantaggi competitivi, determinare il proprio modo di operare ed essere nel mercato, stabilire un posizionamento forte, caratterizzante, esclusivo. Per questo occorre focalizzare l'attenzione sulla progettualità: identificare in anticipo i bisogni dei clienti, differenziare l'offerta rendendola immediatamente riconoscibile, favorirne il successo e la diffusione attraverso efficaci forme organizzative e di commercializzazione.

I nostri imprenditori devono rimboccarsi le maniche per trovare la loro via di successo, concentrandosi sul proprio segmento di mercato, creando nuovi prodotti e servizi innovativi, riposizionandosi sui mercati.

Si tratta di invertire una tendenza che, secondo gli ultimi dati disponibili, nel triennio 2004-2006, rispetto a quello precedente, vede ridursi la quota di imprese innovatrici di 2,8 punti percentuali (da 30,7 a 27,9 per cento). La contrazione è concentrata nei settori dei servizi e delle costruzioni.

La Calabria registra una quota al minimo livello⁶⁰.

Le istituzioni non devono elaborare strategie per le imprese ma, nel caso che i processi economici spingano i soggetti economici ad intraprendere questi percorsi di trasformazione, è necessario predisporre gli strumenti e le risorse adeguate a sostenere queste scelte.



La Camera di Commercio intende così contribuire alla creazione di un clima territoriale favorevole all'innovazione tramite interventi di sostegno e accompagnamento alle imprese, con la finalità di favorire l'avvio di processi innovativi sistematici e duraturi, promuovendo tutte le forme di innovazione ma consapevoli che *"insieme si può concorrere per competere"*, le isole, le cattedrali sono perdenti.

Per la Camera fare innovazione, significa:

- ☐ Costruire un sistema dell'innovazione a rete (Networking). L'interazione non può essere più a due attori istituzione pubblica-università, impresa-istituzione pubblica, impresa-università, ma deve coinvolgerli tutti e tre contemporaneamente.
- ☐ Modello bottom up.

⁶⁰. Le attività innovative sono definite come tutte quelle che si rendono necessarie per sviluppare e introdurre prodotti, servizi o processi produttivi tecnologicamente nuovi ma significativamente migliorati. L'impresa innovatrice è quella che ha introdotto con successo sul mercato e/o nel proprio processo produttivo innovazioni nel triennio 2004-2006.

Non progetti di innovazione preconfezionati e caso mai all'esterno del territorio ma attenzione e valore all'evoluzione endogena dei saperi locali come motore della crescita e alle strutture presenti sul territorio come interlocutori sul tema dell'innovazione. La strategia è quella che fa forza sulla continuità e sul patrimonio di esperienze e capacità locali e si propone la valorizzazione, costruendo su di esse una competitività su mercati più ampi.

Tale impostazione richiede politiche di "sistema dell'innovazione", che considerino sia interventi diretti ad incrementare l'efficienza del "sistema ricerca" e la propensione all'innovazione del "sistema imprenditoriale", sia azioni finalizzate a rafforzare ed integrare il governo degli interventi pubblici atti a sostenere l'attività di ricerca scientifica ed innovativa e a potenziare l'efficienza del sistema innovativo nel suo complesso.

In un contesto di risorse scarse deve essere la selettività degli interventi, che si devono focalizzare verso i settori innovativi e verso le imprese con maggiore potenziale di crescita.

La misura più efficace dell'intervento pubblico è quella di accompagnare e supportare l'orientamento dal basso degli attori accademici e imprenditoriali verso l'innovazione attraverso una maggiore integrazione tra le esigenze innovative delle imprese sia pure sotto forma di fabbisogno latente ed il mondo della ricerca, dell'offerta di innovazione.

È importante fornire un sostegno alle imprese, mettendo in campo "politiche attive, che non si limitino cioè ad incontrare la "domanda" di ricerca e innovazione, ma in qualche modo la facciano emergere, favorendo la crescita qualitativa delle piccole imprese, che tocchi anche aspetti relativi alle capacità organizzative, manageriali e di allestimento di investimenti complessi. Occorre promuovere rapporti di collaborazione tra imprese e centri di ricerca pubblici e privati (reti, distretti, laboratori, ecc...), allo scopo ultimo di sostenere competitività e crescita economica della regione, ma di mettere a disposizione del sistema produttivo quello straordinario capitale umano formato dalle Università calabresi, che molto spesso rischia invece di risultare scarsamente spendibile per lo sviluppo"⁶¹.

Per essere e fare rete, chiaramente nella consapevolezza che il livello locale non può autoreferenziarsi ma deve sapersi integrare alle iniziative che si sviluppano a livello regionale, nazionale e comunitario.

☐ Centralità di un obiettivo: Un nuovo modello di sviluppo.

Da generare certamente innovando la struttura produttiva esistente (attraverso il radicamento sul territorio di forme stabili di relazioni tra sistemi di produzione delle conoscenze e tessuto produttivo che valgano alla creazione di uno specifico know how locale, sviluppato percorrendo le curve di apprendimento proprie delle produzioni esistenti ma anche della diversificazione produttiva); favorendo la creazione di imprese innovative per promuovere e sviluppare settori ad alta tecnologia e servizi ad alto valore aggiunto attraverso il sostegno alla ricerca, la diffusione della cultura dell'innovazione e la qualificazione del capitale umano, anche in relazione alle professionalità richieste dalle imprese, e la diffusione della cultura dell'innovazione.

La strategia della Camera, disegnata nel programma pluriennale, è quella di stimolare e rafforzare la capacità innovativa delle micro e piccole imprese esistenti (anche favorendone l'aggregazione e spostandone in avanti l'asse culturale e tecnologico), favorire la nascita di nuove imprese innovative nonché di sviluppare e radicare sul territorio forme stabili di relazione tra sistemi di produzione delle conoscenze scientifiche e tecnologiche e sistema produttivo.

Occorre comunque rilevare che non esistono ragioni plausibili e risultanze di ricerche ed analisi che indichino che i cosiddetti settori tradizionali, che costituiscono il core business dell'industria calabrese, siano destinati irrimediabilmente a declinare. Anche in un mondo globale i beni di consumo finale del "made in Calabria" potranno contare su mercati importanti e crescenti. Di certo però, in un'economia fortemente dinamica e interconnessa su scala globale, potranno avere un futuro soltanto i prodotti locali di alta qualità e creatività, mentre la sopravvivenza non sarà più consentita alle imprese che non sapranno ristrutturarsi, riorganizzarsi e riqualificarsi convenientemente.

Così è da evidenziare che la provincia di Reggio Calabria (ma tutta la Calabria) è largamente sottodotata, se non priva, in fatto di imprese medie.

⁶¹ Riccardo Padovani, Direttore SVIMEZ- Fare impresa nel Mezzogiorno. Il Caso Calabria. Lamezia Terme 2009

E questo costituisce un grave handicap nel quadro della crescente integrazione globale dell'economia, dell'industria, dei servizi e dei mercati. Ne deriva che gli interventi di *policy* dovrebbero essere prioritariamente indirizzati al rafforzamento strutturale e dimensionale delle imprese, quale pre-condizione fondamentale per una loro rivitalizzazione innovativa, organizzativa, manageriale e competitiva.

Va da sé che il futuro industriale di Reggio Calabria (ma di tutta la Calabria) non può comunque essere affidato soltanto ai settori tradizionali e alla popolazione di microimprese, cioè alle parti più esposte al rischio di un declino. Per rispondere con mezzi adeguati alle sfide del terzo millennio, occorre mettere in atto azioni mirate per quella transizione ad una economia fondata sulla conoscenza, che, registrata dall'agenda europea di Lisbona, a Reggio Calabria, come in Calabria ed in tutta Italia procede molto lentamente, tra tante difficoltà e senza il necessario convincimento dei *policy makers*.

Direttrici operative

La Camera broker, promoter e laboratorio dell'innovazione, per valorizzare la struttura produttiva esistente e favorire la trasformazione struttura.

Nell'esercizio delle funzioni ad essa demandata ma da anni già svolte attraverso attività dedicate, un ruolo importante è promuovere, suscitare la domanda di innovazione (più che finanziarla) nell'ottica di diventare sempre più *"intermediario specializzato della ricerca e dell'innovazione"*.

Nello specifico, ci si propone di:

Diffondere la conoscenza dell'innovazione

Questo significa favorire un'ampia estensione dei processi di innovazione (sia produttiva, sia organizzativo-gestionale), stimolando e fornendo supporto alle imprese nell'intercettare le opportunità e le informazioni tecnologiche utili; nell'approfondire le proprie esigenze tecnologiche; nel portare a termine processi innovativi complessi e nel comunicare con il mondo della ricerca.

L'innovazione ha bisogno di informazione, l'impresa deve conoscere il panorama nel quale si troverà a competere, ma soprattutto deve poter utilizzare le ricerche già svolte e rese disponibili da altri.

Non mancheranno seminari, convegni, workshop, percorsi formativi su tematiche di particolare interesse per le imprese, al fine di fornire risposte adeguate a bisogni e domande emergenti e di mettere a fuoco le opportunità connesse all'innovazione e al trasferimento tecnologico. Tra l'altro, verrà realizzata l'ottava edizione del Forum dell'innovazione.

Particolare attenzione verrà riservata al ruolo e alle potenzialità offerte dalla Proprietà industriale e intellettuale quale strumento per l'innovazione e per il miglioramento del proprio posizionamento competitivo; al tema della protezione delle nostre aziende dalla contraffazione - dalle pratiche commerciali sleali e dagli ostacoli al commercio - attivando anche supporti tecnologici e rafforzando l'impegno nelle iniziative a tutela della proprietà intellettuale e industriale.

Particolare attenzione sarà dedicata a :

- Informazioni su nuovi brevetti pubblicati e pubblicazioni scientifiche con l'obiettivo di colmare il gap di conoscenza sull'innovazione tecnologica in quanto saranno opportunamente selezionati in relazione ai fabbisogni dei settori individuati e delle imprese profilate così da renderli immediatamente accessibili ed utilizzabili.
- Campagne informative e di sensibilizzazione verranno realizzate anche attraverso il Servizio PatNews - servizio gratuito di alert tramite newsletter - per ricevere informazioni sullo stato della tecnica e sulla pubblicazione di nuovi brevetti EPO.
- Comunicazione per fare conoscere la conoscenza e validare l'utilità sul territorio regionale del PATLIB anche in coordinamento con i PIP locali.

Promuovere cultura dell'innovazione

"La barriera che divide il mondo della ricerca accademica dalla realtà produttiva è rappresentata dalla dimensione ridotta delle aziende italiane e dalla scarsa diffusione della cultura scientifica. "Come si fa a spiegare a una piccola impresa le enormi potenzialità delle

nuove tecnologie? - Il mondo accademico ha le sue colpe, però il dato di fondo è che mancano i presupposti culturali per capire i contenuti dell'innovazione⁶².

I ritardi endemici del nostro tessuto produttivo necessitano di una serie di interventi strutturali volti a promuovere la cultura dell'innovazione.

Le ragioni per cui le nostre imprese sono restie ad innovare e le pubbliche amministrazioni vanno indubbiamente ricercate dal basso tasso di uso delle nuove tecnologie.

Appare quindi necessario intervenire sul sistema dell'istruzione in modo da far sviluppare, pur senza appesantire eccessivamente il carico di lavoro scolastico, la padronanza dell'uso delle nuove tecnologie informatiche e telematiche e lo sviluppo della creatività.

La propensione all'utilizzo delle nuove tecnologie da parte dei cittadini, delle amministrazioni e delle imprese dipende, infatti, direttamente dal livello di cultura dell'innovazione di un determinato consesso sociale.

A tal fine sarà necessario provvedere all'aggiornamento dei programmi e del personale docente; le nuove tecnologie, infatti, permettono di privilegiare metodi di insegnamento che incentivano creatività, analisi critica, sperimentazione e lavoro di gruppo e quindi prevedere veri e propri bandi di concorso per la creatività ed innovazione; favorire il contatto degli Istituti scolastici con Università, Enti di ricerca e mondo delle imprese.

Nel 2011 sarà organizzata l'VIII edizione del Forum dell'innovazione che verrà denominato "Ing. Manfredo Golfieri", Direttore della Dintec s.c.r.l. prematuramente scomparso, per perpetuare il ricordo sul lavoro svolto per valorizzare e potenziare il ruolo e le funzioni del sistema camerale in tema di innovazione.

In continuità le attività ed iniziative già consolidate negli anni precedenti ma anche la promozione della conoscenza e dell'innovazione come "bene comune": gli open data e l'open government.

Non mancheranno iniziative di alfabetizzazione sulla normativa tecnica, la qualità, la certificazione e sulla cultura brevettuale: facendo tesoro dell'esperienza maturata, verranno realizzati incontri seminariali rivolti a studenti e docenti, modulati su specifici interessi.

Il broker dell'innovazione

Per allocare in modo efficiente le risorse di conoscenza, il contesto regionale della ricerca e dell'innovazione deve essere il più vicino possibile ai contesti produttivi specifici, con l'obiettivo di massimizzare la complementarietà nei progetti dei diversi soggetti coinvolti.

L'importanza del creatore di connessioni ovvero di qualcuno che faccia da tramite tra chi fa ricerca e chi fa impresa e che possa capire le esigenze di quest'ultima e trovare il modo di fare le connessioni.

Un ruolo non solo legislativamente riconosciuto dalla riformata legge n.580/1993, il cui testo è sopracitato, quanto attivamente svolto negli ultimi anni. La Camera da anni svolge infatti, un ruolo centrale, per la sua autonomia funzionale, nel raccordo tra il sistema delle imprese, sistema delle *policy* e sistema della ricerca e dell'innovazione in generale, nell'ottica di diventare sempre più "intermediario specializzato della ricerca e dell'innovazione".

In questo contesto e in linea con il nuovo POR⁶³, è fondamentale favorire l'interscambio di conoscenze e competenze con le università ed i centri di ricerca, e sarà pertanto necessario per la Camera mantenere e/o innescare efficaci collegamenti tra domanda e offerta di ricerca e innovazione, consolidando il suo ruolo di cerniera tra i detentori dell'innovazione e le micro e piccole imprese e sperimentando innovativi approcci per fornire risposte adeguate ai bisogni e alla domanda emergenti.

Un ruolo da aggiornare attraverso:

1. Impianto e sviluppo di una rete di monitoraggio sistematico dei fabbisogni tecnologici delle imprese;
2. Realizzazione e sperimentazione di un Sistema Informativo per la gestione dei fabbisogni tecnologici;
3. Rilevazione della domanda di innovazione e trasmissione ai centri di ricerca (così le Università) per chiedere risposte o per contribuire ad orientare le future ricerche;
4. Impianto e sviluppo di una rete di "referenti" all'interno dei centri di ricerca presenti sul territorio, per facilitare ed incrementare il trasferimento dei risultati della ricerca alle imprese.

⁶² Prof. Fabio Beltram, direttore della Scuola normale superiore di Pisa

⁶³ POR-FESR Calabria 2007-2013 - ASSE I - Obiettivo specifico 1.2

In tal modo, la Camera svolgerà un ruolo di *ponte fra i produttori della conoscenza (università, centri di ricerca, mondo brevettale) e le imprese.*

Se è vero che la quasi totalità delle micro e piccole imprese locali non pongono l'innovazione al centro della loro strategia e tendono ad un atteggiamento reattivo e passivo ai cambiamenti, va accantonata l'idea che possano avvicinarsi all'innovazione spontaneamente senza un'adeguata opera di sensibilizzazione prima e di accompagnamento sistematico dopo.

Non esistono scorciatoie per avvicinarle all'innovazione.

Bisogna entrare dentro l'impresa, ascoltare l'imprenditore (quell'imprenditore individuale *factotum* che rappresenta oltre l'80% del mondo dell'impresa), rispettandone la cultura e conoscere le caratteristiche del processo produttivo, le sue criticità, le sue possibilità evolutive. Solo al termine di questa full immersion si potrà programmare, sempre d'intesa con l'imprenditore, un percorso di introduzione dell'innovazione in azienda, promuovendo e sostenendo forme di partnership con le strutture che producono "saperi utili per la competitività delle imprese".

Tutto ciò motiva la continuità dell'esperienza degli *Innovation Promoter*: un neolaureato e/o un ricercatore universitario, che dovrà affiancare imprese selezionate che vorranno introdurre innovazioni di prodotto, processo, organizzativo-gestionali, anche finalizzate alla valorizzazione del "sistema design" o al miglioramento dell'efficienza energetica.

Compito dell'*Innovation Promoter* sarà sempre quello di eseguire lo *scouting* di tecnologie per fornire direttamente la risposta al bisogno manifestato o ai problemi specifici di medio-lungo termine, oppure di individuare il partner scientifico o gli esperti più adatti a favore delle imprese coinvolte.

L'iniziativa vuole attualizzare il ruolo e le funzioni di interfaccia e mediazione che la Camera intende assolvere tra sistema della ricerca e sistema della produzione nell'ambito dell'innovazione, facendo leva sul "fattore umano" quale variabile strategica per mantenere la competitività e per rafforzare le azioni di trasferimento tecnologico, e mettendo a disposizione delle imprese risorse professionali dedicate.

📁 *Networking*

L'obiettivo di radicare sul territorio forme stabili di relazione tra i sistemi di produzione delle conoscenze scientifico-tecnologiche ed il tessuto produttivo sarà perseguito anche la creazione di un sistema territoriale a rete.

Questo sarà possibile:

- da un lato, integrando le attività camerale, dell'Azienda Speciale IN.FORM.A e dell'Azienda Speciale "Stazione Sperimentale per le Industrie delle Essenze e dei derivati dagli Agrumi tra loro e con i servizi del sistema camerale, così i servizi offerti dalla Piattaforma Innovazione del Sistema Camerale (servizi informativi di base in tema di Innovazione e Trasferimento Tecnologico, ma anche personalizzati ed interattivi attraverso i quali le imprese possono venire a conoscenza in tempo reale delle novità tecnologiche relative al loro specifico settore d'interesse), promossa da Unioncamere e partecipata dalla Camera di Reggio per stimolare la nascita di reti di collaborazione fondate sulla conoscenza e sulle esperienze a livello locale e nazionale, su base settoriale e tecnologica;

- dall'altro lato, promuovendo il circuito ricerca - brevetti - trasferimento tecnologico - innovazione - imprese: una rete territoriale dell'innovazione, attraverso la messa a sistema di competenze scientifiche, tecnologiche ed amministrative (quest'ultime anche a supporto per la partecipazione a bandi e comunque nell'individuare ed accedere a fonti di finanziamento) per:

- suscitare domanda per innovazioni

- favorire l'incontro domanda ed offerta preselezionata

- creare localmente e virtualmente un laboratorio dell'innovazione (catalogo degli innovatori e delle ricerche trasferibili in processi di innovazione, anticipazione della domanda, messa a sistema di filiera dell'offerta).

In particolare con i centri di generazione della ricerca e dell'innovazione: dai tre Centri di competenza Tecnologica partecipati dalla Camera (Agroindustria - agroalimentare; Tecnologie avanzate e ICT; Trasporti). Saranno incentivati partenariati per l'innovazione per favorire l'aggregazione di tutti soggetti impegnati nel settore della promozione dell'innovazione e del trasferimento tecnologico al fine di rafforzare ed integrare sinergicamente le competenze disponibili; ai realizzandi sei poli tecnologici. Questi sono chiamati a produrre e diffondere conoscenza, a diffondere la cultura per l'innovazione, a creare economie esterne di tipo tecnologico, a creare ed attrarre imprese high e medium high technology, a produrre servizi innovativi.

Una particolare annotazione va dedicata all'Azienda della stazione sperimentale perché dovrà essere colta l'opportunità del preannunciato network nazionale per garantire servizi omogenei e qualificati, avviando una prima progettazione sui settori di specializzazione in un'ottica di trasferimento tecnologico e supporto alle innovazioni, in particolar modo verso le PMI. L'integrazione con le strutture camerali interessate porterà ad uno scambio ed interazione in termini di ricerca ed innovazione a sicuro vantaggio dell'intero settore di riferimento.

Se il motore dell'innovazione sono le relazioni e i collegamenti che si stabiliscono tra i differenti attori del sistema dell'innovazione queste infrastrutture devono accreditarsi quali poli di competitività perché fanno rete sul territorio di localizzazione in quanto combinazione di imprese, centri di ricerche, scuole e università, sistema delle politiche ma anche sistema finanziario, in collaborazione su progetti innovativi, di dimensione e visibilità tali da assicurare una competitività internazionale; perché a livello regionale costituiscono un network che consente la concentrazione di competenze di alto livello che altrimenti sarebbero frammentate sul territorio.

Il passaggio ulteriore è la creazione di reti di imprese e a seguire "reti di reti": la capacità di integrare reti diverse, di gestire cioè grappoli di interconnessioni, secondo logiche di flessibilità, a-territorialità e a-specificità.

Questo significa realizzare e far funzionare un "sistema di innovazione". Quando in un territorio si concentrano ricerca avanzata, capacità imprenditoriali e risorse finanziarie, si innesca un circolo virtuoso che crea un vero e proprio "sistema per l'innovazione", fonte di potente stimolo all'economia: per un recupero di competitività di cui si sente il bisogno.

Sarebbe mai nata la Silicon Valley senza un uomo come Fred Terman? Se non avesse vissuto la sua missione di docente universitario seguendo Packard in una tesi di laurea innovativa? Se non avesse incoraggiato lui e Hewlett a commercializzare il loro oscillatore radio? Se non gli avesse prestato 538 dollari e non li avesse aiutati ad avere credito dalla banca di Palo Alto? O se non avesse permesso ai fratelli Vanan di utilizzare gratuitamente i laboratori di fisica di Stanford?

La tensione all'innovazione è aiutata da un sistema che funziona ma non dipende da esso. Dipende dal fatto che ci siano dei Terman e che i nuovi Terman facciano alleanza.

Allora insieme si può concorrere per competere e questa non è una invenzione, se si guarda la storia dei sistemi produttivi si rileva che è sempre stato così.

☐ *Il club delle imprese innovative*

Il "Club delle imprese innovative", ultimata con successo la fase di sperimentazione, opererà a regime per promuovere la cultura dell'innovazione ed il trasferimento tecnologico dando voce sia alle imprese giovani con progetti innovativi di alto valore, sia alle imprese già presenti sui mercati e che intendono fare dell'innovazione un elemento fondamentale della propria strategia di mercato. Sulla base delle indicazioni dei settori di interesse fornite dalle imprese iscritte al Club, e di una condivisione dei contenuti da approfondire, verrà realizzato un programma di incontri/ seminari/ approfondimenti con cadenza periodica.

☐ *Laboratorio dell'innovazione di/per*

- accordi, protocolli, convenzioni che coniughino attività di collaborazione con attività promozionali: promuovere diffondere i trend tecnologici nei settori di rilevanza locale, scouting di imprese innovative e di idee per imprese innovative, scouting di imprese adeguate a processi di versificazione produttiva in settori innovativi (biomedicale e non solo);
- l'individuazione dei settori strategici sui quali concentrare l'azione;
- stimolare le attitudini delle imprese reggine, realizzando check up tecnologici;
- la profilatura tecnologica di imprese di filiera, per offrire, a seguito dei check up, un'analisi del proprio profilo tecnologico in rapporto ad uno standard di riferimento definibile a seguito dell'indagine diagnostica;
- sperimentate nuove modalità di apprendimento per le figure che rivestono ruoli di responsabilità (siano essi tecnici, commerciali o anche di supporto al vertice aziendale) nei processi chiave delle imprese e individuare interventi formativi e di accelerazione tecnologica in grado di favorire la crescita (sul versante dimensionale e strategico) delle imprese.

Spesso il processo che porta a generare nuovi prodotti e servizi è casuale e non governato perché in molti casi mancano all'interno delle aziende figure professionali in grado di governare e rendere più fluido il complesso e articolato processo d'innovazione. Tale carenza rischia di rappresentare un fattore ostativo alla crescita delle imprese, in particolar modo quelle più

piccole o quelle che non hanno ancora formalizzato l'attività di R&S all'interno della propria struttura organizzativa; ma le micro imprese da sole non ce la fanno: hanno bisogno di *outsourcing*, *partnership* e *networking* per superare il nanismo che ne impedisce la competitività e che a lungo andare ne segna la sopravvivenza, innestando forti dosi di innovazione nel suo significato aziendale più ampio e che comprende fattori quali qualità, produttività, ma anche capitale umano e formazione, prodotti e non solo i processi e tra questi l'internazionalizzazione.

E' l'innovazione senza ricerca che, inizia ad imporsi anche tra le piccole imprese come *driver portante nell'informare le strategie aziendali* in tutte le declinazioni possibili che tale accezione ha: è indicativo da questo punto di vista lo spostamento in atto dell'investimento in innovazione dalla componente *hard*, di prodotto e di processo, a quella che potremmo definire *terziaria*, legata al rafforzamento dei servizi finalizzati a far crescere l'*appeal* di mercato delle produzioni e destinata nei prossimi anni ad assorbire il grosso delle risorse aziendali. Un *driver* tanto più efficace quanto più trasversale e aspecifico risulta, in quanto riesce pertanto a trasferire la capacità di innovazione in tutti i complessi e sempre più articolati ambiti della vita aziendale, trainando l'innovazione fuori dai ristretti confini della dimensione tecnica.⁶⁴

- individuare e diffondere, per una loro replicabilità sul territorio e presso le imprese, quelle esperienze di successo maturate a livello nazionale ed europeo coerenti con le specificità del territorio, i settori individuati strategici, le imprese profilate;

III.3.1.2 Creazione di imprese innovative

Non solo di innovare in profondità il sistema di imprese esistenti favorendone anche l'aggregazione, ma anche di spostarne in avanti l'asse culturale e tecnologico.

Le politiche indiscriminate di supporto alla imprenditorialità (formazione generica alla creazione di impresa, bandi pubblici, finanziamenti a pioggia, servizi a sportello), non si sono rivelate adeguate rispetto alle necessità di innovazione e sviluppo locale: un fiume di soldi riversati sul Mezzogiorno come sulla Calabria e sulla provincia di Reggio Calabria ma, come ampiamente documentato, il divario Nord-sud permane e così lo sviluppo esogeno e dipendente dell'economia calabrese.

Non è con un fiume di denari che si accorcia la distanza tra Nord e Sud. "Questa concezione va capovolta. Una moderna economia di mercato, come il Mezzogiorno può e vuole essere, non vive solo delle risorse più o meno sensatamente distribuite dal comitato interministeriale di turno. Perché questo metodo genera e mantenere un sistema di incentivi perversi il cui principale e più negativo risultato è la distorsione del processo di selezione della classe dirigente meridionale imprenditoriale, professionale, amministrativa e politica".

La stessa legge 488 ha contribuito a consolidare un modello produttivo esistente ma non ne ha elevato il contenuto tecnologico. I risultati ottenuti, secondo una indagine IPI, mostrano come "sia risultata sostanzialmente neutrale, in quanto ha contribuito a consolidare un modello di specializzazione produttiva nettamente orientato verso i settori a bassa intensità tecnologica". La consapevolezza che una quota elevata nella natalità imprenditoriale in provincia come in regione è rappresentata da forme di auto-impiego, ovvero di sostituzione con forme di pseudo impresa prive di organizzazione per la mancanza di opportunità di lavoro alle dipendenze, consentono di sostenere che non basta creare nuove imprese, quanto imprese nuove:

- ☐ Aziende tecnologicamente innovative (R&D-based innovation), con maggiori capacità di crescere e svilupparsi sul mercato, con una più elevata immissione di sapere scientifico e tecnologico nei processi aziendali grazie ad un maggior raccordo con il mondo della ricerca (soprattutto nei settori science-based).
- ☐ Aziende operanti nei settori tradizionali che si caratterizzano per innovazione non basata sulla ricerca e sviluppo (non-R&D based innovation), per processi innovativi trasferiti da parte dei fornitori di macchine ovvero per elementi di tipo informale e incrementale (ad es. design, innovazione estetica, stile)
- ☐ Aziende operanti nei nuovi bacini di impiego, e questo richiama il grande ruolo dell'orientamento al lavoro e alla formazione di figure con competenze elevate sul versante tecnologico per permettere lo sviluppo di relazioni stabili con i centri di ricerca e favorire così la diffusione di innovazioni.

La nascita di una nuova generazione di imprese e di imprenditori (nuove tecnologie o business emergenti) e l'attivazione di connessioni virtuose fra cambiamento organizzativo, qualificazione del capitale umano e investimento in innovazione tecnologica (fattori ancora non sempre

⁶⁴ Censis-Conartigianato "Fare innovazione senza ricerca"-novembre 2007

presenti in misura concomitante presso le nostre imprese di piccola dimensione) potranno essere carte fondamentali da giocare per far evolvere il modello della nostra economia e generare un impulso alla crescita competitiva aziendale. Qualche anno fa poteva essere una riflessione tra le tante sui temi dello sviluppo; oggi costituisce un obiettivo prioritario per qualsiasi serio tentativo di rilancio di una politica industriale, sia a livello nazionale, sia a scala regionale e locale.

Ma per la nascita di imprese innovative si presentano parecchie criticità:

▪ *l'assenza di iniziative per promuovere imprese innovative e sostenerne la fase di start-up*

Le imprese innovative, infatti, incontrano difficoltà nella fase iniziale della loro vita perché hanno necessità di consolidare l'analisi di mercato, la fattibilità industriale ed il business plan economico-finanziario. Se è vero che una buona progettazione è indispensabile per la nascita e crescita delle nuove imprese, ancor di più questo vale per le nuove imprese innovative, che hanno a "garanzia" della propria validità un'idea di prodotto/processo/servizio che non si è mai confrontata con il mercato, e che spesso l'aspirante imprenditore non riesce a trasformare in un progetto operativo definito (business plan) per l'avvio ad impresa. Ad esempio le verifiche sulla validità tecnologica dell'idea o la corretta definizione delle previsioni economico-finanziarie sono indispensabili per evitare la mortalità nei primi anni di vita, quando il prodotto deve essere immesso sul mercato e i flussi di cassa si realizzano solo dopo alcuni anni dall'avvio dell'impresa.

▪ *difficoltà nel raccordo con il mondo della ricerca*

Un ulteriore ostacolo è dato dall'assenza del raccordo tra il sistema della ricerca e il sistema delle imprese: non sono diffuse esperienze di assistenza da parte del mondo universitario e della ricerca in generale ad imprese che vogliano realizzare un prodotto/processo/servizio innovativo.

▪ *difficoltà nell'accesso al credito.*

Numerose analisi a livello europeo, nazionale e locale evidenziano come uno dei nodi assolutamente cruciali per lo sviluppo di nuove imprese innovative sia la dotazione finanziaria nella fase iniziale: non hanno garanzie da offrire che non siano quelle del talento degli imprenditori, della tecnologia e della qualità del proprio progetto imprenditoriale; dall'altra, l'esperienza soprattutto internazionale che registra come il mercato del capitale di rischio (fondi di investimento, venture capital) non è interessato a intervenire nelle primissime fasi di vita delle imprese.

Né questa dotazione non può provenire da capitale di debito, perché la corresponsione degli interessi in una fase in cui i ricavi di vendita sono insufficienti o addirittura ancora inesistenti metterebbe in crisi l'equilibrio economico-finanziario di impresa. Così molte delle imprese start up hanno un vincolo finanziario alla crescita rappresentato dalla estrema difficoltà di reperire finanziamenti a titolo di capitale di rischio nell'ordine dei 50-100-200.000 euro.

E d'altra parte i potenziali imprenditori spesso non conoscono le opportunità offerte dal mercato del capitale di rischio e non hanno l'abitudine di sottoporre i piani di impresa a possibili finanziatori.

Per dare risposte a queste criticità la Camera di Commercio ha strutturato un "pacchetto integrato" di servizi che agisce su più fronti:

➡ **dallo scouting di nuove imprese innovative**, per raccogliere idee meritevoli di valutazione e di accompagnamento per diventare progetti e quindi imprese, ipotizzando due approcci differenziati: 1) selezionando direttamente soggetti già in possesso di idee valide; deve trattarsi di aspiranti imprenditori che hanno necessità di sviluppare il business plan, anche ai fini della candidatura a finanziatori esterni, e non hanno le risorse uomo e/o le competenze per svolgere professionalmente questo ruolo; 2) utilizzando una metodologia di Business & Technology Intelligence, ovvero selezionando soggetti (imprenditori ma anche aspiranti imprenditori) interessati a realizzare idee di imprese innovative individuate sulla base di una analisi dei risultati della ricerca valorizzabili dal punto di vista imprenditoriale.

➡ **alla realizzazione di studi di fattibilità** (business plan) di nuove idee innovative, per supportare il processo dall'idea innovativa alla definizione del progetto di impresa;

➡ **ad un percorso di valutazione** (due diligence) a più stadi affidato a soggetti esterni ed indipendenti

➔ **alla realizzazione di formazione tecnica** per gli imprenditori coinvolti: identificate idee innovative ritenute valide, verrà attivato un percorso di assistenza per la realizzazione del piano d'impresa e di valutazione (due diligence) per verificare la fattibilità tecnico/ scientifica, economico-finanziari, industriale delle idee selezionate. Questa misura comprende anche un'azione di "formazione" degli aspiranti imprenditori, spesso strumento necessario per il successo delle nuove imprese, in particolare quelle innovative; riguarderà quei soggetti il cui piano di impresa, per le tecnologie da utilizzare previste, richiama la necessità di una formazione specifica. L'attività di formazione è prevista con il duplice obiettivo: da una parte, fornire agli interessati competenze tecniche, manageriali, finanziarie, etc. necessarie per l'avvio dell'impresa, per ridurre al minimo le possibilità di fallimento soprattutto nei primi anni di vita; dall'altra, creare un network di conoscenze e collegamenti con il mondo universitario, il mondo della ricerca e della consulenza, eventualmente anche con altri imprenditori.

La formazione verterà principalmente sull'utilizzo delle nuove tecnologie e sulla complessità che questo può introdurre in un'impresa, ed avrà natura prevalentemente tecnica.

In casi particolari potrebbe essere attivata una modalità specialistica, quando la complessità dell'idea d'impresa lo richiama;

➔ **all'assistenza per il reperimento delle fonti di finanziamento esterne** dei progetti delle imprese innovative, anche attraverso la partecipazione al capitale di rischio delle imprese da parte del Fondo Rotativo di seed capital costituito dalla Camera di Commercio.

Uno dei nodi cruciali per lo sviluppo di nuove imprese innovative è la dotazione finanziaria iniziale. Normalmente, infatti, l'imprenditore non dispone di sufficiente capitale proprio, e nelle primissime fasi di vita dell'impresa i flussi di cassa sono negativi né si registrano ricavi di vendita. Questa dotazione non può provenire da capitale di debito, perché la corresponsione degli interessi in una fase in cui i ricavi di vendita sono insufficienti o addirittura ancora inesistenti metterebbe in crisi l'equilibrio economico-finanziario di impresa.

In queste fasi il capitale di rischio è uno strumento idoneo a dare risposta al problema perché finanzia non a titolo di credito ma di capitale di rischio: l'imprenditore non deve offrire garanzie personali o reali ma solo dimostrare un buon business plan e capacità manageriali, tecniche e commerciali.

La Camera interviene per aiutare i progetti innovativi validi nel reperire le fonti di finanziamento necessarie per l'avvio dell'impresa, attraverso due modalità:

- favorendo l'incontro con il mondo del venture capital;
- per i progetti che necessitano di un finanziamento di seed capital⁶⁵, intervenendo direttamente nel capitale di rischio dell'impresa, attraverso il Fondo Rotativo di seed capital.

➔ **alla creazione di un network delle imprese innovative** e la promozione di scambi e formazione attraverso la creazione di un club delle imprese innovative.

La misura prevede di realizzare un *programma annuale di attività* volto a rafforzare il percorso di sviluppo delle imprese innovative destinatarie del progetto.

Verrà a tal fine potenziato il "Club delle imprese innovative", che oltre a costituire un vero e proprio network delle imprese sarà occasione per realizzare seminari di formazione, scambi di esperienze e incontri con la Camera.

Si prevede di realizzare un programma di incontri/workshop periodici, dal taglio fortemente operativo, per approfondire aspetti legati alle tematiche di interesse dei nuovi imprenditori, ad esempio management, marketing e i processi di vendita, business development, ecc. Tali eventi potranno caratterizzarsi pure come incontri/workshop con soggetti professionali di rilievo, quali ad esempio business angels, imprenditori di successo interessati ad accordi industriali, manager e così via.

In tale ambito va consolidato l'impegno dei precedenti anni:

☞ "Programma di *scouting* e tutoraggio per nuove imprese innovative", che preveda, da una parte, il coinvolgimento dell'Università Mediterranea di Reggio Calabria per accompagnare il processo dall'idea innovativa alla creazione del progetto di impresa e del prototipo industriale, ma anche dei sistemi scolastico ed imprenditoriale e, dall'altra, il potenziale finanziamento attraverso il fondo rotativo di *seed capital*.

Programma articolato nei seguenti interventi:

⁶⁵ Si tratta del capitale di rischio che le nuove imprese possono ricevere nella prima fase della propria vita quando è ancora da dimostrare del prodotto/servizio. Il seed capital ha importi contenuti e serve a finanziare l'avvio di impresa e l'arrivo ad una fase di maggiore strutturazione nella quale esistano le condizioni per essere finanziati da altri soggetti di maggiore dimensione.

- "Reggio start-up", bando per l'accompagnamento di idee e progetti alla creazione di imprese innovative" da sviluppare in due iniziative: una dedicata allo *scouting* diretto di idee imprenditoriali innovative sul territorio, l'altra dedicata al mondo universitario (professori, dottori di ricerca, ma anche studenti e gruppi di ricerca).

Iniziativa che va nella direzione di valorizzare sul mercato i risultati della ricerca svolta nell'Università e che generano un diretto collegamento tra ricerca e applicazioni industriali favorendo lo sviluppo locale: Spin -off, imprese per trasferire la ricerca e creare posti di lavoro.

"In Italia è difficile trovare le poche centinaia di migliaia di euro per trasferire un'idea in un processo applicabile alla produzione. È quello che fanno gli spin off universitari, destinati per il 90% al fallimento, mentre il restante 10% genera enormi guadagni. Altrove è normale, ma da noi, dove per avere un finanziamento devi impegnarti la casa, la prospettiva di non centrare l'obiettivo è vista come un dramma, un po' perchè rischi davvero in prima persona, un po' perchè questo fatto verrebbe vissuto come una sorta di fallimento professionale"⁶⁶.

Gli atenei italiani dovrebbero dunque rafforzare l'insegnamento delle materie scientifiche, ma anche abituare i giovani al concetto di rischio.

- Promuovere, sviluppare e coltivare nelle scuole medie superiori una propensione al pensiero creativo e all'innovazione. Intervento da coniugare con le azioni di orientamento imprenditoriale e al lavoro autonomo, funzionale alla creazione di imprese innovative e di servizi
- Sviluppo di interventi formativi a sostegno delle imprese che intendono confrontarsi con la sfida dell'innovazione, attraverso i servizi dell'Università Telematica "Universitas Mercatorum".

☞ "La strategia di intervento per quanto riguarda l'aumento del numero di imprese innovative e operanti nei settori in forte e rapida espansione, si completa attraverso un insieme di azioni, per la creazione e/o l'attrazione di un nucleo di imprese eccellenti", che contribuiscano alla riduzione della dipendenza economica da un numero limitatissimo di settori, perlopiù protetti e basso valore aggiunto, attraverso:

- la diversificazione e l'innovazione del sistema produttivo regionale,
- la capacità di adattamento alle nuove tecnologie e ai mutamenti dei sistemi di produzione.

Queste imprese devono essere interconnesse con il sistema della ricerca e devono assumere anche la funzione di attrattore-fertilizzatore di nuove imprese locali nell'area del "successo" imprenditoriale e di imprese esterne complementari.

Se nella competizione mondiale non c'è spazio per regioni, che non riescano a rendere più innovativa la base produttiva tradizionale ed operare una trasformazione strutturale verso nuovi settori e nuovi modelli di impresa, i risultati delle politiche e degli interventi, sia pure integrati - per la creazione di imprese innovative non si conseguono nel breve periodo.

Si amplia il significato di nuove imprese innovative per porre l'attenzione anche su percorsi di diversificazione di prodotto/servizio attuabili da imprese già attive in diversi settori manifatturieri.

Per questo la Camera ha in programma azioni per stimolare l'innovazione da diversificazione produttiva attuabile da imprese già esistenti in diversi settori produttivi, mettendo a frutto i risultati del progetto sperimentale sul biomedicale ormai nella sua fase conclusiva.

⁶⁶ -Ved. Nota 58

Ne conseguono obiettivi operativi/azioni/risultati attesi nel 2011

Obiettivi operativi	Azioni	Risultati attesi ed indicatori (2011)
<p>III.3.1.1 La Camera broker, promoter e laboratorio dell'innovazione ed il club delle imprese innovative</p>	<p>III.3.1.1.1 Costruzione di un sistema dell'innovazione a rete (Innovation networking) Camera / Università/Imprese che supporti la realizzazione di progetti di innovazione e favorisca l'inserimento lavorativo di laureati</p> <p>III.3.1.1.2 Potenziamento del club delle imprese innovative</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Avvio di progetti di innovazione di di 3/5 imprese che coinvolgano altrettanti laureati (innovation promoter) affiancati da esperti senior - realizzazione di 5 seminari con la scuola di dottorato dell'Università Mediterranea sui temi della valorizzazione economica della ricerca - pubblicazione di un bando per la selezione di imprese interessate a diversificare nel settore biomedicale - Incremento del numero imprese utenti dei servizi dell'A.S. della già Stazione Sperimentale per le industrie delle essenze e dei derivati degli agrumi. - Definizione del catalogo delle attività della stessa A.S. che comprenda almeno un servizio nuovo rispetto a quelli prestati al 31 maggio 2010. - Estensione del club anche all'innovazione /internazionalizzazione: raddoppio nell'anno del numero degli aderenti; periodicità trimestrale degli incontri a tema.
	<p>III.3.1.1.3 Sostenere finanziariamente i processi di innovazione nelle imprese attraverso bandi e incentivazioni finanziarie e Premi per l'innovazione</p>	<ul style="list-style-type: none"> - utilizzo di almeno l'80% delle risorse finalizzate - affiancamento di almeno 10 imprese, anche in partenariato con l'Università Mediterranea, nella presentazione della candidatura a bandi regionali o nazionali - Continuità delle iniziative di successo degli anni precedenti: - "Premi per l'innovazione"
	<p>III.3.1.1.4 Trasferimento tecnologico (Laboratorio dell'innovazione per il)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Attuazione di almeno 3 partenariati CCIAA-Università-Imprese su progetti di ricerca funzionali a bisogni aziendali di innovazione,previa individuazione di almeno due settori strategici sui quali concentrare l'azione - Profilatura tecnologica di almeno 5 imprese di filiera di uno dei settori di cui sopra,attraverso check up finalizzati - Campagna di diffusione di almeno tre brevetti utilizzabili liberamente dalle imprese manifatturiere
	<p>III.3.1.1.5 Favorire la diffusione della cultura dell'innovazione mediante attività seminariale e formativa e il supporto tecnico all'attività brevettuale</p>	<ul style="list-style-type: none"> - N.2 incontri formativi, che coinvolgano almeno 15 imprese cadauno: <ul style="list-style-type: none"> 1-Perché innovare, come innovare, quali supporti all'innovazione per la micro impresa 2-Tutela della proprietà industriale: vantaggi dal deposito dei marchi e brevetti - Assistenza ad almeno il 50% dei depositanti marchi - Assistenza ad almeno il 70% dei proponenti brevetti che poi depositano e ad almeno altri 5 che proprio sui risultati della non brevettabilità della loro invenzione, conseguiti proprio all'assistenza non ne effettuano il deposito - Realizzazione dell'VIII edizione del Forum dell'innovazione

<p>III.3.1.2 Creazione di imprese innovative, per far evolvere il modello di specializzazione produttiva</p>	<p>III.3.1.2.1 Scouting di nuove imprese innovative</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Continuità del "programma di scouting e tutoraggio per nuove imprese innovative", in collaborazione con Università Mediterranea articolato nei seguenti interventi: <ul style="list-style-type: none"> ⇒ "Reggio start-up", bando per l'accompagnamento di idee e progetti alla creazione di imprese innovative" ⇒ Promuovere, sviluppare e coltivare nelle scuole medie superiori una propensione al pensiero creativo e all'innovazione: intervento da coniugare con le azioni di orientamento imprenditoriale e al lavoro autonomo, funzionale alla creazione di imprese innovative e di servizi. - Pubblicazione del Bando "Dare valore alle idee innovative": selezione che premierà il vincitore dalla realizzazione dello studio di fattibilità, al percorso di valutazione (due diligence) al finanziamento della fase seed
--	---	---



III.3.2 INTERNAZIONALIZZAZIONE. ACCOMPAGNARE LE IMPRESE SUI MERCATI INTERNAZIONALI .

"Coloro che esercitano attività di export dovrebbero conoscere la geografia del loro mercato di esportazione come conoscono le strade del loro quartiere"
Henri Deschampsneufs

Declinato dalla funzione demandata alle Camere di Commercio dall'art.2 co.2 lett.e) della legge n.580/1993 riformata dal d.lgs. n.23/2010") *supporto all'internazionalizzazione per la promozione del sistema italiano delle imprese all'estero, raccordandosi, tra l'altro, con i programmi del Ministero dello sviluppo economico; e dal programma "Europa 2020" e cioè "Una politica industriale per l'era della globalizzazione" onde migliorare il clima imprenditoriale e favorire lo sviluppo di una base industriale solida e sostenibile in grado di competere su scala mondiale. ma anche dai principi dello Small Business Act - X Incoraggiare e sostenere le PMI perché beneficiano della crescita dei mercati.*

Per sviluppare strategie e programmi di internazionalizzazione, come sviluppo naturale delle imprese

Il quadro dell'internazionalizzazione dell'economia regionale e provinciale:

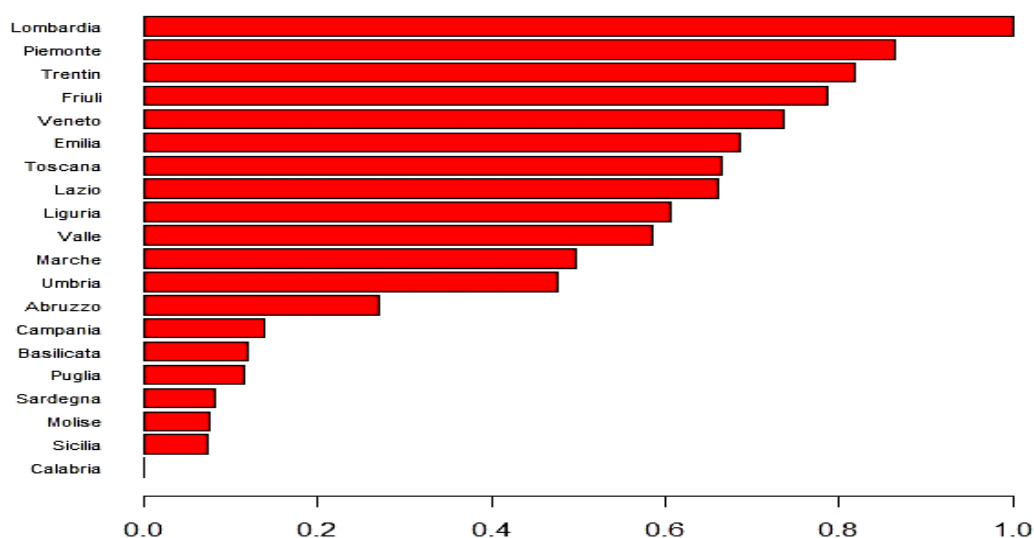
📁 Calabria, nell'anno 2009, valore delle esportazioni pari a € 320.816.474 (-17,6% rispetto all'anno precedente), importazioni pari a € 544.245.857; propensione all'internazionalizzazione (rapporto export/PIL) 1,1% a fronte di oltre il 10% del Mezzogiorno e del 22,1% quella

nazionale; attrattività degli investimenti esteri (0,1% del PIL) ,a dire il vero non molto distante dal dato del Mezzogiorno ma certamente distante dal dato medio nazionale che è dell'1,7%⁶⁷.

☞ Provincia di Reggio Calabria, con i suoi € 150.505.538 di export (coprendo il 47% del valore delle esportazioni dell'intera regione) è la "locomotrice" di una regione per nulla internazionalizzata: delle esportazioni regionali, con un valore complessivo pari a); seguono Vibo;propensione all'internazionalizzazione 2,1%,fra i più alti a livello regionale.

La rappresentazione grafica degli indicatori di sintesi normalmente utilizzati per valutare il grado di apertura delle economie regionali (Interscambio commerciale, Diffusione degli esportatori, Proiezione multinazionale, Commercio di Servizi, Bilancia Tecnologica, Turismo, estero, studenti stranieri, immigrazione) è l'immagine eloquente di questa debolezza del sistema economico regionale,mentre la tabella che segue conferma una tendenza immutata negli anni e con ciò denotando l'assenza di strategie, politiche, programmi,azioni adeguati a variare la tendenza stessa.

Indicatore finale



Focalizzando l'analisi sui macrosettori, la provincia reggina si connota per:

☞ l'export metalmeccanico ed elettronico, € 60.326.416 (40,1% del valore complessivo delle esportazioni provinciali)

☞ l'export alimentare, € 25.269.461 (16,8% del totale provinciale,19,6% di quello regionale) attrattività degli investimenti esteri (0,1% del PIL)

☞ l'export nel macrosettore chimica, gomma e plastica costituisce il 19% del valore totale regionale: la quasi totalità del valore delle esportazioni regionali in questo macrosettore (86%) si concentra a Reggio Calabria; quest'ultima basa su chimica, gomma e plastica il 34,7% del suo valore complessivo provinciale, ovvero € 52.240.372.

☞ l'export per agricoltura e pesca equivale al 12,6% del valore complessivo delle esportazioni calabresi: € 6.826.456

Il settore della moda, quello del legno e della carta costituiscono, infine, rispettivamente l'1,3% e lo 0,9% del totale valore dell'export dalla Calabria.

⁶⁷ Banca dati REPRINT- Nel 2006, le imprese a partecipazione estera presenti in Calabria erano 15, per un'occupazione di 1.267 addetti e un fatturato di 173 milioni di euro, il 2,7% e l'1,1 % del Mezzogiorno. Tra il 2001 e il 2006, il numero delle imprese a partecipazione estera in Calabria è aumentato (da 13 a 15), così come gli addetti complessivamente occupati (da 949 a 1.267) (+33,5%) e il fatturato (da 138 a 173 milioni di euro) (+25,4%). Va inoltre rilevato che tali incrementi si sono verificati in presenza di una diminuzione nel Sud sia degli addetti nelle imprese partecipate estere (pari al -23,9%) che del fatturato (pari al -16,4%). La presenza delle imprese estere in Calabria è quasi esclusivamente dovuta alla logistica e ai trasporti: in tali settori esse occupano 1.036 addetti, l'82% del totale degli occupati nelle imprese estere della regione. L'assoluta rilevanza in Calabria di tale settore tra le imprese estere è legata alla loro presenza nel porto di Gioia Tauro.

Sempre per la provincia di Reggio Calabria la quasi totalità delle merci in uscita è rappresentata dal comparto manifatturiero, che detiene il 95,1% del totale delle esportazioni nel 2009; residuale è invece il ruolo rivestito dall'agricoltura (4,5%).

Hanno registrato una perdita di competitività sui mercati esteri: l'industria dei computer, apparecchi elettronici e ottici (-85,1%), degli apparecchi elettrici (-71,1%), dei prodotti tessili (-62,4%) e degli articoli in gomma e materie plastiche (-59,6%).

Hanno registrato invece una maggiore tenuta: prodotti della metallurgia (+35,7%), mezzi di trasporto (+17,5%) e la voce "prodotti delle altre attività manifatturiere" (+40,8%). Si tratta, comunque, di settori che non hanno una grande importanza, in termini di peso percentuale, sulle esportazioni della provincia di Reggio Calabria, eccezion fatta per i mezzi di trasporto, il cui peso è pari al 37,7% del totale manifatturiero.

E sono proprio i settori dei macchinari e apparecchi meccanici e dei mezzi di trasporto, oltre che dell'industria alimentare, "punti di forza" dell'*export* calabrese, costituiti dalla crescita di alcune produzioni e di determinati mercati di sbocco.

"Si tratta essenzialmente di produzioni legate ad impianti di antica industrializzazione, localizzati nella regione tra gli anni '60 e la prima metà degli anni '70, o ad impianti sorti come indotto di questi ultimi. Anche guardando ai risultati più recenti, si rileva che in Calabria, pur in piena crisi economica, la meccanica e i mezzi di trasporto hanno incrementato le proprie vendite all'estero. Di converso, nel 2001-2008, le esportazioni del raggruppamento costituito dalle produzioni tradizionali - legate agli impianti prevalentemente di piccola e piccolissima dimensione - in cui sono essenzialmente ricomprese le attività del *made in Italy*, hanno mostrato in Calabria, in linea con quanto verificatosi nel Mezzogiorno e diversamente dal Centro-Nord, evidenti difficoltà. Ad eccezione dei prodotti alimentari, negativo è stato, infatti, il contributo delle esportazioni delle produzioni del tessile abbigliamento e dei prodotti in legno"⁶⁸.

Concentrando l'attenzione sulle merci in uscita, è possibile osservare come l'Europa rimanga il principale mercato di sbocco della produzione provinciale, con una quota del 53,6% del totale dell'*export* provinciale. Con riferimento ai paesi europei, i prodotti locali sono rivolti soprattutto verso: Spagna (12,3%), Germania (9,6%) Francia (6,4%) e Regno Unito (5,2%). I tassi di variazioni 2009/08, tuttavia, evidenziano la perdita di importanza del vecchio continente per l'*export* provinciale, registrando una contrazione del -15,6%. Nello scenario dei paesi europei si registrano, comunque, tassi di variazione positivi di tipo sporadico, come nel caso della Grecia (+161,3%), ed alcune conferme, come nel caso della Spagna (+39,85%).

Il continente americano, con una quota del 29,8% sul totale, si conferma come il secondo mercato di destinazione delle esportazioni locali pur registrando, rispetto al 2008, una variazione negativa del -6,9%. Da osservare, infine, la tenuta del continente asiatico che registra una crescita del +1,5%, mentre perdono di significatività le esportazioni verso l'Oceania e altri territori (-40,5%) ed il continente americano (-6,9%).

Il quadro è sintomatico per lo più di una dimensione dell'internazionalizzazione per lungo tempo considerata come una dimensione accessibile solo ad una porzione estremamente ristretta del sistema imprenditoriale, quella in grado di disporre di una adeguata "scala" per accedere ai mercati di altri Paesi.

Ma con il tempo e l'evoluzione delle tecnologie e dei processi di sviluppo e con l'affermarsi dell'economia di rete, le cose sono cambiate, non esistono barriere insormontabili per le micro e piccole imprese per operare in contesti non domestici e di conseguenza l'ampliamento dei mercati rappresenta sempre più un fenomeno di crescita organizzativa delle aziende.

Sempre ridotta comunque la quota dell'apparato produttivo orientata ai mercati esterni rispetto all'area e, di conseguenza, una forte dipendenza nel ciclo congiunturale locale della domanda interna, a sua volta, fortemente dipendente dalla spesa pubblica: 1) per la realizzazione di infrastrutture ed altri beni pubblici; 2) per i trasferimenti alle imprese, in conto sussidi collegati agli investimenti; 3) per i trasferimenti figurativi alle imprese, in conto del mancato versamento di oneri contributivi parafiscali; 4) per trasferimenti alle famiglie, in conto sostegno del reddito in presenza di disoccupazione strutturale e/o congiunturale

L'internazionalizzazione costituisce ormai una condizione imprescindibile per la crescita di competitività di imprese. In questa fase di congiuntura certamente sfavorevole per le nostre micro imprese, un approccio più facile e assistito sui mercati internazionali, può rappresentare

⁶⁸ Riccardo Padovani, Direttore SVIMEZ- Fare impresa nel Mezzogiorno. Il Caso Calabria. Lamezia Terme 2009

una delle risposte vincenti per la nostra economia potendo cogliere tutte le opportunità offerte dal ciclo economico di differenti Paesi.

"l'internazionalizzazione dell'impresa", insieme con "l'innovazione a 360°", è uno dei grandi ambiti di operativa su cui coinvolgere le imprese locali al fine di farle uscire dalla situazione di debolezza competitiva in cui si trovano. Sebbene da diversi anni s'investa molto in promozione e assistenza per l'internazionalizzazione, i risultati non arrivano, o sono molto scarsi a fronte di grandi sforzi realizzati. Cerchiamo di capirne le ragioni.

Premesso che le micro imprese (1-10 addetti) rappresentano oltre il 92% del sistema imprenditoriale locale, se ne analizziamo le caratteristiche questa è la risposta sia pure a grandi linee:

- 1) Non esiste una progettualità: niente business plan, piani di marketing, pianificazione finanziaria, ecc.. Vivono alla giornata, in continua emergenza.
- 2) L'imprenditore concentra su di sé tutte le funzioni aziendali: niente ufficio export, responsabile marketing, area manager, ecc.
- 3) La ricerca di nuovi clienti, sia nazionali che esteri, è affidata al caso e alle circostanze che capitano di volta in volta
- 4) Le attività promozionali vengono scelte solo sulla base del costo più basso, non sulla base del potenziale risultato. Le adesioni a fiere o altre manifestazioni avvengono indipendentemente da una sia pure abbozzata strategia di penetrazione su quel mercato e per lo più nell'ambito di partecipazioni collettive organizzate da soggetti pubblici.
- 5) Tutto ruota intorno ai prodotti. Sono spesso di ottima qualità, artigianali nella stragrande maggioranza. Quasi non subiscono modifiche o sviluppi nell'arco di vita dell'azienda (niente ciclo di vita del prodotto). Si dà per scontato che il prodotto si venderà "da solo perché ottimo". Non si accetta l'idea che forse quel prodotto non soddisfa il bisogno dei consumatori, o che ci sono altri prodotti concorrenti.
- 6) Come conseguenza, i servizi che ruotano intorno al prodotto (marketing, promozione, comunicazione, etc.) sono ritenuti inutili o, nella migliore delle ipotesi, bisogna spendere il meno possibile visto che sono solo dei costi. La formazione è solo un costo anche nel caso in cui sia gratuita (se l'imprenditore va in aula l'azienda rimane chiusa).
- 7) Se le aziende non hanno esperienze di export, ritengono che appena presenteranno i loro prodotti questi saranno acquistati immediatamente, che all'estero li aspettavano a braccia aperte, e che essendo prodotti "Made in Italy" i clienti saranno disposti a pagare qualunque prezzo per quanto stratosferico esso sia.
- 8) Il concetto di mercato, sia nazionale che estero, è molto generico. Le informazioni ed i dati non vengono monitorati e studiati. Le fonti sono spesso solo i mass-media e le decisioni vengono prese sulla base di notizie non controllate, oppure basandosi sul "fiuto ed istinto imprenditoriale".
- 9) La microimpresa ha una sola parola d'ordine: trovare chi vuole comprare il suo prodotto (niente collaborazioni, investimenti in società commerciali, Joint Ventures, etc. né tantomeno delocalizzazioni), e che paghi in anticipo (scarso uso di lettere di credito, assicurazioni sui pagamenti, etc.).

Il primo ostacolo che mantiene basso il livello dell'internazionalizzazione delle imprese calabresi è quindi la mancanza di una cultura manageriale, e dell'export in particolare e la poca diffusa capacità di:

- definire una strategia chiara di internazionalizzazione, in termini di scelta dei mercati (spesso occasionale e non dettata da analisi di prodotto/ Paese), obiettivi concreti a medio/lungo periodo, diversificazione del business in domestico/ estero
- percepire un chiaro posizionamento del proprio prodotto sui mercati esteri
- introdurre innovazioni di prodotto per meglio rispondere alle esigenze dei Paesi esteri target

Ma anche carenze di tipo organizzativo quali:

- carenze nella gestione degli aspetti doganali, di contrattualistica internazionale, di fiscalità internazionale, spesso nella definizione di listini estero separati rispetto ai listini Italia
- difficoltà molto consistenti nella gestione della logistica, che molte volte si ripercuotono anche sul prezzo di vendita
- a causa delle limitate dimensioni della maggior parte delle aziende calabresi, assenza di una figura in azienda (export manager) che si occupi del business estero
- in moltissimi casi, assenza di personale che conosca le lingue straniere

Senza trascurare difficoltà e costi:

- per il reperimento clienti esteri e per la promozione del prodotto all'estero, che, se effettuati (come nella maggior parte dei casi) dalle imprese singolarmente e non in forma associata, sono di fatto insostenibili.
- per l'utilizzo di strumenti a supporto delle imprese quali le forme assicurative per i crediti all'export, il sostegno finanziario per gli investimenti all'estero, etc.

Ma in Calabria, come a Reggio Calabria, l'internazionalizzazione solo negli ultimi anni si va affermando come scelta strategica di chi vuole continuare a fare impresa da protagonista con un'ottica che vada al di là del contingente.

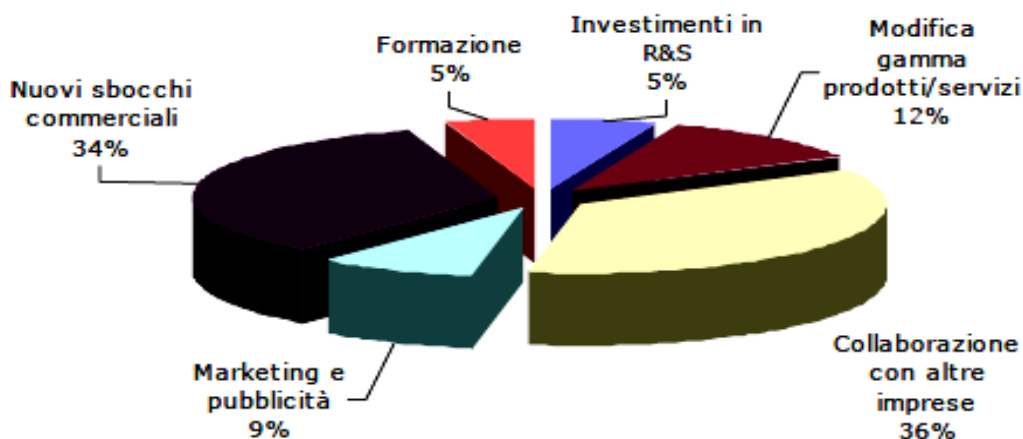
Ma questa sfida, questo sforzo del sistema imprenditoriale va assecondato irrobustendo il sistema locale dei servizi alle imprese, per aiutare le micro prima che piccole imprese del territorio, prima di impattarsi su mercati esteri, a:

- acquisire una dimensione organizzativa adeguata all'inserimento dei processi di internazionalizzazione.
- migliorare l'attenzione ai processi innovativi, sia come potenziale strumento per affrontare "attrezzati" un inasprimento delle condizioni di mercato che inevitabilmente consegnerà nel periodo post crisi, sia come modalità effettiva per ripensare o riadattare l'attività aziendale alle nuove tendenze di un mercato sempre più globalizzante.

La Camera di Commercio di Reggio Calabria, forte del suo essere ed appartenere al sistema camerale italiano ed europeo, continuerà a concentrare il suo impegno strategico/operativo su quattro fronti:

1. L'internazionalizzazione delle filiere
2. La formazione di figure professionali innovative, dotate di conoscenze multi disciplinari, in grado di affiancare l'impresa nella pianificazione ed implementazione di un vero e proprio processo di internazionalizzazione .
3. La collaborazione tra imprese di diverso grado di internazionalizzazione.

Senza trascurare, anche come nodo della rete Sprint Calabria, la realizzazione di percorsi integrati di informazione, formazione, assistenza e promozione, funzionali a dare risposta ai bisogni emergenti dalle strategie tenute dalle PMI italiane per essere competitive durante e dopo la crisi⁶⁹:



Istituzionalmente attenta a fare squadra, per rimediare a quella frammentarietà operativa causata da quel panorama variegato di soggetti che negli anni più recenti hanno sviluppato ruoli e funzioni in materia di internazionalizzazione, per quanto prevalentemente sul lato della "c.d. promozione".

Ma la questione del fare squadra si intreccia inevitabilmente con il tema della sussidiarietà. Certamente nella sua accezione "orizzontale" che implica precise modalità di interazione e di collaborazione tra enti pubblici e tra questi e i privati, soprattutto se organizzati, e che quindi si presenta come una forma di organizzazione delle attività funzionale e specifica rispetto a determinate questioni di interesse pubblico⁷⁰.

⁶⁹ Indagine 2009 Unioncamere/Assocamerestero "Ve(n)dere oltre la crisi" Profilo e strategie di risposta delle imprese italiane alla crisi internazionale

⁷⁰ Deaglio - Sussidiarietà, istituzioni economiche, imprese -Il Mulino 2007

E' giusto però dare adeguata rilevanza anche alla sussidiarietà verticale che implica il valore della prossimità, cioè le questioni di interesse pubblico dovrebbero essere trattate dall'autorità competente a livello più basso e prossimo ai destinatari. Così va rilevato come le Camere di Commercio, radicate da sempre sul territorio, siano, anche per la funzione riconosciuta dalla legge, le istituzioni prossime alle imprese, di cui individuano, ascoltano, interpretano i bisogni e ne sono i traduttori operativi, svolgendo ove occorre anche un compito di "imprenditore collettivo" per supplire a fallimenti e carenze del mercato, come vistosamente si verifica in tema di internazionalizzazione delle imprese, che per nulla si identifica soltanto nel promuoverne la partecipazione a fiere e mostre in giro per il mondo.

E per la Camera di Commercio di Reggio Calabria, l'internazionalizzazione è il presidio stabile e continuativo di un mercato estero.

Definizione che comprende un ampio range di attività ai cui estremi si collocano e i semplici contratti di esportazione ed importazione che regolano gli scambi commerciali tra aziende e la delocalizzazione di siti produttivi all'estero.

Tra questi due estremi sono presenti tutta una serie di attività "intermedie" che possono riassumersi in:

1. *l'internazionalizzazione commerciale*: modalità che mira al presidio esclusivamente commerciale che si realizza attraverso la semplice esportazione dei prodotti oppure attraverso la creazione di reti

distributive dirette all'estero;

2. *l'internazionalizzazione produttiva*, quale insieme delle strategie che comportano: a) la decisione di localizzare all'estero il processo produttivo per ragioni di costo o di presidio del mercato e b) la conclusione di accordi di collaborazione industriale all'estero (*joint venture*, acquisizione di partecipazioni, ecc.);

3. *l'internazionalizzazione terziaria* ovvero la capacità di proporre su scala internazionale alcune funzioni di servizio strategiche per lo sviluppo del Paese, quali: la costruzione di reti di collaborazione e di servizio da parte della Pubblica Amministrazione, i sistemi logistici, i sistemi fieristico congressuali, i sistemi creditizi, il turismo;

4. *l'internazionalizzazione socio-culturale* ovvero la capacità delle comunità locali di attivare e gestire relazioni con altri sistemi socio-culturali: coinvolge le stesse popolazioni e si esprime attraverso le iniziative che partono dall'area del *non profit*, dall'interscambio culturale e dall'attrattività internazionale delle università;

5. *l'internazionalizzazione networking* ovvero la capacità di costruire reti cooperative-competitive che connettono una regione, un Paese con il mondo più avanzato su temi di grande valore strategico quali l'innovazione scientifica e tecnologica e la formazione avanzata;

6. *l'internazionalizzazione come attrattività* ovvero capacità di attrarre investimenti produttivi, conoscenza e competenze.

"Favorire un maggior grado di internazionalizzazione, sia nel senso di accrescere il grado di attrazione degli investimenti che di innalzare la capacità di esportazione, rappresenta un obiettivo ineludibile. Nella nuova "fase storica", l'apertura internazionale costituisce un potente fattore di sviluppo anche per le aree in ritardo che riescono ad approfittarne, come dimostrano le *performances* delle aree *deboli* dell'UE che, proprio grazie all'internazionalizzazione, hanno fatto registrare progressi ben più sostenuti di quelli delle aree *forti*.

Reggio Calabria e la Calabria devono muoversi verso questa direzione.

Coerentemente si sviluppa il programma della Camera di Commercio.

Se le sfide della globalizzazione si chiamano "economia delle differenze" ed "economia della conoscenza", l'economia provinciale deve realizzare un doppio riposizionamento:

I- Valorizzare la sua differenza distintiva cambiandole senso.

Ciò vuol dire usare il sistema locale come risorsa competitiva unica, difficilmente imitabile, nelle reti globali ed arricchire i prodotti materiali investendo sulla qualità, sui significati e sui servizi che il cliente apprezza ed è disposto a pagare

II- Costruire un'economia della conoscenza adeguata da un territorio ad alto costo del lavoro, che compete sulla base di conoscenze auto-prodotte (originali ed esclusive) frutto di investimenti ed innovazioni

Queste le direzioni di marcia per il 2011 e nei prossimi anni che hanno come obiettivo i seguenti Paesi e mercati target prioritari:

☐ Paesi Europei (dell'Unione e non): particolare attenzione verrà data a mercati di interesse con i quali sono già state attivate relazioni e collaborazioni proficue, ovvero Francia, Svizzera, Svezia, Germania

☐ Paesi della sponda sud del Mediterraneo (cfr. quanto previsto dall'azione 3.2.2 Il Mediterraneo): in particolare Tunisia, Marocco, Libia, Algeria, Egitto, ma anche Israele per alcuni settori di interesse. Paesi emergenti di particolare interesse per la presenza di comunità calabresi, quali Argentina, Canada, USA.

Direttrici operative

III.3.2.1. La Camera laboratorio di internazionalizzazione

📁 PROMUOVERE L'INTERNAZIONALIZZAZIONE, attraverso:

☐ Servizi/Informazione

➤ Informazioni su misura, attraverso lo Sportello Internazionalizzazione della Rete Sprint Calabria, punto di riferimento unico sul territorio, terminale della più ampia rete regionale nazionale ed europea per la promozione e il sostegno della *internazionalizzazione dell'economia* regionale e di supporto allo sviluppo della globalizzazione della micro, piccola e media impresa reggina, per:

- fornire informazioni ed assistenza, mediante la messa a disposizione dell'intero patrimonio informativo pubblico, i servizi infoexport ed esperto on line per la risoluzione di problematiche riguardanti i rapporti economici con l'estero, sia esportazioni che opportunità di collaborazione transnazionale
- rendere accessibile l'offerta promozionale e i servizi del settore pubblico
- informare sulle opportunità di affari estero attraverso la segnalazione periodica di notizie provenienti dal mondo camerale, le opportunità di business e le segnalazioni trasmesse dai partner italiani ed esteri.
- aiutare le imprese ad accedere al mercato privato dei servizi in Italia e all'estero

➤ Mappatura della internazionalizzazione della provincia e creazione di una banca dati delle imprese della provincia che esportano o che sono interessate ad avviare processi di internazionalizzazione:

⇒ Analisi del grado di internazionalizzazione delle imprese tramite le due prospettive che riflettono modalità di relazione con l'esterno: Internazionalizzazione commerciale, valuta il grado di apertura a valle; Internazionalizzazione produttiva, valuta il grado di apertura a monte del sistema delle imprese, descrivendo il livello di proiezione internazionale della produzione

⇒ Analisi del livello di internazionalizzazione delle imprese considerato a partire da due punti di vista - commerciale e produttivo.

Il risultato della mappatura, determinando una qualificazione delle imprese del territorio che già esportano, favorirà la creazione di un *Club dell'Export*

⇒ Costruzione di una matrice di internazionalizzazione, in cui vengono identificati 4 modelli d'impresa:

1- Locale tradizionale (basso presidio mercati finali- nessuna proiezione internazionale della produzione)

2- Con apertura commerciale (alto presidio mercati finali- nessuna proiezione internazionale della produzione)

3- Aperto a monte (basso presidio mercati finali- proiezione internazionale della produzione)

4- A rete aperta (elevato presidio mercati finali-proiezione internazionale della proiezione)

➤ Realizzazione di un osservatorio sull'internazionalizzazione, comprendente anche l'analisi della mappatura di cui sopra, finalizzato a:

⇒ approfondire la conoscenza riguardante le dinamiche del commercio con l'estero; l'andamento dei mercati internazionali; il posizionamento competitivo, rispetto ai principali mercati di riferimento, delle filiere produttive e delle specializzazioni merceologiche che costituiscono l'articolazione dell'economia provinciale; elaborazioni settori/paesi target.

➤ Ma anche, affiancando l'impresa per: vendere, acquistare, trovare un partner, il monitoraggio di bandi europei, incontri di affari, la tracciabilità di incentivi finanziari o comunque di agevolazioni in tema di internazionalizzazione degli strumenti di finanziamento per l'internazionalizzazione delle imprese

☐ Servizi/Laboratorio per l'internazionalizzazione

La carenza di nuove economie esterne territoriali di tipo strategico quali quelle derivanti dall'assenza di servizi avanzati alle imprese, è assolutamente penalizzante.

Servizi di primo orientamento ma anche nuovi "servizi avanzati" funzionali ai processi di internazionalizzazione, la definizione di piani di marketing, ma anche la consulenza pensata per prevenire o risolvere i problemi legati al commercio con l'estero.

Il tutto per consentire alle imprese di attrezzarsi verso un serio e duraturo processo di internazionalizzazione.

📁 Assistenza e consulenza professionale

➤ Gli strumenti informativi e di autoanalisi disponibili (Export check up, business plan, Guida all'export, Infoexport) prevedono l'assistenza delle imprese in tutte le fasi del processo di internazionalizzazione, dalle ricerche di mercato all'assistenza mirata per la creazione o il consolidamento di una presenza diretta in un paese straniero, sia di tipo economico produttivo ed effettuata in modo autonomo, piuttosto che attraverso il supporto di partner locali.

➤ Il Programma Export Promoter –

Un percorso innovativo di affiancamento per imprese della provincia che vogliono attivare in maniera sistematica percorsi di internazionalizzazione ovvero consolidare la presenza sui mercati internazionali ma anche un'occasione per giovani laureati che desiderino completare la preparazione teorica e sperimentarla nel campo dei servizi alle imprese innovativi e dal forte potenziale della domanda.

Interviene non tanto su una carenza di risorse finanziarie delle imprese, ma sulla mancanza di competenze specifiche per l'internazionalizzazione, offrendo agli imprenditori la possibilità di avvalersi delle conoscenze di un professionista in grado di accompagnarli nell'implementazione di un progetto di internazionalizzazione e di acquisire nuove competenze anche grazie alla partecipazione a corsi di formazione mirati a soddisfare le esigenze delle micro ,piccole e medie imprese).

Un programma in cui la figura del tutor/ stagista rappresenta l'elemento cruciale del progetto che permette, da un lato, a un certo numero di giovani laureati di vivere un'esperienza lavorativa per accrescere le proprie conoscenze e competenze nel campo internazionale e di conoscere dall'interno la realtà della piccola impresa, dall'altro, alle imprese di valutare ed apprezzarne l'utilità.

📁 Formazione

➤ Percorso formativo pensato per:

- aiutare imprenditori e loro collaboratori a rapportarsi con i loro interlocutori esteri, tenendo anche conto delle diverse 'culture'.
- aiutare le imprese ad assecondare i cambiamenti, sui mercati della domanda e dell'offerta, una formazione tematica sulle problematiche relative all'internazionalizzazione delle funzioni aziendali e all'impatto sulle politiche comunitarie e del mercato interno dell'azienda e sull'attività di produzione e marketing
- funzionale ad un approccio sistemico all'internazionalizzazione che consenta di promuovere la crescita di una cultura manageriale e imprenditoriale adeguata allo scopo, di applicare un orientamento finalizzato alla progettazione (anche mediante la sperimentazione pratica di soluzioni concrete).
- azioni formative anche "personalizzate" ed organizzate sulle esigenze specifiche, puntando a qualificare le competenze delle risorse umane essenziali alla crescita della competitività aziendale; tutto in stretta sinergia con le imprese e con una continua verifica diretta delle loro specifiche esigenze.
- e per promuovere quel mercato di servizi avanzati anche la formazione di figure professionali innovative, dotate di conoscenze multi disciplinari, in grado di affiancare l'impresa nella pianificazione ed implementazione di un vero e proprio processo di internazionalizzazione

➤ English for internationalization

Per l'acquisizione di un buon livello di conoscenza e di competenza nella lingua Inglese.

➤ Di particolare rilievo la programmazione di un "Corso di alta formazione sui temi dell'internazionalizzazione di impresa", anticipatore dell'avvio di una struttura di formazione "Mediterranean Business School", il cui piano "industriale" è in corso di elaborazione, di cui si dirà in seguito.

Il corso intende formare una nuova figura professionale con forti competenze tecniche e manageriali e piena capacità di operare nel mercato globale per promuovere le imprese regionali e i loro prodotti. Tale figura dovrà supportare le imprese calabresi nel processo di internazionalizzazione, con particolare attenzione alla valorizzazione delle vocazioni produttive locali nei mercati esteri

📁 Promozione

Non estemporanea ma neppure periodica (ad es. annuale) ma una programmazione triennale perché la sua efficacia è legata alla strategia in termini di: settori e filiere produttive ad alta potenzialità di successo; paesi mercati/target, come sopra identificati; scelta degli strumenti (import/export, cooperazione, investimenti); validi strumenti di partenariato capaci di attivare relazioni strutturali con mercati internazionali individuati strategici.

➤ Gli strumenti

- Organizzazione diretta di missioni, sia incoming che outgoing, congiunte con la partecipazione di possibili clienti/ partners commerciali adeguatamente selezionati
- Missioni di sistema: regionale, Unioncamere, Unioncamere-ICE, Unioncamere MSE
- Partecipazioni a fiere e mostre all'estero ma di sistema, camerale regionale/nazionale o territoriale
- Incentivi a favore di consorzi export e gruppi coordinati di imprese che intendano partecipare ad iniziative all'estero.

📁 *PROMUOVERE IL TERRITORIO*

"Puntare sull'internazionalizzazione del sistema significa anche rendere "competitivo" il territorio, accrescerne il grado di "attrattività" per la localizzazione di investimenti produttivi. Lo sforzo per agganciare lo sviluppo deve far leva quindi, oltre che su "politiche specifiche" a supporto dei processi di internazionalizzazione, anche sulle "politiche di contesto", volte a migliorare da un lato il sistema delle infrastrutture, e in particolare i collegamenti per diminuire la "perifericità" della provincia e, dall'altro, valorizzare l'immagine della provincia come territorio di eccellenze produttive e culturali.

Si rinvia alla specifica misura.

📁 *PROMUOVERE POLITICHE E AZIONI DI CLUSTERING*

Un vantaggio competitivo delle imprese collegato alle economie di agglomerazione (cluster, reti, distretti, bacini, produttivi, ecc.):

- perché si tratta di una forma di cooperazione a nella produzione e propagazione della conoscenza e perché specializzandosi e lavorando in filiera ciascun produttore usa le competenze, il capitale, le capacità innovative e di rischio degli altri (fornitori, clienti), elevando il business;
- perché le imprese del cluster possono fare economie di scala rimanendo piccole, ma specializzandosi in una funzione particolare: questo spiega anche perché le imprese distrettuali non hanno un particolare incentivo a forzare loro il tasso di crescita. Ciò richiama le "reti di impresa".

📁 *SVILUPPARE NUOVI MERCATI*

Ritorna all'attenzione programmatica della Camera il tema dell'area mediterranea e dei Paesi emergenti dell'Europa centro orientale.

Si tratta però di superare la fase dell'occasionalità delle relazioni e dell'interscambio commerciale, senza voler trascurare comunque l'efficacia dei B2B itineranti per perseguire l'obiettivo di una integrazione del rapporto nord/sud-est del Mediterraneo, individuando e promuovendo relazioni strutturali che attivino sinergie sistemiche su progetti condivisi di interesse reciproco realisticamente realizzabili.

Ciò motiva un programma speciale sul Mediterraneo.

III.3.2.2 Collaborazioni e partenariati per sostenere percorsi strutturati di internazionalizzazione

La Camera continuerà ad operare seguendo e condividendo le linee programmatiche e le azioni di coordinamento ed indirizzo di Unioncamere Italiana, ma anche capitalizzando e sviluppando l'esperienza già maturata nel corso di precedenti esperienze di collaborazione con altre Camere di Commercio del Sud Italia

➤ Le strutture

- la rete del sistema camerale rappresentato da 73 Camere di commercio italiane all'estero, 33 Camere di commercio italo-estere, Unioncamere di Bruxelles, Eurochambres; Simest, Sace, ICE;
- desk ed antenne (106) gestite direttamente dal Sistema camerale nei cinque continenti, per una strategia mirata a supportare le imprese nel consolidare la presenza in alcuni Paesi

Esteri,offrendo così ad esse riferimenti costanti di consulenza ed assistenza qualificata nei mercati di maggiore importanza a livello economico mondiale. Una scelta che rafforza, inoltre, la sinergia con il sistema delle Camere di commercio italiane all'estero (CCIE); tali strutture, infatti, sono prevalentemente condivise con le CCIE, peraltro coerentemente con quanto previsto dal legislatore con il decreto legislativo n. 23/2010 che ha riconosciuto queste ultime quali parti integranti del Sistema camerale italiano.

➤I partner

Il CEI Piemonte e Promos, Azienda della Camera di Commercio di Milano,eccellenze della rete specializzata sul territorio nazionale,da qualche anno supportano la Camera promuovendo e sostenendone attività ed iniziative per l'internazionalizzazione de tessuto economico provinciale.

Si rinvia al programma "Mediterraneo" l'intesa tra Camere di Commercio di Genova, Milano, Reggio Calabria.

Si tratta anche di fare sistema sul territorio.

Un problema certamente non solo calabrese, comune a tante regioni italiane, da affrontare, come esperienze di successo maturate in altre realtà ci indicano, attraverso una politica strategica e di sistema per l'internazionalizzazione da realizzare attraverso un'autentica collaborazione istituzionale e progettuale tra istituzioni e categorie produttive, cominciando da una interazione istituzionale permanente tra Regione e Camere di Commercio quali soggetti che da sempre sono impegnati ed investono ingenti risorse finanziarie a sostegno delle imprese calabresi e a livello provinciale tra Camera di Commercio ed Amministrazione Provinciale, Comune Capoluogo e gli altri enti locali.

Si ipotizza a tale fine un Comitato per l'internazionalizzazione dell'economia per condividere nuove modalità e strumenti di collaborazione e coordinamento fra tutti i soggetti istituzionali e non, pubblici e privati, impegnati nella promozione dell'export e dell'internazionalizzazione del sistema economico, produttivo, culturale e formativo della provincia

III.3.2.3 Programma **MEDITERRANEO**

Nessuno è chiamato a scegliere tra l'essere in Europa e nel Mediterraneo, poiché l'Europa intera è nel Mediterraneo.

Aldo Moro, da "Discorsi parlamentari", a cura di Emilia Lamaro, Camera dei deputati,1996



Se l'economia della provincia, come già registrato, ha un peso irrilevante nell'interscambio internazionale e un basso valore della propensione export nonché un'attrattività estremamente limitata - e decrescente negli ultimi anni - nei confronti degli investitori stranieri, l'osservatorio sull'economia del Mediterraneo dell'Istituto G.Tagliacarne⁷¹ "segnala un particolare dinamismo negli interscambi commerciali tra la Calabria, la provincia di Reggio Calabria e l'area del Mediterraneo dei 22 paesi associati alla Camera di Commercio italo-araba, dai quali emergono

⁷¹ L'economia del Mediterraneo:scenari di sviluppo e relazioni economiche con l'Italia

con chiarezza dei segnali di vivacità e di ripresa dell'export che cresce in Calabria, tra il 2002 ed il 2008, del +211,9% (a fronte di un + 34,8% per l'export totale) e rappresenta il 38% del volume totale delle esportazioni regionali: i principali Paesi mediterranei non UE sono Marocco, Algeria, Albania.

Un dato significativo di tendenza anche se il valore assoluto delle esportazioni calabresi in tutta l'area mediterranea incide soltanto per lo 0,6% sul totale Italia (2009).

Rispetto al dato calabrese, dopo Vibo Valentia è proprio la provincia reggina a registrare la maggiore percentuale di incremento dell'export delle province calabresi nei Paesi aderenti alla Camera di Commercio italo-araba rispetto al totale degli scambi con il Mondo: 29,5 a fronte del 26,2 della Calabria e del 7,7 dell'Italia.

ANDAMENTO DELL'EXPORT VERSO I 22 PAESI ADERENTI ALLA CAMERA DI COMMERCIO ITALO-ARABA ⁷²E IL MONDO

(variazioni percentuali tra il 2002 ed il 2008) - Fonte: elaborazioni Istituto Tagliacarne su dati Istat)

SICILIA	248,8							
	101,8							
	Incidenze % sul totale export				NI delle incidenze % (Italia=100)			
	Export		Import		Export		Import	
	2002	2008	2002	2008	2002	2008	2002	2008
Cosenza	4,0	6,5	0,1	1,5	78,4	84,4	4,5	53,6
Catanzaro	1,9	5,6	1,4	0,5	37,3	72,7	63,6	17,9
Reggio Calabria	8,3	29,5	0,7	1,8	162,7	383,1	31,8	64,3
Crotone	1,6	27,5	0,2	4,2	31,4	357,1	9,1	150,0
Vibo Valentia	35,3	39,1	0,1	2,4	692,2	507,8	4,5	85,7
CALABRIA	11,1	26,2	0,6	1,8	217,6	340,3	27,3	64,3
ITALIA	5,1	7,7	2,2	2,8	100,0	100,0	100,0	100,0
	NI compreso tra 100 e 200				NI > 200 (elevata specializzazione)			

Fonte: elaborazioni Istituto Tagliacarne su dati Istat

"Dati che, al di là dei valori assoluti e della ridotta rilevanza sui volumi dell'interscambio nazionale, documentano una propensione mediterranea della Calabria, che supera le reazioni di chiusura ed il posizionamento difensivo del passato nell'area"⁷³.

Quest'ultima annotazione consente di inquadrare la rinnovata attenzione della Camera di Commercio verso il Mediterraneo in un contesto strategico e di impegno che, nel superare le reazioni di chiusura e di risposte difensive a fronte delle emergenti economie, persegue l'obiettivo di una integrazione del rapporto nord/sud del Mediterraneo, individuando e promuovendo relazioni strutturali che attivino sinergie sistemiche realisticamente realizzabili a fronte delle opportunità offerte dall'adozione da parte dell'Europa della scelta strategica Euro-Mediterranea, che capovolge il senso e la logica delle politiche meridionalistiche: da quella del recupero del ritardo rispetto al Nord dell'Italia e all'Europa verso quella di un ruolo centrale (come storia e geografia ci insegnano) nella prospettiva dell'integrazione verso il Mediterraneo Allargato.

Se lo sviluppo e l'integrazione economica, politica, sociale e culturale del Mediterraneo costituiscono una sfida, un banco di prova per il processo di crescita e la stabilità dell'intero sistema economico mondiale ma soprattutto per l'Unione Europea, l'Italia e gli altri Paesi dell'area per cui è da valutare di cruciale importanza il rilancio della dimensione mediterranea nella politica europea ed italiana intrapresa a livello di sistema Paese, il Mezzogiorno e con esso la Calabria ha un interesse primario verso questa sfida, "al punto da influenzare il successo dell'obiettivo convergenza della programmazione regionale, nazionale, comunitaria 2007/2013. A questo contribuisce il posizionamento dell'asse di interesse comunitario. Se dovesse mantenersi spostato verso Est a danno del Mediterraneo, l'effetto di una accentuata frammentazione e

⁷² Algeria, Arabia Saudita, Bahrein, Eau (Emirati Arabi Uniti: Abu Dhabi, Ajman, Dubai, Fujaira, Ras al-Khaima, Sharja e Umm al-Qaywayn), Egitto, Gibuti, Giordania, Iraq, Kuwait, Libano, Libia, Marocco, Mauritania, Omar. Palestina. Qatar, Siria, Somalia, Sudan. Tunisia, Yemen

⁷³ Lucio Dattola, Presidente della Camera di Commercio di Reggio Calabria, intervento al Forum Economico e Finanziario per il Mediterraneo, Milano 12 - 13 Luglio 2010 sul tema "L'internazionalizzazione mediterranea delle micro, piccole e medie imprese, sfida ed opportunità per l'integrazione tra il sistema territoriale del Mezzogiorno e quelli dei Paesi della sponda sud ed est del Mediterraneo "

sbilibrato orienterebbe non solo il baricentro geografico dell'Europa verso l'Est, ma anche il baricentro della politica di cooperazione europea e dello sviluppo economico. Per la Calabria e le regioni del Sud il rischio di una definitiva marginalizzazione rispetto alle aree mondiali economicamente forti" **(nota 69)**.

La Calabria, come le altre regioni meridionali, per tradizioni storiche e posizione geografica, sono parte e, perciò, sono come naturalmente condizionate dalla dimensione mediterranea; esse hanno un interesse storico ma anche una grande dotazione in termini di strumenti e risorse non solo economiche, ma anche istituzionali, culturali, formative, di ricerca, per sviluppare delle relazioni strutturate nell'area mediterranea, atte a contribuire alla promozione di uno sviluppo integrato tra gli stati e le Regioni del Mediterraneo.

"La direttrice strategica è l'internazionalizzazione mediterranea delle micro e piccole imprese calabresi"**(nota 69)**.

Una sfida che il nuovo governo regionale (peraltro è noto l'orientamento pragmatico sul Mediterraneo dell'attuale Presidente della Regione nel corso del suo mandato di Sindaco di Reggio Calabria) in più occasioni ha dichiarato di affrontare e di volere vincere attraverso misure che superino le politiche degli annunci, gli interventi meramente informativi, le relazioni occasionali, per un'azione più strutturata che privilegi le politiche di integrazione sistemica tra le realtà regionali dei Paesi che si affacciano sull'area mediterranea, in modo da offrire per questa via un contributo effettivo anche alla stessa costruzione dell'Unione per il Mediterraneo. "Alcune delle priorità per favorire questa apertura internazionale.

Collaborazione interregionale tra imprese di diverso grado di internazionalizzazione della sponda Nord e della sponda Sud ed est allo scopo di rafforzarne le capacità innovative, l'integrazione commerciale, imprenditoriale ed economica su progetti concreti di interesse reciproco, che sviluppino sinergie e convergenze produttive (ma non solo) per relazioni interregionali stabili fra le due sponde.

Reti di imprese ma anche reti di alleanze istituzionali e collaborazioni ai vari livelli, che mettano a sistema i punti di forza imprenditoriali, culturali, della formazione e della ricerca calabresi, relazionandoli ai sistemi territoriali delle realtà più avanzate del Paese. Per valorizzare la centralità geografica, puntando sulla logica del fare squadra, fare sistema oltre i confini regionali, per condividere logiche e modalità di partnership, che consentano di inserirsi, al meglio, nel sistema delle relazioni mediterranee per attivare sinergie, replicare esperienze e condividere progetti, intese, accordi, convenzioni "**(nota 69)**. Questo motiva il perché la Camera di Commercio di Reggio Calabria, in una visione sistemica dello sviluppo che superi i confini provinciali per una progettualità di trasformazione strutturale della specializzazione produttiva locale e del sistema economico generale, utilizzando quali punti di forza ed opportunità, da una parte le risorse esistenti (la microimprenditorialità, il capitale umano e il capitale sociale) e, dall'altra, le eccellenze e buone pratiche della rete camerale italiana ed europea, da più tempo deve proseguire il lavoro avviato con le Università Reggine (Università Mediterranea, Università per Stranieri "D. Alighieri"), la Camera di Commercio di Messina, le Camere di Commercio di Genova e Milano, ma anche le Agenzie e Aziende del Sistema Camerale Italiano (Istituto G. Tagliacarne, Dintec, Uniontrasporti, Rete Camere, Promos-Azienda Speciale della Camera di Commercio di Milano, IFOA-Azienda Speciale della Camera di Commercio di Reggio Emilia) per promuovere a livello di sistema territoriale dell'area metropolitana dello Stretto, calabrese e gradualmente meridionale, un impegno progettuale ed operativo per sostenere con la forza di iniziative concrete l'importanza strategica dell'area mediterranea per lo sviluppo e la competitività del sistema imprenditoriale calabrese e meridionale, annunciata ma sinora non colta.

Obiettivo di questa proposta è gettare le basi, attraverso la realizzazione di un'esperienza pilota, per l'avvio di un laboratorio permanente euromed dove progettare e realizzare un modello territoriale per fare cooperare le imprese delle due sponde, un laboratorio dove condividere logiche e modalità di partnership. Un'esperienza pilota, che dovrà partire da territori "gazzella" attraverso le strutture camerale locali, supportati dalle agenzie del sistema, per poi essere allargata ad altri contesti territoriali. La localizzazione geografica (Reggio Calabria), la presenza di contesti produttivi per molti aspetti simili e il vantaggio offerto dal porto di Gioia Tauro, può rappresentare il luogo virtuale dove poggiare la prima pietra di questo corridoio SUD SUD.

Ciò significa ottimizzare la dotazione di cui si è detto e sfruttare il vantaggio della sua posizione geografica di vera e propria piattaforma logistica nell'area.

Per un ruolo attivo e significativo all'interno del sistema istituzionale ed imprenditoriale della sponda nord del mediterraneo per partecipare da protagonista allo sviluppo della sponda sud, due sono le direttrici da percorrere nel breve e medio periodo.

In primo luogo, superare le criticità di cui si è detto sull'occasionalità delle relazioni e dell'interscambio commerciale, senza voler trascurare comunque l'efficacia dei B2B itineranti. Eppure i dati economici sul trend crescente dei flussi commerciali fra la Calabria e i 22 Paesi associati alla Camera di Commercio Italo Araba, avrebbero dovuto determinare consapevolezza sulla opportunità di definire in tempi rapidi una strategia, programmi, iniziative e progetti per un posizionamento strutturale e forte della Calabria nel Mediterraneo. Ma anche superare l'autoreferenzialità suggerita da ragioni di prossimità geografica e contiguità territoriale (non fosse altro perché nella competizione globale la vera centralità è sempre più di tipo funzionale che geografica), per costruire, invece, una rete di alleanze e collaborazioni con le realtà più avanzate del Paese che consentano di inserirsi al meglio, con i propri punti di forza, nel sistema delle relazioni mediterranee, per attivare sinergie e condividere progetti, intese, accordi, convenzioni.

In secondo luogo, deve misurarsi con l'elaborazione di un progetto complessivo incentrato sulle variabili-chiave della cooperazione mediterranea quali: a) l'interscambio culturale, b) la collaborazione nei settori della ricerca che non sia solo tecnologica e nella ricerca relativa al miglioramento del know how imprenditoriale, alla organizzazione dei processi produttivi e commerciali, c) la formazione delle competenze, d) la organizzazione dei sistemi informativi e delle reti di collaborazione.

Così l'intesa istituzionale tra le Camere di Commercio di Genova, Milano e Reggio Calabria sottoscritta a Catanzaro il 12 novembre 2010, è finalizzata a promuovere l'integrazione tra i rispettivi sistemi territoriali con quelli dei Paesi dell'area euro-mediterranea, nell'ambito di un quadro congiunto di iniziative che, anche nella condivisione delle strategie di crescita, valorizzazione dei punti di forza, utilizzo delle opportunità offerte dal sistema camerale italiano ed europeo, possano risultare funzionali alla costruzione di una *dimensione mediterranea distrettuale*.

Con questa espressione si fa riferimento ad un sistema integrato di relazioni istituzionali, culturali, economiche, di trasferimento di esperienze formative, ricerca, tecnologia, know how imprenditoriale, di confronto tra buone prassi per lo sviluppo, capaci di promuovere e/o potenziare le relazioni tra le filiere e le reti di impresa, finalizzate a valorizzare la centralità della piccola e media impresa, con un'attenzione particolare e mirata alla micro dimensione dell'impresa.

Per dare vita ad un programma congiunto "Insieme Per il Mediterraneo", aperto alla partecipazione del sistema camerale italiano ed estero, di Enti, Università e Centri di Ricerca, organizzazioni ed istituzioni locali e centrali interessate, che persegua i seguenti obiettivi:

☐ FAVORIRE LA COLLABORAZIONE TRA LE CAMERE DI COMMERCIO DI MILANO, GENOVA E REGGIO CALABRIA, al fine di realizzare congiuntamente una serie di programmi aventi ad oggetto la promozione di relazioni stabili bilaterali e multilaterali con i Paesi dell'area euro-mediterranea avvalendosi anche di comuni antenne operative di contatto.

☐ MIGLIORARE LE RELAZIONI fra i territori coinvolti e sostenere le rispettive aziende nell'intraprendere iniziative di integrazione commerciale, imprenditoriale ed economica nell'area euro-mediterranea, valorizzando relazioni tra filiere e reti di imprese.

☐ PROMUOVERE E MIGLIORARE RELAZIONI ISTITUZIONALI, fra Università, Centri di formazione e ricerca, soggetti pubblici e privati, anche dell'associazionismo imprenditoriale oltre che del sistema camerale, per iniziative di cooperazione, di trasferimento di saperi, ricerche e sperimentazioni, innovazione, di modelli di sviluppo e di governance territoriale, di miglioramento dell'accessibilità.

☐ SOSTENERE LA COOPERAZIONE FINANZIARIA a supporto dell'integrazione fra i rispettivi sistemi, per favorire la cooperazione economica fra micro, piccole e medie imprese dell'area, per sostenere gli investimenti nel Mediterraneo.

☐ SVILUPPARE NUOVA PROGETTUALITÀ, aperta alla partecipazione di tutti gli Enti territoriali e non, locali e centrali interessati, per la migliore promozione del "Sistema Italia" nell'area euro-mediterranea;

☐ REALIZZARE INIZIATIVE DI PROMOZIONE DEI PAESI DELLA SPONDA SUD ED EST DEL MEDITERRANEO IN ITALIA, al fine di favorire l'utilizzo delle reti economiche ed infrastrutturali dei propri territori quali canali di ingresso nel mercato europeo;

☐ PROMUOVERE I TERRITORI DI MILANO, GENOVA E REGGIO CALABRIA, quali reti organizzate di laboratori di nuova progettualità per la cooperazione regionale con e tra i Paesi della Sponda

Sud ed Est del Mediterraneo, istituzionale, economica, finanziaria e culturale che valga a dispiegare le specifiche potenzialità nell'area anche in relazione al progetto dell'Unione per il Mediterraneo; attivatori di un rinnovamento delle relazioni euro-mediterranee, quali principali centri di riferimento per una forte proiezione internazionale verso e con il Mediterraneo come area di intervento privilegiata e l'organizzazione di eventi a carattere internazionale incentrati sulle tematiche della cooperazione i nel Mediterraneo.

📁 SVILUPPARE LA COLLABORAZIONE CULTURALE E ARTISTICA fra le due sponde del Mediterraneo valorizzando, nel rispetto delle differenze, le comuni radici storico culturali.

Un sistema di relazioni che vedrà nel 2011 ed anni successivi le tre Camere di Commercio impegnate in una comune progettualità e responsabilità realizzativa in settori diversi ma complementari, mirati ad attivare nell'area (*Egitto, Libia, Tunisia, Algeria e Marocco*) per attivare reti e relazioni commerciali e non solo in tema di:

📁 energia, ambiente, sostenibilità per condividere:

- tecnologie sviluppate dalle imprese italiane appartenenti ai settori, con un contenuto tecnologico di livello, ed interessati ai mercati dei paesi Med identificati;
- competenze nella *formazione e ricerca economica* applicata che hanno come focus il Mediterraneo, che le diverse Camere di Commercio sono in grado di mettere a fattor comune (vedi l'Osservatorio Economia Internazionale, Università Mediterranea) e nelle *politiche ambientali innovative* dal punto di vista delle città, del loro governo e delle sue strategie, attraverso la diffusione di "best practices" fra la sponda nord e la sponda sud del Mediterraneo che coinvolgono direttamente il mondo delle imprese;

📁 del costruire sostenibile nel Mediterraneo, avvalendosi dell'apporto tecnico-scientifico e delle esperienze maturate nell'area dall'Università Mediterranea di Reggio Calabria per anticipare prospetticamente quel contesto di sviluppo urbano che nei prossimi vent'anni, riguarderà oltre cento milioni di persone e i suoi riflessi sul terreno economico ma anche soprattutto sul terreno sociale, ambientale, di stili di vita, ponendosi i seguenti obiettivi:

⇒ creare una rete stabile di conoscenze e di trasferimento delle ricerche e delle tecnologie sviluppate dalle Università e dai Centri di ricerca in tema di Architettura sostenibile e gestione delle Città nel Bacino del Mediterraneo;

⇒ individuare i vantaggi competitivi dei diversi tessuti imprenditoriali su cui impostare un'azione di intelligenza di mercato

⇒ promuovere l'interscambio delle tecnologie implementate dalle imprese italiane appartenenti ai settori Costruzioni e della Gestione Urbana e dalle imprese dei Paesi target

In generale l'intesa intercamerale verrà finalizzata per sperimentare, progettare e realizzare scambi e relazioni stabili con gli operatori dei Paesi del Sud del Mediterraneo, mettendo in rete:

- le imprese e loro associazioni, con il supporto delle Camere di Commercio italiane, italiane all'estero e dei Paesi target

- le Università e i Centri di ricerca su comuni progetti di ricerca, sperimentazione, trasferimento tecnologico alle imprese, che possano riscontrare anche la mobilità di ricercatori, al fine di favorire la collaborazione scientifica e tecnica e la possibile attivazione di una rete permanente tra università del Mediterraneo finalizzata alla organizzazione di una comunità scientifica integrata ed impegnata nell'approfondimento di tematiche comuni

- le istituzioni ai vari livelli per attivare relazioni su progettualità che valgano a superare criticità infrastrutturali e di trasporto per rafforzare la competitività mediterranea a livello europeo ed internazionale, ma anche da facilitatori del processo di interrelazione e scambio e rafforzativi del posizionamento italiano nell'area Med. Possibile risultato potrebbe essere, ad esempio, una cooperazione diretta tra le città, secondo il sistema dei rapporti *City-to-City* per il recupero e la fruizione di luoghi fisici.

Con l'obiettivo condiviso di:

⇒ creare una rete di conoscenze e di trasferimento delle ricerche e delle tecnologie sviluppate dalle Università e dai Centri di ricerca sui temi specifici dei progetti

⇒ promuovere l'interscambio delle tecnologie implementate dalle imprese italiane appartenenti ai rispettivi settori e dalle imprese dei Paesi target

⇒ individuare i vantaggi competitivi dei diversi sistemi imprenditoriali su cui impostare una comune strategia di intelligenza di mercato

⇒ mettere in rete le imprese e loro associazioni, con il supporto delle Camere di Commercio italiane, italiane all'estero e dei Paesi target; le Università e i Centri di ricerca su comuni progetti di ricerca, sperimentazione, trasferimento tecnologico alle imprese, che possano riscontrare anche la mobilità di ricercatori; le istituzioni ai vari livelli per attivare relazioni su progettualità e programmazione.

Sarà attenzionata la integrazione produttiva, in campo agricolo ma anche a quello manifatturiero e dei servizi, tenendo conto delle complementarità presenti nell'intera regione Euro-Mediterranea ma anche la promozione di uno spazio comune di formazione di terzo livello e di ricerca che serva da premessa alla realizzazione di un mercato del lavoro integrato Euro-Mediterraneo: la *Mediterranean Business School*.

La school che la Camera di Commercio di Reggio Calabria programma di istituire, dopo la conclusione sperimentale de "Corso di alta formazione sui temi dell'internazionalizzazione di impresa" si connoterà per:

LA MISSION DELLA SCUOLA

Privilegia il Mediterraneo come area della internazionalizzazione delle imprese delle regioni calabresi, meridionali, italiane.

Nella prospettiva di medio periodo la Scuola si candida a diventare una istituzione al servizio anche dei Paesi della sponda sud. La funzione della Scuola è collegata a due ordini di interessi da promuovere:

- gli interessi delle imprese della sponda nord, le quali devono essere messe nelle condizioni di saper cogliere appieno le opportunità legate ai mercati africani implementando le loro strategie di internazionalizzazione;
- sull'altro fronte, gli interessi delle imprese della sponda sud del Mediterraneo alle quali può risultare molto utile acquisire un patrimonio conoscitivo approfondito e qualificato, arricchire il loro sistema di competenze e relazioni per entrare ed operare nel miglior modo possibile nei mercati europei.

La combinazione di questi reciproci interessi trova un'ulteriore possibilità nell'iniziativa della Scuola che punta, partendo dalla armonizzazione degli antagonismi, a far crescere la competitività complessiva di filiere comuni, della sponda sud e nord, tanto in ambito europeo che internazionale.

La Scuola Euro-Mediterranea non sarà un'accademia ma un laboratorio a supporto della proiezione internazionale delle imprese e dei territori, anzitutto calabresi e dell'area metropolitana dello Stretto, ma più in generale meridionali e quindi mediterranei. Tale funzione è svolta attraverso la organizzazione di una *piattaforma collaborativa*:

⇒ per affrontare al meglio la sfida della competizione globale, favorendo l'inserimento delle imprese nel contesto dei mercati internazionali, mediante una adeguata organizzazione dei processi produttivi, delle strategie commerciali, delle scelte di investimento;

⇒ per contribuire alla realizzazione dell'Unione per il Mediterraneo, con la costituzione di un *Distretto Mediterraneo* inteso come un sistema integrato di accordi istituzionali e di relazioni tra filiere di imprese italiane e dei Paesi Terzi dell'area, capace di generare risultati identificabili e misurabili in termini di penetrazione/valorizzazione dei prodotti del "*Made in Med*" sui mercati esteri.

I DESTINATARI

- Neolaureati: percorso di specializzazione e/o formazione per promuovere il lavoro autonomo
- Professionisti: specializzazione ed aggiornamento
- Imprese: formazione e potenziamento delle competenze tecniche e manageriali
- Personale delle imprese: formazione di figure chiavi aziendali e di professionalità specifiche nell'ambito dei progetti di penetrazione commerciale
- le istituzioni pubbliche, laddove hanno competenze per le politiche di internazionalizzazione.

METODOLOGIA

La Scuola opererà sulla base di un approccio sistemico all'internazionalizzazione che consenta di promuovere la crescita di una cultura manageriale e imprenditoriale adeguata allo scopo, di applicare un orientamento finalizzato alla progettazione (anche mediante la sperimentazione pratica di soluzioni concrete), di svolgere un'attività formativa anche "personalizzata" ed organizzata sulle esigenze specifiche, puntando a qualificare le competenze delle risorse

umane essenziali alla crescita della competitività aziendale; tutto in stretta sinergia con le imprese e con una continua verifica diretta delle loro specifiche esigenze.

Le attività di progettazione, consulenza ed assistenza, i viaggi di studio, la partecipazione a workshop di lavoro all'estero, business matching, discussioni, esercitazioni e analisi di casi di studio, lavori di gruppo, approfondimento delle testimonianze aziendali dirette; tutto ciò contribuisce all'arricchimento e fa parte integrante dell'offerta formativa della Scuola.

TIPOLOGIA E QUALITÀ DELL'OFFERTA FORMATIVA

In relazione alla suddetta piattaforma collaborativa, che rappresenta l'asse strategico della proposta, ed all'approccio metodologico, in termini specifici la Scuola proporrà un'offerta formativa articolata in due ambiti principali:

☐ formazione specialistica per laureati, per trasferire conoscenze relative a modelli, tecniche e strumenti di organizzazione e gestione aziendale in un contesto internazionale;

☐ formazione inter-aziendale, per sviluppare competenze manageriali in grado di accrescere negli imprenditori e manager la capacità di lettura e l'analisi dei mercati, per conseguenti, efficaci strategia d'intervento.

In particolare, le seguenti attività formative:

▪ Creazione, sviluppo e aggiornamento di capacità professionali, manageriali ed imprenditoriali, atte a favorire l'inserimento delle aziende nel contesto internazionali (figure professionali-chiave per le nuove forme di competitività nelle aree: gestione, organizzazione dei processi produttivi, distribuzione, marketing)

▪ Aggiornamento delle competenze in relazione sia al grado di internazionalizzazione raggiunto dalle imprese, sia agli specifici mercati di riferimento.

L'alto livello della formazione specialistica in materia di internazionalizzazione delle attività imprenditive è assicurato dalle sinergie fra le diverse componenti a cui fa riferimento - università, imprese, istituzioni, sia pubbliche che private - ma anche dal radicamento della Scuola in un territorio già orientato alla mission. Per questo motivo, l'insegnamento è volto non solo con docenti provenienti dal mondo accademico, ma anche dalle professioni e dalla consulenza che opera a servizio delle imprese.

Di grande importanza anche la valorizzazione dei risultati conseguiti con iniziative di particolare rilievo, quali:

▪ gli scambi culturali, promossi in particolare dalla Università per stranieri D.Alighieri, la cui azione pluriennale formativa, non solo attraverso la Facoltà di "Scienze della Società e della Formazione d'Area Mediterranea", si è rilevata un fattore strategico di crescita delle relazioni culturali con i Paesi del Sud del Mediterraneo e del Medio Oriente.

▪ la cooperazione universitaria nelle attività di studio e ricerca, promosse in particolare dalla Università Mediterranea di Reggio Calabria, grazie anche alla sua partecipazione all'Unione delle Università del Mediterraneo.

▪ gli scambi di dati ed informazioni, con particolare riferimento alle attività di collaborazione avviate con i Paesi che appartengono alla Camera di Commercio Italo-Araba.

▪ la partecipazione a progetti sullo sviluppo del Mediterraneo, nei quali la Scuola è inserita in qualità di partner.

▪ la rete dei partenariati in cui è inserita la Scuola, dal momento che essendo essa una emanazione della Camera di Commercio di Reggio Calabria, può avvalersi delle situazioni di eccellenza presenti nel sistema camerale italiano ed europeo, a cominciare dagli istituti ed aziende speciali italiane che fanno parte della rete iniziale: gli istituti Tagliacarne ed Ifoa, l'Azienda speciale Promos.

L'offerta formativa della Scuola verrà arricchita ed integrata dai seguenti specifici servizi ed attività:

▪ Progettazione - servizi finalizzati a: check up aziendale, individuazione del target di mercato inclusa la organizzazione di un sistema informativo adeguato alla conoscenza del Paese di riferimento, identificazione del/dei partner, realizzazione di business idea, attività di aggiornamento finalizzate al miglioramento delle tecniche recruiting.

▪ Business incubation - organizzazione di iniziative di sostegno alle attività di business dell'impresa, incluso il supporto all'inserimento nelle filiere e reti produttive-commerciali.

▪ Consulenza/Assistenza - servizi personalizzati su richiesta degli operatori

IL NETWORK DELLA SCUOLA

Il network della Scuola rappresenta un grande patrimonio di conoscenze, competenze, professionalità, relazioni, intese, che fanno riferimento a:

a) il sistema camerale calabrese e siciliano, le Camere di Commercio calabresi Italiane e Camere italiane all'estero; b) Istituti e Aziende specializzate quali Istituto Tagliacarne, IFOA, Promos e tramite questa l'EuroMediterranean School - Scuola EuroMediterranea; c) Università quali: Università Dante Alighieri, Università Mediterranea di Reggio Calabria, Universitas Mercatorum, Università italiane ed estere; d) Istituzioni pubbliche quali: Ambasciate e Consolati; e) Associazioni imprenditoriali, italiane ed estere.

Per la sua composizione e natura, il network della Scuola Euromediterranea potrà esprimere un'alta capacità di interfacciarsi e dialogare con le controparti estere, in particolare anche per garantire:

- l'apertura delle opportunità alle imprese in uno scenario internazionale (ed in particolare quello mediterraneo) che sta diventando progressivamente più selettivo;
- l'accredito presso le autorità estere per supportare e orientare le scelte in materia di: relazioni commerciali, investimenti, localizzazione delle attività produttive.

Nella prospettiva della istituenda Mediterranean Business School, una prima collaborazione tra la Camera di Commercio di Reggio Calabria, l'Azienda Speciale Promos e la Scuola Euromediterranea (EMS) di Milano favorirà nel corso del 2011 il coinvolgimento della Camera di Reggio e per essa del sistema camerale calabrese nella fase "Business education and networking" del corso 2010/2011 della EMS destinato a 25 giovani manager dei Paesi che si affacciano sulle diverse sponde del Mediterraneo per offrire loro l'opportunità di alimentare le competenze imprenditoriali e manageriali necessarie per avviare o sviluppare un'attività imprenditoriale di profilo internazionale che coinvolga più mercati del Bacino del Mediterraneo.

Il programma Mediterraneo comprende le seguenti altre azioni:

📁 *Il "Progetto SIAFT 2"* nell'ambito del più ampio progetto di Unioncamere "Progetto MED IN ITALY : Promozione del sistema delle imprese in un'area strategica per il sistema Italia" Seconda edizione del progetto SIAFT (South Italy tourism & food), di cui Reggio è partner e la Camera di Commercio di Matera è capofila. Il progetto prevede una seconda edizione dell'incoming mission ed altri eventi promozionali per il sistema produttivo agroalimentare meridionale, attraverso l'organizzazione di incontri d'affari con buyers e giornalisti del mercato esteri di riferimento, ivi compresi Turchia, Tunisia ed Egitto.

📁 *MEDPORTS*: un progetto della Camera di Commercio di Cagliari, cofinanziato dall'Unione Europea attraverso il programma INVEST IN MED che mira ad accrescere il volume e la qualità degli investimenti e del commercio euro-mediterraneo e a contribuire allo sviluppo sostenibile della regione. In questo scenario, MEDPORTS intende contribuire al miglioramento dei servizi avanzati di logistica portuale dei paesi Europei e del Sud del Mediterraneo con l'obiettivo di sviluppare nel Bacino del Mediterraneo un sistema di trasporto integrato.

Il target dell'iniziativa è costituito da PMI e altre organizzazioni operanti nel settore della logistica e dei trasporti portuali ma, a beneficiare dell'iniziativa sarà l'intero sistema di gestione portuale delle aree coinvolte dal progetto (Tangier - Marocco, Tunisi-Radès - Tunisia, Port Said - Egitto, Cagliari).

Attraverso l'adesione a questo progetto si intende coinvolgere nell'action plan anche il porto di Gioia Tauro.

📁 *Il salone mediterraneo dell'orientamento* per:

📁 comunicare e far conoscere, e quindi orientare, sui i fabbisogni professionali del mercato del lavoro (il che significa fabbisogni delle imprese), della formazione scolastica, universitaria, professionale, manageriale ed imprenditoriale.

📁 comunicare e far conoscere quanto valga il diploma o la laurea, il cui percorso si intende intraprendere, rispetto ai fabbisogni professionali e alle tendenze del mercato della domanda di lavoro.

📁 Offrire un momento di riflessione ed uno spazio che promuova:

- il raccordo tra famiglie e scuola, imprese ed università
- l'incontro tra i giovani, il mondo della formazione, delle professioni e delle imprese

📁 Offrire un momento di riflessione ed uno spazio :

- che aiuti a decodificare, attraverso i rapporti interpersonali, le informazioni di ogni sorta che quotidianamente l'odierna realtà sociale - così fortemente mediatica - offre ma in vortice frenetico a cui sempre quotidianamente ognuno, (soprattutto i giovani) è coinvolto;.

Offrire un momento di sosta per riflettere su se stesso e progettare in maniera più consapevole il proprio futuro.

▪ per far conoscere, incontrarsi e confrontarsi su percorsi e modelli di apprendimento in alternanza scuola-lavoro, tirocini formativi e di orientamento in azienda, ma anche su metodologie alternative (già proficuamente sperimentate da diverse scuole di Lamezia) come l' "Impresa Formativa Simulata", i laboratori, le esercitazioni pratiche, i moduli di orientamento ed introduzione alla "cultura del lavoro e dell'impresa". Il tema di fondo del salone non sarà parlare del lavoro che non c'è (per celebrare ancora una volta il dramma della disoccupazione) ma nemmeno del lavoro che vogliamo (per parlare di sottoccupazione, aspirazioni a valorizzare il proprio titolo di studio, ecc.). Il tema del salone dell'orientamento sarà il mercato del lavoro, e quindi non il lavoro che non c'è, né il lavoro che vogliamo ma il lavoro che ci aspetta.

Il salone si connota "mediterraneo", in coerenza con il dibattito del sistema camerale nazionale sulla mobilità transnazionale e con la strategia e gli obiettivi del Processo di Barcellona, nel 1995, con cui si è aperta – come già richiamato - una fase nuova nei rapporti tra Paesi dell'Unione Europea e Paesi che si affacciano sul Mediterraneo Sud-Orientale, investire sul capitale umano è la prima condizione per costruire rapporti duraturi di carattere culturale, politico ed economico, oltre che per facilitare tutte le forme di partenariato commerciale e imprenditoriale che sostanziano le strategie a breve e medio termine dei vari attori istituzionali pubblici e privati.

Una qualificazione per promuovere confronto e collaborazione tra le istituzioni scolastiche ed universitarie delle due sponde, per fare incontrare scuole e studenti dei diversi Paesi, per favorire stage e tirocini in una logica di interscambio tra i vario Paesi, nel più ampio programma della Camera di creare opportunità di stage e tirocinio anche in contesti internazionali.

Ne conseguono obiettivi operativi/azioni/risultati attesi nel 2011

Obiettivi operativi	Azioni	Risultati attesi ed indicatori (2011)
III.3.2.1 La Camera laboratorio di internazionalizzazione	<p>III.3.2.1.1 Potenziare i servizi informativi e di formazione alle imprese sulle tematiche dell'internazionalizzazione</p> <p>III.3.2.1.2 Per conoscere e monitorare le imprese internazionalizzate, il grado/target dell'internazionalizzazione</p> <p>III.3.2.1.3 Per un percorso di internazionalizzazione che supporti la realizzazione di progetti e favorisca l'inserimento lavorativo di laureati</p>	<p>-Realizzazione di un ciclo di N.2 seminari sulle tematiche dell'internazionalizzazione con la partecipazione di almeno 20 imprese</p> <p>-Erogazione di servizi di informazione/assistenza diretta ad almeno 20 imprese ed indiretta ad almeno 100 imprese</p> <p>-Progettazione e avvio di una mappatura delle imprese, base di una banca dati delle imprese internazionalizzate.</p> <p>-Progettazione dell'Osservatorio sull'internazionalizzazione</p> <p>-Avvio di progetti di internazionalizzazione di 3/5 imprese che coinvolgano altrettanti laureati (export promoter) affiancati da esperti senior</p> <p>-Formazione tematica sulle problematiche relative all'internazionalizzazione in uno scenario post crisi: n.2 incontri che coinvolgano almeno 15 imprese cadauno e prevedano anche un colloquio personalizzato su quesiti aziendali</p> <p>-Bando per incentivare l'apprendimento di lingue estere da parte degli imprenditori e quadri aziendali .</p>
III.3.2.2 Collaborazioni e partenariati per sostenere percorsi strutturati di internazionalizzazione	III.3.2.2.1 Accompagnare le imprese su mercati esteri attraverso: incontri d'affari (incoming) e iniziative di promozione dei prodotti agroalimentari sui mercati esteri (collaborazioni con circuiti della distribuzione e ristorazione), in collaborazione con la rete camerale e nell'ambito delle iniziative di sistema (progetto F.P. 2007 – 2008)	<p>-partecipazione di almeno 25 imprese alle iniziative previste (progetto SIAFT, progetto di promozione in Svizzera- Francia-Germania, missioni di sistema Unioncamere)</p> <p>-attivazione di accordi di collaborazione con almeno 1 Camera di Commercio italiana all'estero</p>
III.3.2.3 Programma Mediterraneo	III.3.2.3.1 Progetti da realizzare, nell'ambito delle iniziative di sistema MED in Italy : 1. "Costruire sostenibile nel Mediterraneo", 2. "Med in Med 2" sul settore agroalimentare 3. Medclusters" sul settore logistica,	<p>-Realizzazione dei progetti nei termini previsti secondo il cono programma concordato con Unioncamere che preveda il coinvolgimento di almeno 25 imprese locali dei settori edilizia ed housing, agroalimentare e logistica ai 3 progetti.</p>

	<p>III.3.2.3.2. Istituzione della Mediterranean Business School</p> <p>III.3.2.3.3. Realizzazione di un corso di commercio estero per neolaureati</p> <p>III.3.2.3.4 Azioni del partenariato oggetto del protocollo di intesa sottoscritto il tra le Camere di Commercio di Reggio Calabria, Genova e Milano</p>	<p>-Definizione del "business plan" e realizzazione del partenariato</p> <p>-Realizzazione di un partenariato interregionale e ultimazione della formazione d'aula del corso che preveda la partecipazione di n. 15 laureati.</p> <p>- - Realizzazione di una settimana di incontri con istituzioni ed aziende per i 20 allievi della Scuola Euro Mediterranea di Milano: iniziativa di Promos ,Azienda Speciale della Camera di Commercio di Milano.</p>
--	--	---

Tutto ciò che ha valore nella società umana dipende dalle opportunità di progredire che vengono accordate ad ogni individuo.

A. Einstein



III 3.3 SOSTENERE LE IMPRESE NEL REPERIMENTO DEI CAPITALI E NELL'ACCESSO AL CREDITO

Declinato dalla funzione demandata alle Camere di Commercio dall'art.2 co.2 lett.c) della legge n.580/1993 riformata dal d.lgs. n.23/2010") *promozione del territorio e delle economie locali al fine di accrescerne la competitività, favorendo l'accesso al credito per le PMI anche attraverso il supporto ai consorzi fidi; e dai principi dello Small Business Act - VI agevolare l'accesso delle PMI al credito, in particolare ai capitali di rischio, al microcredito e al finanziamento mezzanino e sviluppare un contesto giuridico ed economico che favorisca la puntualità dei pagamenti nelle transazioni commerciali.*

Esclusione finanziaria:

per definizione della Commissione Europea si intende la difficoltà che alcune persone incontrano nell'accesso o nell'uso dei servizi e dei prodotti finanziari largamente diffusi, ritenuti necessari per condurre le normali attività quotidiane nelle società a cui appartengono.

Un fenomeno che si accompagna e rafforza quello dell'esclusione sociale.

Infatti, se è vero, come afferma Amartya Sen⁷⁴, che sono poveri «coloro che non hanno accesso alle risorse e ai servizi indispensabili a partecipare alla vita sociale nella società a cui appartengono», allora l'esclusione finanziaria può essere considerata come una nuova forma di povertà. Tanto più che, dai dati a disposizione, sembra essere legata a particolari condizioni anagrafiche e di status proprie dei gruppi più vulnerabili.

Ad oggi in Italia ancora non esiste uno studio approfondito sull'esclusione finanziaria, che possa fornire insieme l'identikit dell'escluso e risposte più precise sugli aspetti qualitativi del fenomeno. Eppure, secondo studi recenti (EC, *Financial Services Provision and Prevention of Financial Exclusion*, 2008), in Italia il 16% della popolazione è esclusa dai principali servizi

⁷⁴ Amartya Kumar Sen (Santiniketan, 3 novembre 1933), economista indiano Premio Nobel per l'economia nel 1998, *Lamont University Professor* presso la Harvard University

finanziari. In Calabria e in provincia di Reggio Calabria la percentuale si eleva significativamente, anche se ad una stima non corrisponde un dato scientificamente acquisito.

La crisi finanziaria ha dispiegato i suoi molteplici effetti sull'economia reale creando per le imprese due criticità fondamentali:

1. La riduzione dei ricavi e dei margini;
2. La difficoltà di accesso al credito bancario

Una situazione più preoccupante se consideriamo lo stato delle microimprese e che l'esclusione finanziaria è fortemente correlata al sovraindebitamento: più si è esclusi dai servizi finanziari dominanti, più si è disposti a sopportare condizioni onerose. La triplice coincidenza, di esclusione finanziaria, sovraindebitamento, e scarso livello di alfabetizzazione finanziaria è, purtroppo, molto evidente.

I dati dell'Osservatorio Economico Provinciale mostrano come il livello dei depositi bancari complessivamente detenuti sia passato dai 2,6 miliardi di euro del 2008 ai 2,9 del 2009, cui corrisponde un incremento percentuale del +12%, il più alto, escludendo Catanzaro, fra le province calabresi, anche se inferiore rispetto alla variazione media nazionale (+13,7%); mentre l'ammontare degli impieghi che il sistema creditizio eroga a sostegno dell'economia locale è cresciuto soltanto del +2,6% rispetto al 2008.

Nell'ultimo anno l'attenzione delle banche è stata rivolta soprattutto al credito al consumo (1 miliardo seicento mila euro circa, +7,6% tra il 2008 ed il 2009), mentre si è fatta sentire la stretta nei confronti delle imprese (1 miliardo cinquecento mila euro circa) pari a -1,6%.

Nella provincia è comunque in atto un processo di contrazione del livello del rischio bancario, destinato a migliorare il rapporto banche-imprese.

Rispetto al 2004, rilevante è la diminuzione delle sofferenze bancarie (-41,7%), di segno opposto rispetto al dato nazionale (+2,4%); un fenomeno confermato dal rapporto sofferenze/impieghi, che evidenzia un trend costantemente in diminuzione. Nel terzo trimestre del 2009, la provincia di Reggio Calabria registra un indicatore pari al 7,54%, tuttavia ancora distante dal dato medio nazionale del 3,42%.

Il tasso di decadimento per cassa⁷⁵, che esprime la solvibilità media di coloro che hanno contratto debiti con le banche ed impiegato per valutare la rischiosità per le banche di concedere prestiti alla clientela di un determinato territorio, ha invertito la tendenza verso la riduzione degli anni 2006 e 2007, riportandosi ai livelli del 2000, anche se nella posizione di tutte le regioni meridionali.

Tasso di decadimento dei finanziamenti per cassa del settore produttivo per regione

Anni 2000-2008 (a)

Basilicata	2,3	2,7	1,5	1,8	2,1	3,5	6,3	1,7	4,0
Calabria	2,8	3,4	2,9	2,3	2,7	2,8	2,4	2,0	2,8
Sicilia	2,2	1,7	1,4	1,7	1,8	1,7	1,9	1,4	2,4
Sardegna	4,7	3,2	1,8	1,9	1,6	1,4	1,9	1,6	2,3
Nord-ovest	1,1	1,2	1,2	1,3	1,4	1,1	1,0	0,8	1,2
Nord-est	1,1	0,9	1,1	3,2	1,2	1,1	1,1	1,1	1,5
Centro	3,0	2,0	2,0	1,9	1,5	1,2	1,4	1,5	2,1
Centro-Nord	1,5	1,3	1,4	2,0	1,3	1,2	1,1	1,1	1,5
Mezzogiorno	2,9	2,9	2,5	2,7	2,0	1,8	2,0	1,8	2,2
Italia	1,7	1,5	1,5	2,1	1,4	1,2	1,2	1,2	1,8

Fonte Istat

⁷⁵ Il tasso di decadimento per cassa è calcolato come rapporto percentuale tra il flusso di sofferenze rettifiche, cioè i finanziamenti, concessi dalle banche, in stato di insolvenza o difficili da recuperare, e gli impieghi vivi, cioè lo stock complessivo di finanziamenti che le banche concedono ai propri clienti, al netto delle sofferenze rettifiche.



Elevati restano i tassi di interesse: in Italia nel 2008 i tassi di interesse medi sui finanziamenti per cassa del settore produttivo, in funzione della durata, sono pari a 6,5 (7,1% Mezzogiorno, 7,6% Calabria) per i finanziamenti fino a un anno; 5,3 (6,2% Mezzogiorno, 6,6% Calabria); per quelli superiori all'anno e non superiori ai cinque; 5,6 (5,8% Mezzogiorno, 5,5% Calabria) per i finanziamenti di più lunga durata (superiori a 5 anni).

Secondo i dati Banca d'Italia, i tassi di interesse a breve termine praticati ai residenti in Calabria si sono attestati a giugno 2010 al 6,9 per cento (7,1 per cento a dicembre 2009), circa 2 punti percentuali in più rispetto alla media nazionale. Nel secondo trimestre del 2010 il tasso annuo effettivo globale (TAEG) sui nuovi prestiti a medio e a lungo termine si è attestato al 3,5 per cento, un valore in linea con quello di dicembre 2009 e

superiore di circa un punto percentuale a quello registrato a livello nazionale. Prosegue, invece, la diminuzione del tasso d'interesse a medio e a lungo termine riguardante i prestiti alle famiglie consumatrici per l'acquisto di abitazioni, attestatosi a giugno 2010 al 2,8 per cento (3,4 per cento a dicembre 2009).

In provincia di Reggio Calabria la situazione peggiora: il tasso di interesse raggiunge l'8,5% per le famiglie e l'8,6% per le imprese.

Tutto ciò comporta minori utili per le imprese, minori redditi per le famiglie e dunque meno investimenti, meno crescita e meno occupazione. Insomma, la competitività e la ripresa economica sono bloccate dal fardello di un elevato costo del denaro e, nel momento in cui si comincia ad intravedere l'uscita dal tunnel della crisi, l'unica regione dove non vi è alcuno sforzo del sistema creditizio a favore dell'economia è proprio la Calabria, probabilmente l'area del Paese dove sarebbe necessario ed utile fare l'esatto contrario. Permane dunque una situazione che ha il sapore del paradosso.

Nel panorama bancario italiano, la Calabria ha sempre subito il trattamento peggiore in termini di tassi e condizioni ed oggi, complice la difficile congiuntura nazionale ed internazionale, il credit crunch, ("scricchiolio del credito"), le si accanisce contro ancora di più, essendo quella calabrese l'economia più debole, in ritardo e non strategica per lo sviluppo del Paese. Ancora una volta, le banche stanno facendo pagare alle imprese ed alle famiglie gli errori che esse stesse hanno compiuto e siccome piove sempre sul bagnato, la Calabria sta pagando il costo più alto di tutti⁷⁶.

Una recente analisi suggerisce che la presenza della criminalità organizzata ha un effetto avverso sulle condizioni di offerta del credito alle imprese. Controllando per un numero elevato di variabili di impresa e mercato e includendo effetti fissi di banca, risulta che l'intensità di reati aumenta il costo del credito a breve termine. La presenza della criminalità si associa anche ad un aumento della frequenza con cui le banche richiedono garanzie reali, ad una maggiore quota di credito in forma di prestiti in conto corrente e ad un minor ricorso ai prestiti autoliquidanti. I risultati dipendono dal sottoinsieme di reati connessi con la criminalità organizzata e in misura minore dalla diffusione di comportamenti fraudolenti. L'analisi suggerisce che la criminalità abbia non solo effetti negativi sull'attività economica in generale ma anche ripercussioni attraverso un peggioramento delle condizioni di accesso al credito.

Eppure l'impegno del sistema bancario a supportare le dinamiche economiche ed i processi di sviluppo è una questione di assoluto rilievo: senza credito le imprese sono costrette a ridimensionare i piani di investimento e le famiglie comprimono i propri programmi di consumo, prolungando e amplificando l'effetto negativo sull'attività produttiva e sull'occupazione.

La situazione però permane sostanzialmente critica anche nel corso dell'anno pur in presenza di un debole segnale di allentamento della stretta creditizia.

Sono sempre più numerose le imprese che nel corso del 1° semestre 2010 non riescono a far fronte al proprio fabbisogno finanziario. Dall'osservazione dei dati sugli impieghi, per classe di

⁷⁶ Da QuiEconomia-Calabria "Calabria, niente credito così muoiono le imprese", lunedì 14 dicembre 2009

affidati, si rileva, infatti, come la provincia di Reggio Calabria presenti una segmentazione per clientela prevalentemente rivolta alle famiglie consumatrici (che assorbono il 45,6% degli impieghi), seguite dalle imprese di medio-grande dimensione (34,7%) (società e quasi società non finanziarie), mentre modesta risulta l'incidenza percentuale delle famiglie produttrici⁷⁷ (12,3%) e del segmento altri settori (7,3%).

Anche se in un orizzonte temporale di medio periodo inerente gli anni 2004-2010, per gli impieghi bancari medi destinati alle imprese si registra una decisa dinamica di crescita che, mostra una favorevole variazione di entità pari al +32,4% (Calabria: +34,1%; Italia: +35,1%).

Diminuisce la domanda di credito (poco meno di 1/4 delle imprese ha chiesto un fido mentre erano oltre il 27% tra la fine del 2008 ed il 1° semestre 2009) e aumentano le imprese che hanno visto accogliere la propria domanda con un ammontare inferiore o la cui richiesta non è stata accolta per niente (oltre il 16% rispetto al 13%).

Senza trascurare il grave *handicap* dei lunghissimi termini di incasso dei crediti che dilatano in misura eccessiva la durata del circuito finanziario accrescendo così il complessivo fabbisogno di risorse.

Le cause alla base di questo fenomeno risiedono principalmente nello sbilanciato potere contrattuale che caratterizza le parti del rapporto commerciale, e nel vincolo di bilancio pubblico che causa un fortissimo differimento dei pagamenti, che non dà certezza neppure del momento in cui questo avverrà.

L'eccessiva dilazione dei pagamenti penalizza la liquidità delle micro e piccole imprese provocando conseguenti incagli significativi e onerosi. Questa dilazione e la difficoltà all'accesso al credito rappresentano il cuore della sfida che le micro e le piccole imprese si trovano a fronteggiare nell'attuale contesto di mercato appesantito dagli effetti reali della crisi finanziaria⁷⁸.

In tale contesto, vigendo Basilea 2 funzionale a migliorare l'efficienza del patrimonio degli intermediari creditizi senza aver avviato contestualmente un vero dibattito sulla domanda espressa dal mercato né generato un nuovo rapporto con il mondo delle imprese che configurasse il ruolo delle banche non distributrici di denaro ma veri intermediari finanziari, "Basilea 3", in quanto soglia di tutela e di vigilanza per scongiurare altre crisi finanziarie, rappresenterà un rischio concreto che possa rendere più oneroso l'accesso al credito per le Pmi e l'impresa diffusa.

Gli effetti di questo nuovo accordo sul sistema produttivo, i cui effetti decorreranno dall'anno 2013, potranno risultare diversificati. Le imprese più indebitate verso il sistema bancario potrebbero subire maggiormente le conseguenze di un irrigidimento delle politiche creditizie. Inoltre, ma si tratta forse del fattore più significativo, va considerato che quel buon numero di banche italiane di medie e piccole dimensioni caratterizzato da livelli di patrimonio superiori a quelli richiesti dalle nuove regole. Potrà essere proprio il dinamismo di queste banche, per lo più radicate sul territorio, che potrà sostenere il necessario flusso di credito all'economia locale, a motivo della loro spiccata capacità di incorporare nel processo creditizio le informazioni qualitative sul merito di credito della clientela.

Risulta pertanto di assoluta importanza una dotazione territoriale di servizi di assistenza e servizi di consulenza specifici per le imprese di dimensioni minori.

Il programma della Camera continuerà ad essere un concreto contributo a dare risposta a queste domande:

☞ Come migliorare la disponibilità di finanziamenti (provvedimenti fiscali, cooperazione tra settore pubblico e privato, bilanci più sani, garanzie) e quali alternative promuovere ai prestiti bancari?

☞ Come sostenere gli imprenditori nell'ottenere finanziamenti esterni?

☞ Come supportare le imprese ad aggredire la causa del problema della scarsità di risorse finanziarie che in dipendenza dell'eccessiva dilazione dei pagamenti e dai privati e dalla PA ne depotenzia la liquidità?

⁷⁷ Nel settore delle *Famiglie produttrici*, sono classificate le società semplici e le imprese individuali che occupano fino a 5 dipendenti operanti nel settore non finanziario, nonché le unità produttrici di servizi ausiliari dell'intermediazione finanziaria senza addetti dipendenti

⁷⁸ M.Comana e D. Previtali, LUISS – Guido Carli. "Il credito e la finanza della microimpresa: punti di criticità e proposte di miglioramento"

Direttrici operative

Secondo il modello del Mediateur du credit lanciato in Francia dal Governo Sarkozy, indicato da Unioncamere per il sistema camerale italiano, la Camera si candida a svolgere la funzione di soggetto "facilitatore e garante" dell'utilizzo da parte delle imprese locali degli strumenti di accesso al credito.

Il percorso

☞ *La variabile finanziaria, leva strategica per lo sviluppo*

Come già richiamato (1.2.3.5 La gestione della funzione finanziaria nella micro e piccola impresa), le imprese reggine, come quelle calabresi ed in generale meridionali, sono caratterizzate da una debole struttura finanziaria con modesta capitalizzazione ed elevato ricorso all'indebitamento. La struttura finanziaria delle imprese si caratterizza infatti per:

- basso livello di redditività degli investimenti largamente inferiore alla media nazionale e, soprattutto, molto ridotta in relazione ai tassi dell'interesse pagati sull'indebitamento ordinario a breve;
- elevato livello di *leverage* o rapporto di indebitamento(= un indice utilizzato in ambito finanziario per misurare il rapporto di indebitamento debiti finanziari/capitale investito) che segnala un consistente ricorso all'indebitamento;
- ridotto livello di capitalizzazione, che influenza anche scelte strategiche ed impegni;
- livelli di fatturato relativamente modesti se comparati alla dotazione di capitale fisso e un elevato livello di scorte.

Dal punto di vista organizzativo sono strutturate secondo forme elementari in cui mancano sistemi informativi e di controllo formali e la funzione finanziaria, quando esiste in maniera formale, è quella che spesso soffre maggiori restrizioni

Questo significa promuovere cultura finanziaria e migliorare il rapporto banche imprese per superare quel gap informativo che ostacola quella sinapsi virtuosa per cogliere il vantaggio competitivo delle relazioni tra sistema del credito e sistema imprenditoriale:

- ☞ Monitoraggio continuo del mercato della domanda e dell'offerta e favorire iniziative che migliorino il rapporto banca-impresa attraverso l'Osservatorio del credito.
- ☞ Sviluppo di una vera copartnership tra banca ed impresa (abbandonando il tradizionale modello della frammentazione degli affidamenti su più istituti). In quest'ambito sarà necessario un rapporto di maggiore trasparenza e fiducia dell'imprenditore con la banca, attraverso una informativa più ampia e tecnicamente efficace e favorendo incontri operativi informativi - formativi tra personale bancario, imprenditori e loro associazioni. Non solo per favorire un nuovo rapporto tra impresa e sistemi finanziari della nuova generazione, ma soprattutto a convertire l'azione di promozione proprio sui servizi di finanziamento delle imprese, fino ad arrivare a forme di promozione dei mercati informali dei capitali favorendo l'incontro tra domanda e offerta di finanziamento
- ☞ Attrezzare le imprese sul rating che Basilea 2, imponendo alle banche un risk management più rigido, ha reso indispensabile per accedere a prestiti: dai check up finanziari, agli strumenti di scoring che favoriscano l'autodiagnosi e l'autovalutazione che preparino ad un processo di rating e misurano lo "stato di salute" economico dell'azienda, al rating vero e proprio.
- ☞ In tale ambito di azioni la Camera si candiderà perché sul territorio provinciale venga sperimentato il Protocollo d'intesa tra ABI, Commercialisti e Unioncamere, sottoscritto il 22 ottobre 2010 per migliorare la relazione banca-impresa e la capacità di credito delle piccole e microimprese, attraverso il miglioramento della qualità dell'informazione finanziaria sulle imprese messa a disposizione delle banche promuovendo nel contempo la piena valorizzazione di tutti i dati economici e patrimoniali dell'impresa e la trasparenza dei comportamenti economici

☞ *L'accesso al credito: il microcredito*

Il peso eccessivo del debito su consumatori, famiglie e imprese individuali è un rischio crescente, anche se ancora non è stato raggiunto il livello di guardia. Proprio per questo è importante disporre di efficaci strategie di salvaguardia e recupero, che evitino dinamiche economiche e sociali potenzialmente devastanti.

Eppure se si condivide il principio dello sviluppo economico, enunciato nel lontano 1912 dall'economista Schumpeter (Ministro dell'Economia del Governo Austriaco), gli imprenditori con la loro attività rendono possibile il profitto.

E' grazie a quest'ultimo⁷⁹ che possono essere pagati gli interessi alle banche, che hanno concesso il credito in forza del quale vengono messi a disposizione i capitali necessari a consentire, appunto, lo sviluppo.

Questo circolo virtuoso permette di realizzare una crescita economica speculare delle imprese e delle banche.

Risulta quindi indiscutibile che, attraverso una migliore diffusione del credito, si potrà ottenere un rafforzamento e consolidamento delle imprese le quali, a loro volta, saranno in grado di assicurare la crescita economica del territorio.

Indebitamento a breve, sottocapitalizzazione, prestazione di garanzie reali e altri vincoli finanziari ostacolano l'imprenditorialità e frenano la crescita dimensionale e lo sviluppo competitivo delle imprese locali. Senza dimenticare la sottoutilizzazione del patrimonio di risorse intellettuali della città, rappresentato dalla schiera di giovani laureati e diplomati, la cui transizione verso una posizione di autonomia professionale, economica e abitativa è resa difficoltosa e viene ritardata, più di quanto avvenga per le giovani generazioni di altre realtà del Paese, da un sistema creditizio esasperatamente garantista.

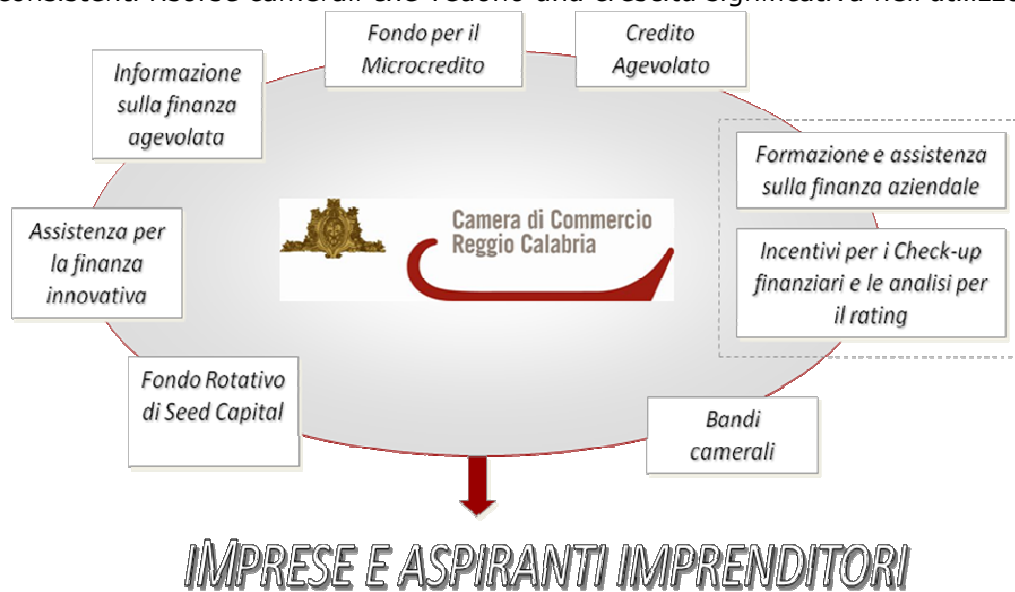
Così l'elevato costo del denaro, le difficoltà che si frappongono all'accesso al credito e la complessità della gestione del rimborso, riducono la capacità potenziale del sistema bancario locale di alimentare la crescita dell'economia tramite il volano degli impieghi.

Questo "fare"credito bancario, rigorosamente legato ai parametri di "Basilea 2", la non bancabilità dei "giovani" e dei tanti soggetti deboli della società come le microimprese, cui si offre come unica alternativa l'accesso ad un credito drogato se non addirittura dei circuiti deviati, motivano la Camera di Commercio ad un impegno sempre crescente perché in provincia venga avviata una politica che promuova un contesto favorevole allo sviluppo del credito funzionale alla crescita economica e sociale del territorio.

In questo scenario va ad innestarsi, in un regime di partnership (Camera/Banche /Confidi in regime convenzionale), l'intervento della Camera che, per la sua missione istituzionale di terzietà, può ed intende contestualizzare i principi e valori che valgano a maturare una diversa cultura del credito (di fare banca e di consumo delle risorse finanziarie) e comportamenti e strumenti innovativi nel suo utilizzo (erogazione ed accesso).

In continuità alle operazioni già compiute la Camera svilupperà un programma di interventi che sottolinei l'importanza del credito per lo sviluppo del territorio, qualunque siano i soggetti fruitori e che dedichi particolare interesse ai giovani e alla costituzione e crescita di micro imprese, mettendo in rete banche/confidi/imprese/aspiranti imprenditori.

L'obiettivo dell'azione camerale è far crescere il sistema delle imprese, anche attraverso un'attenta politica di incentivi e di sostegno all'accesso al credito verso cui sono state indirizzate consistenti risorse camerali che vedono una crescita significativa nell'utilizzo.



⁷⁹ Si sa, però, che non sempre il profitto rende possibile la copertura degli oneri finanziari. Di qui l'attenzione a valutare attentamente la capacità di restituzione del cliente al fine di evitare non solo il suo possibile precipitare nella spirale dell'usura, ma anche ad evitare un possibile *effetto leverage negativo*. A tal proposito si rammenta che all'interno degli Istituti della Finanza Etica si svolgono due distinte istruttorie, paritetiche: una sul merito di credito (classica) ed una sull'eticità del richiedente il prestito con una specifica documentazione VA.R.I. (Valori, Requisiti Indicatori).

Il programma della Camera si sviluppa attraverso due strumenti di accesso al credito:

■ Credito agevolato per quanto alle garanzie e ai tassi di interesse, quale risultato di una partnership Camera/banca/confidi che consente :

- di condividere un patrimonio informativo ai fini di una migliore valutazione delle imprese da parte delle banche;

- l'individuazione di plafond di linee di credito costruiti con attenzione ai problemi settoriali e di mercato delle imprese;

- erogazione del credito attraverso una maggiore attenzione agli obiettivi di business dell'impresa, riconoscendo valore oltre che al capitale economico, anche al capitale immateriale e relazionale dell'impresa stessa, e nonché alla introduzione di innovazione.

■ potenziamento dei servizi di informazione e assistenza sull'accesso alle opportunità offerte dall'Unione Europea e ai bandi comunitari, attraverso un monitoraggio e servizio informativo costante alle imprese con una particolare attenzione ai Fondi Strutturali 2007 – 2013, per il quali la Camera effettuerà una azione di sensibilizzazione e animazione territoriale.

Continuità del supporto alla fruizione di consulenze personalizzate per assistenza tecnica in fase di presentazione delle domande, elaborazione studi di fattibilità o progetti diretti ad iniziative cofinanziate dall'UE

■ Microcredito

Coinvolgimento di tutti gli addetti ai lavori per riflettere e confrontarsi sulle esperienze di microcredito che, con esito variabile, sono state sviluppate fino ad oggi, per valorizzare i successi ed apprendere dagli errori del passato per migliorare le modalità di intervento nel futuro. Nel contempo, l'intervento si deve caratterizzare quale spazio concreto per informare e coinvolgere i singoli imprenditori in un percorso di conoscenza e impegno nel costruire un diverso modo di fare finanza... "oltre l'assistenza..il diritto all'iniziativa economica".

Il programma continuerà le operazioni di microcredito (prestazione della garanzia e/o abbattimento di interessi) ma si qualificherà sempre più come microfinanza ovvero aggiunge alla prima un servizio di assistenza e consulenza professionale sulla finanza: a questa configurazione dovrebbe caratterizzarsi il microcredito per le imprese già operanti la cui criticità frequentemente è individuata proprio nell'assenza o cattiva gestione della finanza aziendale.

Questa seconda caratterizzazione avrà priorità perché l'intervento della Camera deve evolvere verso un intervento strutturale, possibilmente in partnership con altri enti, di istituzione sul territorio di un rete di tutor (che accompagnano il neo imprenditore a costruire e sviluppare il suo business) e di professionisti specializzati in consulenza sulla finanza aziendale (servizi di check, sviluppo di rating, assistenza nei rapporti con le banche per migliorarne il rapporto: una sorta di "credit angel" una nuova professione?) che non apporta del capitale ma servizi professionali per migliorare la finanza aziendale a start-up o a imprese che intendono investire per mettere a frutto il potenziale di crescita nonché la esperienza in materia di gestione d'impresa e la rete di contatti.

Si tratta dunque di diffondere la conoscenza del microcredito per favorirne il suo utilizzo attraverso il sistema di erogazione dei piccoli prestiti secondo una programmazione pluriennale e contestualmente promuovere, attraverso l'informazione e la formazione, la "microfinanza" e l'importante ruolo che essa può assumere nei processi di sviluppo locale, soprattutto a vantaggio dei giovani e delle donne e tutte le persone che per la loro condizione economico sociale hanno difficoltà di accesso al settore finanziario tradizionale, perché ne favorisce l'inclusione all'interno di circuiti finanziari dando loro una possibilità concreta di mettersi in gioco e di intraprendere un'attività.

L'intervento prevede il potenziamento della rete delle antenne di microcredito sia per consistenza sia per la crescita professionale degli aderenti.

Chiaro l'obiettivo che si intende perseguire perché le risorse finanziarie disponibili vengano utilizzate e nuova domanda generi la necessità di un impinguamento della dotazione:

1. Rendere più visibile l'azione degli operatori delle antenne di microcredito
2. Definire una strategia di sviluppo che sappia identificare i settori di popolazione a cui ci si rivolge con strumenti adeguati
3. Promuovere un nuovo ruolo degli enti locali che risponda efficacemente alla domanda: Come integrare politiche di welfare e strumenti di microcredito?
4. Sviluppare metodologie e prodotti chiari ed efficienti in materia di microcredito d'impresa.
5. Avviare un percorso di professionalizzazione del settore.
6. Stabilire un dialogo con le banche per rendere evidente che cos'è il microcredito bancario e quali sinergie siano operabili.

7. Rafforzare il rapporto con la finanza etica per la formulazione di una strategia concertata , attraverso la Rete Italiana di Microfinanza cui la Camera aderirà nel corso del 2011.

Il reperimento di capitali

Per innovare la struttura finanziaria delle imprese: dal forte contributo del prestito bancario a breve a forme di immissione di capitale di rischio che possono dare una maggiore stabilità alle imprese e un maggiore impulso ai processi di crescita e di sviluppo di nuove opportunità produttive.

In un territorio dove il tessuto produttivo è composto da micro imprese con meno di 5 addetti e la forma principale di finanziamento delle stesse resta il prestito bancario a breve termine, la prossima entrata in vigore dei nuovi accordi di Basilea 3 del 12 settembre, i cui effetti non sono ancora pienamente valutati, rischia di avere conseguenze disastrose che neanche la strumentazione dei Confidi, sia pure rafforzati, potrà essere in grado di scongiurare.

Occorre pertanto sviluppare canali di finanziamento alternativi al tradizionale prestito bancario e quindi ricercare strumenti innovativi di finanziamento che permettano alle micro e piccole imprese di spostare l'asse degli affidamenti da un'ottica di breve a una di medio-lungo periodo e al tempo stesso di aumentare la propria dimensione così da acquisire maggiore competitività sul mercato.

Questo significa cominciare ad affrontare con le imprese nuove sfide: il capitale di rischio, la borsa ed i Mercati regolamentati.

Le azioni della Camera:

 Il fondo rotativo di seed capital per nuove imprese innovative.


La Camera di Commercio di Reggio Calabria è impegnata nel continuare a dare risposta con i fatti alla esigenza di capitale di rischio nel momento in cui si promuove e si va sviluppare sul territorio l'innovazione e se ne agevola l'accesso anche nella prospettiva di generare nuove imprese innovative.

Fondo rotativo che ci si propone, attraverso eventuali modifiche del regolamento, di potenziare ed eventualmente ampliarne l'ambito di operatività in coerenza con la missione della Camera per essere volano dell'innovazione e dello sviluppo locale promuovendo la crescita in provincia dei settori dell'ICT (Information Communication Technology), dell'high tech (alta tecnologia) ma anche della net economy.

Un ambito ulteriore del Fondo potrà essere quello di strumento di prestiti partecipativi, attraverso i quali le imprese acquisiscono risorse finanziarie che vengono rimborsate attraverso piani di ammortamento le cui rate vengono pagate dai soci a titolo di aumento di capitale proprio futuro.

Si valuteranno anche possibili evoluzioni del Fondo Rotativo, attraverso la ricerca di accordi con altri soggetti istituzionali ma anche con fondi di venture capital ovvero la definizione di forme societarie.

Le misure riguarderanno sia la promozione, l'assistenza per l'accesso al seed capital sia in conto investimento per le partecipazioni societarie nei casi di progetti ammessi secondo la prevista regolamentazione

 Azioni di sensibilizzazione e di assistenza del mondo delle piccole imprese fornendo servizi informativi sulle modalità di finanziamento con capitale di rischio, fino ad arrivare alle imprese già consolidate per presentare le opportunità derivanti dagli strumenti di finanza innovativa.

Ma anche per integrare le azioni di promozione di nuova imprenditorialità innovativa.

Le imprese innovative nascono infatti intorno a concetti di prodotto, prototipi o brevetti frutto di intensa attività inventiva e di ricerca, ma hanno bisogno di un periodo di start up nel quale consolidare l'analisi di mercato, la fattibilità industriale ed il business plan economico finanziario.

Numerose analisi a livello europeo, nazionale e locale evidenziano come uno dei nodi assolutamente cruciali per lo sviluppo di nuove imprese ed in particolare quelle innovative (cioè quelle basate sulla conoscenza, provenienti dalle Università e dalla ricerca, o fondate da imprenditori con un know how tecnologico originale) sia la dotazione finanziaria nella fase iniziale: non hanno garanzie da offrire che non siano quelle del talento degli imprenditori, della tecnologia e della qualità del proprio progetto imprenditoriale; inoltre, l'esperienza soprattutto internazionale evidenzia che il mercato del capitale di rischio (fondi di investimento, venture capital) non è interessato a intervenire nelle primissime fasi di vita delle imprese.

Questa dotazione non può provenire da capitale di debito, perché la corresponsione degli interessi in una fase in cui i ricavi di vendita sono insufficienti o addirittura ancora inesistenti metterebbe in crisi l'equilibrio economico-finanziario di impresa.

Così molte delle imprese start up hanno un vincolo finanziario alla crescita rappresentato dalla estrema difficoltà di reperire finanziamenti a titolo di capitale di rischio .

E il venture capital, anche se con una rilevanza quantitativa ancora modesta, appare strumento idoneo a dare risposta al problema perché finanzia non a titolo di credito ma di capitale di rischio: l'imprenditore non deve offrire garanzie personali o reali ma solo dimostrare un buon business plan e capacità manageriali, tecniche e commerciali.

☐ Si attiveranno iniziative per verificare la fattibilità di un percorso di " *Business Angel*" ,uno dei maggiori attori che soddisfa il bisogno delle *start-up* e dell'impresa di piccole e medie dimensioni di reperire i capitali necessari, colmando dunque il ben noto fenomeno del "*funding gap*"⁸⁰ ed assumendo la veste di investitore privato informale.

📁 *I confidi*

Nel percorso di attraversamento della crisi, il contributo dei consorzi fidi anche nella nostra provincia è cruciale in quanto hanno permesso di liberare liquidità sul territorio.

Le imprese target dei confidi sono piccole o piccolissime imprese, nella maggior parte dei casi società di persone o ditte individuali. Pur riconducibili alle rispettive categorie di riferimento, i confidi tendono ad avere una operatività che supera i limiti settoriali e associativi e talvolta anche quelli provinciali. Se ciò potrebbe essere interpretato, da un lato, come un indice della relativa difficoltà dei confidi a radicarsi e a consolidare la propria presenza nel tessuto produttivo locale, dall'altro evidenzia invece una interessante predisposizione a operare con realtà diverse che non solo facilita la diversificazione del rischio di portafoglio ma potrebbe anche essere un'ottima base di partenza per consolidare ulteriormente il processo di razionalizzazione del sistema su base regionale.

Proprio la conoscenza del territorio e delle imprese che vi operano rappresenta il punto di forza dei confidi insieme alla visibilità che acquisiscono come soggetti intermedi tra le banche e le piccole realtà locali.

La debolezza più concreta è invece rappresentata da un'offerta quasi mono-prodotto e da un'organizzazione e una *governance* poco strutturata.

Pur conservando l'approccio mutualistico, certo non in discussione, i Confidi devono, come ogni impresa, rispettare dei vincoli di economicità. Altrettanto importante è preservare la propria autonomia gestionale (nonostante i contributi pubblici a fondo garanzia).

Eppure nell'attuale situazione di post-crisi finanziaria, i cui effetti si stanno ora riverberando nella loro complessità e intensità sull'economia reale, si rafforza la loro centralità e importanza per colmare il fabbisogno finanziario delle piccole imprese ma a loro viene richiesto sempre di più di svolgere pienamente le tre funzioni principali che ne traducono l'attività:

- Garante e Co-garante dei crediti;
- Negoziatore nelle condizioni dei crediti;
- Mediatore tra le banche e le PMI.

Ma questo è reso difficoltoso dalla frammentazione e dalla presenza di inefficienze gestionali a vari livelli, lacune di *know-how* nelle forme di valutazione delle *performance* di impiego e inadeguate metodologie di *pricing*.

Si delinea quindi in prospettiva un processo di cambiamento sistemico che dovrà portare i Confidi a scelte di posizionamento strategico con evidenti opportunità di *business* e conversione operativa che, nell'immediato futuro, sarà la chiave di successo per conservare lo spirito mutualistico e promuovere una cultura aziendale di sostenibilità economica mentre sempre più fondamentale è la loro opera perché le banche possano andare oltre al famigerato "*andamentale*"⁸¹ nel giudizio del merito creditizio.

L'azione della Camera sarà diretta a:

☐ Al rafforzamento del sistema confidi, supportandone la rivalorizzazione della funzione attraverso servizi informativi/formativi/assistenza adeguati ed efficaci a rispondere a queste domande poste da Assiconfidi Italia come "le questioni principali dell'oggi":

1 Rifletteresullapropriamission: quale lo spazio di mercato di un "garante"?

⁸⁰ E' la parte del costo d'investimento che non è coperta dalle entrate nette generate dal progetto. E' quindi il complementare al 100% del margine lordo di autofinanziamento.

⁸¹ L'*andamentale* indica il rapporto Banca - Impresa nel tempo. Di fatto l'indicatore è composto da due indicatori, quello verso l'intero sistema e quello verso il singolo istituto di credito. Ogni banca effettua, infatti due tipi di segnalazione, una esterna (leggibile dall'intero sistema) e una interna (leggibile dalla sola banca).

- 2 Ricercare l'autosostenibilità o "affidarsi" ai contributi pubblici?
- 3 Ripensare il "rapporto di scambio" con le Banche: socio controparti?
- 4 Ampliare il *business* per sostenere il conto economico o stare al *core business*?
- 5 Ristrutturare operatori/sistemi in difficoltà (per deterioramento del portafoglio?)
- 6 Quale dimensione ottimale?

Con la forte consapevolezza che la crescita può passare solo per:

- una importante immissione straordinaria di risorse patrimoniali
- l'attivazione sistematica di ulteriori strumenti/dotazioni di "controgaranzia"
- l'"alleggerimento" del carico di crediti anomali dal bilancio dei confidi.

- ☐ assegnare contributi destinati ai fondo rischi
- ☐ assegnare contributi per l'abbattimento dei tassi

☞ *Il fondo sblocca crediti verso la PA*

**" sviluppare un contesto giuridico ed economico
che favorisca la puntualità dei pagamenti nelle transazioni
commerciali"
VI principio SBA**

La crisi finanziaria se da una parte ha reso difficoltoso l'accesso al credito, dall'altra ha causato per le imprese la riduzione dei ricavi e dei margini, con la conseguenza che l'orizzonte temporale del pagamento delle forniture si è ampliato, le scadenze si sono allungate per ritardare le uscite di cassa, con ricadute per le controparti deboli che sono costrette a rimanere esposte e a rifinanziarsi presso il sistema bancario, quando ci riescono.

Le nostre micro e piccole imprese risentono fortemente di queste condizioni del mercato e sono costrette a fare affidamento sulla disponibilità di capitale proprio o a ritardare a loro volta l'adempimento delle proprie obbligazioni verso le banche, creando così scomode posizioni di incaglio finanziario che, senza i dovuti supporti da parte degli intermediari creditizi, possono poi degenerare in condizioni di insolvenza definitiva. Anche se il pagamento entro i tempi contrattuali previsti non risolverebbe certo tutti i problemi finanziari delle imprese minori, è palese che con la rimozione di questa condizione, le piccole imprese potrebbero programmare con più attendibilità i flussi in entrata e in uscita, riequilibrando la gestione del proprio fabbisogno finanziario.

Uno studio di *Confartigianato*, che elabora i dati di *Instrum Justitia*, nel rapporto *European Payment 2009*.⁸² Denuncia le condizioni di ritardo dei pagamenti in Italia evidenziando che :

- ➔ i giorni di dilazione tra imprese arrivano a 88 rispetto a una media europea di 57
- ➔ nel rapporto con le amministrazioni pubbliche invece il ritardo è addirittura di 128 giorni contro una media europea di 67
- ➔ tra il 2008 e il 2009, le imprese con cattive abitudini di pagamento dei debiti commerciali sono aumentate del 30% e che, tra il 2007 e il 2009, la regolarità nei comportamenti di pagamento è diminuita dal 50,4% al 41,2%: Il risultato complessivo è che i tempi medi di incasso si sono allungati di 22 giorni e per le imprese che lavorano in subfornitura di oltre 30 giorni.
- ➔ il *gap* rispetto agli altri paesi dell'UE dei pagamenti delle amministrazioni pubbliche: quasi due mesi di ritardo rispetto alla già elevata media europea.

L'impatto economico di queste condizioni del mercato dei pagamenti è rilevante e si è stimato che, a livello europeo, il rispetto dei tempi nel pagamento delle transazioni sarebbe equivalente ad un contributo alle imprese di 65 miliardi di euro.

In Italia poi, solo nel 2008, l'Amministrazione Pubblica ha impegnato risorse per 128,4 miliardi di euro³ per l'acquisto di beni e servizi, ammontare che è pari all'8,16% del prodotto interno lordo. La Commissione Europea ha calcolato che la dilazione su questi importi ha generato un costo per le ulteriori esposizioni sul sistema bancario delle imprese italiane pari a circa 1 miliardo di euro nel solo 2007.

Non è la sede per trattare della tutela giuridica nei ritardi dei pagamenti; si richiama soltanto la direttiva comunitaria (c.d. "Late Payments"), approvata il 20 ottobre 2010 definitivamente dal Parlamento europeo, intesa ad armonizzare le diverse discipline nazionali in materia di ritardati

⁸² European Payment Index 2009 – Instrum Justitia, è un fornitore di servizi di Credit Management che annualmente intervista migliaia di aziende in 25 paesi europei su una varietà di pagamenti e rischi

pagamenti, sancendo finalmente l'obbligo per tutti gli Stati membri di effettuare i propri pagamenti in tempi rapidi e certi: direttiva di imminente adozione in Italia.

Per aiutare le micro e le piccole imprese locali la cui contabilità, già fortemente stressata dalla difficile congiuntura economica, rischia di essere ulteriormente aggravata dal ritardo nei pagamenti da parte della Pubblica Amministrazione, la Camera programma :

☐ L'istituzione di un *fondo rotativo*, opportunamente in regime di partenariato con altri soggetti locali cassa di crediti di piccolo importo, già scaduti, vantati da micro e piccoli imprenditori reggini nei confronti di Comuni e certificati certi, liquidi ed esigibili.

☐ *Programma "Anticipo fatture"*

Per attualizzare le opportunità normative di cui all'art. 117 del D.Lgs 163/2006, che disciplina la cessione dei crediti verso le stazioni appaltanti derivanti da contratti di servizi, forniture e lavori, a favore di banche od intermediari finanziari, il cui oggetto sociale preveda l'esercizio dell'attività di acquisto di crediti di impresa ma anche dell'art. 9 comma 3-bis del D.L. 185/2008, così come convertito dalla L. 2/2009 e da ultimo modificato dall'art. 1, comma 16, legge n. 25 del 2010, secondo cui su istanza del creditore di somme dovute per somministrazioni, forniture e appalti, le regioni e gli enti locali, nel rispetto dei limiti di cui agli articoli 77-bis e 77-ter del decreto-legge 25 giugno 2008, n. 112, convertito, con modificazioni, dalla legge 6 agosto 2008, n. 133, possano certificare, entro il termine di venti giorni dalla data di ricezione dell'istanza, se il relativo credito sia certo, liquido ed esigibile, anche al fine di consentire al creditore la cessione pro soluto a favore di banche o intermediari finanziari riconosciuti dalla legislazione vigente.

L'impegno della Camera sarà quello di promuovere e di essere disponibile in una iniziativa di sistema per lo sviluppo che ridia fiducia nelle istituzioni e speranza per il futuro, che si sviluppi in:

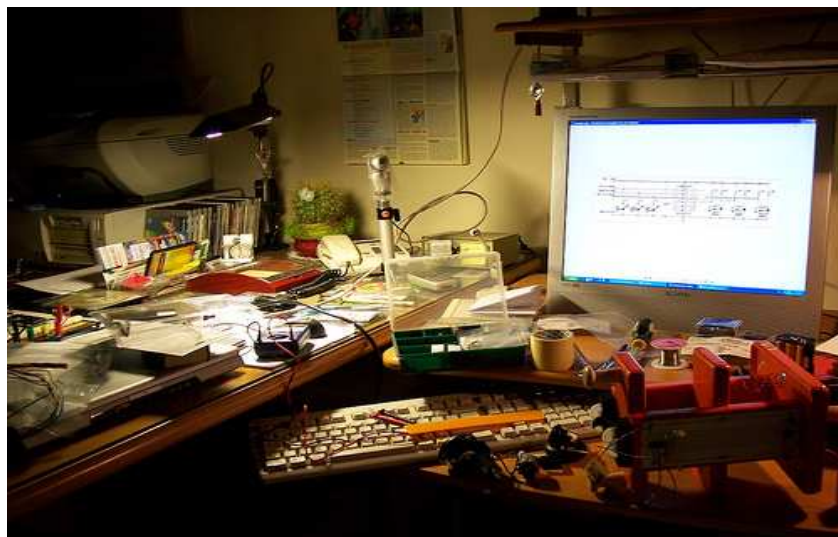
- Informazione e sensibilizzazione nei confronti dei comuni perché nei contratti o richieste di fornitura con le micro e piccole imprese inseriscano "d'ufficio" la preventiva accettazione della cessione del credito da parte del fornitore, rendendo quindi più semplice e rapida la possibilità per l'impresa di farsi anticipare il credito vantato;
- la stipula di un Protocollo d'intesa con ANCI ed ABI regionale perché vi sia un impegno del sistema bancario a destinare specifici plafond all'anticipazione alle micro e piccole imprese dei crediti dalle stesse vantate nei confronti di Comuni che s'impegnano a rilasciare nei tempi previsti dall'art.9 comma 3-bis della L.2/2009 la relativa
- istituzione di un fondo camerale destinato al parziale rimborso degli oneri connessi alle operazioni di cessione per ridurre i costi a carico delle imprese.

☐ Definizione di un *indicatore dei tempi medi di pagamento* della Camera di Commercio di Reggio Calabria

L'art.23 - comma 5 della legge 18 giugno 2009 n.69, stabilisce che, al fine di aumentare la trasparenza dei rapporti tra le amministrazioni pubbliche e gli utenti, a decorrere dall'1 gennaio 2009 ogni amministrazione determina e pubblica, con cadenza annuale, nel proprio sito internet o con altre forme idonee, un indicatore dei propri tempi medi di pagamento relativi agli acquisti di beni, servizi e forniture, denominato "indicatore di tempestività dei pagamenti". Va considerato che ad oggi non è stato ancora emanato il decreto interministeriale, previsto dal comma 6 del sopracitato art. 23, con il quale saranno definite le modalità di attuazione dell'obbligo informativo di cui al comma 5, lettera a); inoltre nel sistema informativo di contabilità non sono presenti tutti i dati necessari a calcolare in modo preciso l'indicatore, essendo stata la presente legge introdotta in corso d'anno. La Camera di commercio di Reggio Calabria ritiene comunque opportuno, al fine di ottemperare alla norma in questione, ed in attesa di ulteriori specificazioni normative in merito, determinare un primo indicatore dei propri tempi medi di pagamento relativo agli acquisti di beni, servizi e forniture.

Ne conseguono obiettivi operativi/azioni/risultati attesi nel 2011

Obiettivi operativi	Azioni	Risultati attesi ed indicatori (2011)
<p>III.3.3.1 Accreditare la Camera quale soggetto "facilitatore e garante" dell'utilizzo da parte delle imprese locali degli strumenti di accesso al credito .</p>	<p>III.3.3.1.1 Monitoraggio del mercato del credito</p>	<p>Realizzazione dell'"Osservatorio del credito" che indaghi in particolare:</p> <ul style="list-style-type: none"> • il target delle imprese destinatarie degli impieghi bancari (micro, piccole, medie e settori) • la tipologia del credito erogato classificato per fasce d'importo • il mercato del credito erogato dal circuito delle società finanziarie; • il tasso effettivamente corrisposto • conoscenza e ricorso al venture capital
	<p>III.3.3.1.2 Per attrezzare le imprese sul rating richiesti da Basilea 2 e nella prospettiva di Basilea 3</p> <p>III.3.3.1.3 L'accesso al credito: il microcredito</p> <p>III.3.3.1.4 L'accesso al credito convenzionato con i Confidi</p>	<p>-Potenziamento dei servizi informativi allo sportello e via web</p> <p>-Predisposizione e diffusione trimestrale di una newsletter ad almeno 500 imprese</p> <p>-Rendere disponibili ad almeno 10 imprese strumenti sperimentali di autodiagnosi preliminari alla definizione del rating</p> <p>-Bando per incentivi finanziari alla realizzazione di check up funzionari all'ottenimento del rating:utilizzo di almeno l'80% del relativo fondo</p> <p>-Adesione di almeno n.5 commercialisti per le attività in sede locale di cui al Protocollo d'intesa tra ABI, Commercialisti e Unioncamere per migliorare la relazione banca-impresa e la capacità di credito delle piccole e microimprese</p> <p>-Ampliamento della rete delle antenne del microcredito, creazione di un network di almeno 10 figure professionali</p> <p>-Utilizzo del 60% del totale delle risorse disponibili e del 15% eventuali altre aggiuntive in corso d'anno</p> <p>-Impiego del 60% del totale risorse disponibili e del 15% di eventuale altre aggiuntive in corso d'anno</p> <p>- Risultati previsti in convenzione conseguiti da almeno n.2 confidi su 4</p>
	<p>III.3.3.1.5 Il reperimento di capitali. Attivazione di servizi di assistenza per diffondere una maggiore cultura del credito, attraverso la formazione ed incontri con esperti ed operatori del credito. Diffusione della conoscenza sulla finanza alternativa.</p>	<p>-2 incontri tra imprese ed esperti, per attenzionare il mercato dei capitali :15 le imprese da coinvolgere di cui n.5 da assistere per una verifica sull'accesso a questo mercato</p> <p>-pubblicazione del nuovo bando del Fondo Rotativo di Seed Capital: almeno 1 impresa da ammettere al fondo</p>
	<p>III.3.3.1.6 Per valorizzare ruolo ed attività dei Confidi con l'obiettivo del superamento della loro debolezza rappresentata da un'offerta quasi mono-prodotto e da una organizzazione e governante poco strutturate</p>	<p>-Realizzazione di 1 intervento formativo e di assistenza per i Confidi convenzionati con la Camera</p> <p>-Realizzazione di un campagna promozionale congiunta per promuovere gli strumenti finanziari attivati anche dalla Camera</p>
	<p>III.3.3.1.7 Per far fronte al collasso di liquidità in cui si ritrovano le imprese,soprattutto quelle operante nel settore dei lavori pubblici,a causa dei ritardi nei pagamenti da parte della PA .</p>	<p>-Attivazione di un Fondo rotativo che valga a sbloccare a favore delle micro e piccole imprese i crediti certi ed esigibili che vantano verso la P.A.; adesione di almeno un istituto bancario</p> <p>-Programma anticipo fatture:coinvolgimento di almeno 2 comuni per crediti vantati soprattutto da imprese del settore edile</p>



III.3.4 IMPRENDITORIALITÀ E CAPITALE UMANO.

Rafforzare l'investimento in sviluppo del capitale umano per supportare la formazione di figure strategiche, la diffusione di cultura d'impresa, lo sviluppo delle competenze per nuovi posti di lavoro”.

“Lo sviluppo economico c'è, se c'è uno sviluppo sociale, ma questo a sua volta c'è, se c'è uno sviluppo personale una educazione dei singoli, delle persone”
Adam Smith⁸³

Declinato dalla funzione demandata alle Camere di Commercio dall'art.2 co.2 lett.n) della legge n.580/1993 riformata dal d.lgs. n.23/2010”) n) *cooperazione con le istituzioni scolastiche e universitarie, in materia di alternanza scuola-lavoro e per l'orientamento al lavoro e alle professioni.*; e dai principi dello Small Business Act - *I Dar vita a un contesto in cui imprenditori e imprese familiari possano prosperare e che sia gratificante per lo spirito imprenditoriale/ VIII Pro muovere l'aggiornamento delle competenze nelle PMI e ogni forma di innovazione;* dal programma “Europa 2020” e cioè *Un'agenda per nuove competenze e nuovi posti di lavoro*” onde modernizzare i mercati occupazionali agevolando la mobilità della manodopera e l'acquisizione di competenze lungo tutto l'arco della vita al fine di aumentare la partecipazione al mercato del lavoro e di conciliare meglio l'offerta e la domanda di manodopera e da Italia 2020 *“Piano di azione per l'occupabilità dei giovani attraverso l'integrazione tra apprendimento e lavoro”.*

Qualunque sia la causa (transizione economica, integrazione Europea, aumento della competizione internazionale, innovazione tecnologica), i cambiamenti strutturali e la ristrutturazione industriale stanno generando una riallocazione dei lavoratori e si osserva una forte asimmetria territoriale nella capacità di riassorbire nei settori emergenti (o nelle nuove o accresciute funzioni aziendali) la manodopera espulsa dai vecchi settori (o precedentemente impiegata nelle vecchie funzioni aziendali). L'asimmetria nella capacità di reazione agli *shock* ed ai cambiamenti strutturali è riconducibile alla differente capacità di attrazione di investimenti diretti esteri, al grado di diversificazione della produzione, alla differente capacità competitiva, nonché alle esternalità di agglomerazione, che tendono a rafforzare i *pattern* geografici di sviluppo esistenti, alle economie di scala ed ai rendimenti del capitale umano. A sua volta, la diversa capacità di reazione delle regioni contribuisce a spiegare il persistere di squilibri territoriali nel mercato del lavoro.⁸⁴

Le aree sottoutilizzate del Mezzogiorno, e quindi la Calabria e la provincia reggina, intrappolate in un equilibrio di alta disoccupazione, sono le più vulnerabili e risentono in maniera più onerosa rispetto ad altre delle conseguenze negative della crisi; sono meno diversificate e, pertanto, meno in grado di compensare la crescita negativa di un settore con quella positiva di un altro.

⁸³ Economista e filosofo scozzese, che gettò le basi dell'economia politica classica

⁸⁴ Rapporto ISAE: Le previsioni per l'economia italiana - febbraio 2010

Se prendiamo a riferimento la classifica dei tassi di attività della popolazione adulta 15-64 anni per le 271 regioni europee - che è disponibile per il 2008 - le regioni italiane del Mezzogiorno sono il fanalino di coda per quota di soggetti attivi sul mercato del lavoro: la Basilicata è al 266° posto, la Guyana francese (ex colonia oltremare) al 267° posto, la Puglia al 268°, la Sicilia al 269° posto, la Calabria al 270° posto ed infine, ultima tra tutte le regioni europee, la Campania al 271° posto.

La recessione globale che dagli ultimi mesi del 2008 ha investito tutti i paesi avanzati ha determinato nel 2009, né poteva essere diversamente, un forte peggioramento delle condizioni del mercato del lavoro: la contrazione della domanda di beni e servizi si è tradotta in breve tempo in una riduzione progressiva del fabbisogno di manodopera, e questo, a sua volta, ha fatto salire i livelli assoluti e relativi della disoccupazione.

In calo in tutte le regioni (escluso il Trentino Alto Adige, dove si registra una variazione del +0,9%), l'occupazione diminuisce tra il -0,5% e il -1,6% nel Centro-Nord, ma del 3,0% nel Mezzogiorno, con "punte" del -3,8% in Puglia, del -4,1% in Campania e del -4,6% in Abruzzo (in questo caso, tuttavia, anche e forse soprattutto, per effetto del terremoto dell'aprile 2009), in Calabria dell'1,5%.

In provincia di Reggio Calabria nel 2009, le forze lavoro assommano a 178.500 unità (182 mila nel 2008) con una incidenza sul totale regionale pari al 27%; di cui 158,3 occupati e 20,2 persone in cerca di occupazione.

L'analisi temporale evidenzia un miglioramento dello scenario provinciale con una riduzione del numero di persone in cerca di occupazione da 40.600 del 2004 alle 20.200 del 2009, con un tasso di variazione 2009-2004 pari al -50,2% (-27,5% a livello regionale e -0,8% a livello nazionale).

Ma il dato, collegato ai movimenti migratori dei giovani, supporterebbe un commento negativo riconducendo il fenomeno ad un crescente scoraggiamento o ad un incremento del lavoro nero.

E' l'esercito degli invisibili, come qualificati dall'Ufficio Studi di Confartigianato.

Invisibili per la scuola o l'università, l'Inps, il fisco. Perfino per gli uffici di collocamento. Sono i 641 mila giovani italiani fra i 15 e i 24 anni che non studiano, non lavorano ma nemmeno lo cercano, il lavoro. Un numero impressionante, considerando che si tratta del 10,5 per cento di tutte le persone di quell'età. E il bello è che di questi «invisibili» i due terzi circa sono al Sud: 415 mila, ovvero il 16,2 per cento di tutti i giovani meridionali. Quasi tre volte rispetto al Nord. Se poi la fascia d'età «giovanile» si estende dai 24 ai 29 anni, ecco che gli «invisibili» diventano addirittura 908 mila.

Sul lato dell'offerta di lavoro, l'indicatore di sintesi fornito dal tasso di attività è diminuito dal 56,4% del 2004 al 47,2% del 2009.

Analizzando poi l'assorbimento dell'offerta di lavoro attraverso il tasso di occupazione, tra il 2004 e il 2009 si registra una contrazione dal 45,5% al 41,8% (-8,2%).

Una certa preoccupazione la fornisce il tasso di disoccupazione, che si mantiene elevato nel 2009: 11,3%.

Ma è preoccupante anche il numero di ore autorizzate di Cassa Integrazione Guadagni che nel 2009 esplose ad un tasso del +155,1%, ben al di sopra della crescita regionale (+57,5%) ma inferiore a quello nazionale (+311,4%).

E' evidente che una gran parte di queste persone è andata ad alimentare il lavoro «autonomo» irregolare o «abusivo», come lo definisce sempre Confartigianato con gravi ripercussioni per quelle aziende che, nonostante le difficoltà economiche, sono rimaste in attività., calcolato, sulla base dei dati dell'Istat, in aumento tra il 2008 e il 2009 dal 9,2 al 9,4 per cento del totale della forza di lavoro autonoma, raggiungendo 639.900 unità, pari al 62 per cento di tutti gli occupati indipendenti nel settore manifatturiero. Si tratta anche di una quantità di persone pressoché identica a quella dei giovani «invisibili» fra i 15 e i 24 anni.

Un fenomeno che determina un tasso di disoccupazione reale in Calabria al 17,3% (+ 5,7) (o, con una accezione più tecnica, del tasso di marginalità dal lavoro), calcolato dalla CGIA di Mestre.

Ma sono i giovani, le donne, i lavoratori precari i soggetti più a rischio. E i giovani, spesso, appartengono a tutte e tre queste categorie.

Sempre in continuo aumento nella provincia reggina la disoccupazione giovanile (15-24) dal 21,3% del 2008 al 25,4% del 2009.; mentre diminuisce il tasso di occupazione dal 24,4% al 21,7%.

Non migliore il tasso di occupazione femminile di circa il 30% a fronte di un dato nazionale superiore a 47%.

Una disoccupazione che è esclusivamente di carattere strutturale perché alimentata da vari fenomeni di cui la *partecipazione dell'economia locale al processo di globalizzazione in termini asimmetrici, che si traducono in trasferimenti di risparmio verso l'esterno, in conto movimento di capitali ed in conto posizione netta delle banche verso clientela estera; la mancata competitività dei prodotti reggini sul mercato internazionale che deriva sia dalla ridotta produttività dei fattori (capitale e lavoro) che dalla ancora più ridotta dotazione di economie esterne (tangibili ed intangibili)*.

Una disoccupazione non di ristrutturazione, non di sviluppo ma di arretratezza.

Oggi non si può pensare di avviare una solida ripresa economica e una nuova dimensione sociale, se non si pone al centro della strategia di sviluppo il valore dell'investire in Capitale Umano, anche con modalità e contenuti diversi dal passato.

▼ *"Da Italia 2020-Piano di azione per l'occupabilità dei giovani attraverso l'integrazione tra apprendimento e lavoro":*

Le priorità per la piena occupabilità dei giovani:

1. Facilitare la transizione dalla scuola al lavoro
2. Rilanciare l'istruzione tecnico-professionale
3. Rilanciare il contratto di apprendistato
4. Ripensare l'utilizzo dei tirocini formativi, promuovere le esperienze di lavoro nel corso degli studi, educare alla sicurezza sul lavoro, costruire sin dalla scuola e dalla università la tutela pensionistica
5. Ripensare il ruolo della formazione universitaria
6. Aprire i dottorati di ricerca al sistema produttivo e al mercato del lavoro.

▼ *Da "Liberare il lavoro per liberare i lavori- Piano triennale per il lavoro":*

...."in coerenza con i valori e la visione del Libro Bianco sul futuro del modello sociale (il piano triennale) vuole concorrere a promuovere crescita economica con occupazione aggiuntiva e di qualità attraverso:

- a) l'emersione della economia informale e una efficace azione di contrasto dei lavori totalmente irregolari;
- b) la maggiore produttività del lavoro attraverso l'adattamento reciproco delle esigenze di lavoratori e imprese nella contrattazione di prossimità, le forme bilaterali di indirizzo e gestione dei servizi al lavoro, l'incremento delle retribuzioni collegato a risultati e utili della impresa;
- c) la occupabilità delle persone attraverso lo sviluppo delle competenze richieste dal mercato del lavoro, con particolare attenzione ai giovani e alle donne.

Liberare il lavoro significa liberare i lavori. Incoraggiare nelle imprese l'attitudine ad assumere e a produrre lavori di qualità. A cogliere ogni opportunità di crescita, ancorché incerta. A realizzare, attraverso il metodo della sussidiarietà orizzontale e verticale, e quindi il flessibile incontro tra le parti sociali nei luoghi più prossimi ai rapporti di lavoro, le condizioni per more jobs, better jobs.

Il piano per il lavoro è definito in continuità con le azioni intraprese nel biennio trascorso e in coerenza con il primario obiettivo della stabilità di finanza pubblica. Questo impedisce incrementi strutturali e imponderabili della spesa corrente che ipotecherebbero un futuro oggettivamente incerto. Per altro verso esso assume la regola di Marco Biagi secondo la quale non esiste alcun "incentivo finanziario utile a compensare un disincentivo normativo" di legge o di contratto"⁸⁵.

... "il capitale da salvaguardare e valorizzare è l'uomo, la persona, nella sua integrità: l'uomo infatti è l'autore, il centro e il fine di tutta la vita economico-sociale"⁸⁶ e per rispondere alle sfide della conoscenza, della competitività e dell'innovazione occorre aumentare le opportunità di apprendimento continuo. Competenze sempre più elevate e aggiornate giocano infatti un ruolo decisivo per la competitività delle imprese e la qualità del lavoro ma a Reggio Calabria la domanda di lavoro di laureati è solo dell'8,1% (dato nazionale 12,5%) e 46,4% di diplomati⁸⁷.

⁸⁵ Maurizio Sacconi-Ministro del Lavoro e delle Politiche sociali- 30 luglio 2010

⁸⁶ Benedetto XVI- *Caritas in Veritate*, 25.

⁸⁷ Dati Osservatorio Excewlsior 2010.

Se si analizzano i dati sulla composizione della domanda di assunzioni per gruppi professionali, la provincia reggina si caratterizza per una richiesta di profili non particolarmente elevati: 1 assunzione su 2 riguarda figure operaie.

Le professioni high skill non arrivano al 15% del totale, ben 8 punti percentuali in meno rispetto alla media nazionale; quelle di livello intermedio (impiegati e professioni commerciali e dei servizi) si assestano a un 19,5% contro una media nazionale di poco superiore al 33%; infine, mentre le professioni non qualificate sono sostanzialmente in linea, le figure operaie, più o meno specializzate, rappresentano il 54% delle assunzioni contro un valore nazionale superiore al 30%.

È dunque prioritario l'obiettivo di investire sulle risorse umane e quindi di integrare il sistema dell'istruzione con quello della formazione e del lavoro in un ciclo virtuoso.

Ma prima ancora occorre superare il mancato raccordo tra il sistema educativo di istruzione e formazione e il mercato del lavoro, come dimostra il fatto che le imprese sempre più spesso non trovano i lavoratori e le professionalità di cui hanno bisogno.

Sulle 3000 assunzioni previste nella provincia per l'anno 2010 n. 570 (il 18,9%) sono ritenute di difficile reperimento e per l'11,2% per l'"inadeguatezza" dei candidati (**nota 89**).

A preoccupare, pertanto, non sono solo i dati sul precariato e sulla disoccupazione giovanile. Ancor più grave è forse registrare, anche nell'attuale difficile contesto occupazionale, un numero cospicuo di imprese disponibili a nuove assunzioni e che, tuttavia, non trovano le figure professionali e le competenze di cui hanno bisogno.

Il disallineamento tra la domanda e l'offerta di lavoro non solo genera disoccupazione, ma anche sotto-occupazione e, appunto, occupazione precaria o instabile proprio perché l'incontro tra chi offre e chi cerca lavoro non risulta affatto soddisfacente per entrambe le parti del rapporto di lavoro. Non per il lavoratore, certamente, che non è nelle condizioni di pianificare la propria vita a causa della instabilità occupazionale e di reddito. Ma neppure per l'impresa che, quando non rinunci alle assunzioni puntando maggiormente sulle tecnologie che sostituiscono l'uomo, si trova non di rado insoddisfatta degli esiti di un reclutamento che fornisce forza lavoro priva delle competenze e delle motivazioni necessarie per un inserimento stabile e produttivo in azienda⁸⁸.

Le proiezioni al 2020 vedono l'Italia – e il Mezzogiorno in particolare – in una posizione di grave difficoltà, nel contesto internazionale, rispetto alle prospettive demografiche, occupazionali e di crescita. Si prevede una forte carenza di competenze elevate e intermedie legate ai nuovi lavori, aggravata da un persistente disallineamento complessivo della offerta formativa rispetto alle richieste delle imprese.

Se, per un verso, la ripresa della economia e la crescita sono l'unica strada per creare nuovi posti di lavoro e anche vero, per l'altro verso, che la principale leva sui cui intervenire, per dare risposte concrete ai giovani e alle loro famiglie, sta nella costruzione di solidi percorsi di transizione tra il sistema educativo di istruzione e formazione e il mercato del lavoro. A partire dalla rivalutazione di quelle forme di apprendistato previste dalla «Legge Biagi» che consentono l'acquisizione di una qualifica professionale o di un titolo di studio attraverso un addestramento in ambiente di lavoro in funzione dei reali fabbisogni professionali del mercato del lavoro.

Il programma della Camera vuole attivare interventi che possano contribuire a dare risposta al bisogno di accedere ad un lavoro, quanto più possibile adeguato all'investimento effettuato nel percorso formativo.

"Investire sulle intelligenze": molti giovani reggini hanno un diploma o una laurea, alcuni aggiungono a questi titoli dottorati di ricerca e specializzazioni varie, ma l'offerta di lavoro qualificato, soprattutto in campo tecnico e scientifico, non è ancora in grado di assorbire la loro domanda.

Occorre modificare questa situazione e sostenere tutti i processi finalizzati a favorire l'innesto di personale altamente qualificato nel tessuto produttivo provinciale ed i rapporti fra la scuola, l'università, la ricerca e le imprese.

È prioritario operare per trattenere questa ricchezza di intelligenze, creando le condizioni per accedere ad impieghi ad alta professionalità nel sistema economico e produttivo locale. Per fare questo occorre fare sistema scuole-università-enti locali-associazionismo economico-mondo del credito-forze sociali in un contesto territoriale proiettato sull'innovazione e

⁸⁸ M.Tiraboschi- Intraprendere ne lavoro e nell'impresa-46° Settimana sociale dei cattolici italiani.

l'internazionalizzazione, capace di attrarre risorse umane. La maggiore qualità del lavoro è anche una risposta al crescente fenomeno della precarizzazione. Un'elevata mobilità sociale può favorire l'arricchimento e la crescita professionale dell'individuo solo se non si associa a forme di precariato, di insicurezza personale, di sfruttamento sul lavoro, o alla difficoltà di realizzare bisogni elementari: avere una casa, costruire una famiglia, avere un futuro professionale.

La delusione, il senso di inutilità, il non trovare, si accompagnano, spesso, a difficoltà economiche e finanziarie, che possono portare a fenomeni di esclusione sociale e di ingresso in nuove fasce di povertà o della rete malavitosa.

Maggiori e migliori lavori costituiscono, quindi, non solo un obiettivo dell'azione politico-programmatico, ma sono anche l'area dove si definiscono nuove forme di diritti di cittadinanza di una società avanzata.

Le direttrici operative

La Camera "Laboratorio territoriale per il raccordo tra domanda e offerta di formazione e lavoro"

Le azioni della Camera saranno perciò rivolte a dare risposte a questi bisogni ed a garantire tutela a questi diritti nel campo del lavoro. Senza dimenticare che si tratta di problemi che richiedono un intervento del Governo centrale e regionale.

L'impegno della Camera sarà pertanto mirato, per come sollecitato dalle conclusioni della 46ª Settimana sociale dei cattolici italiani tenutasi a Reggio Calabria dal 14 al 17 ottobre 2010, a proporre il modello di un "Un Welfare delle opportunità" perché, in quanto al centro delle dinamiche del mercato del lavoro è oggi una persona in frequente transizione da una occupazione all'altra ovvero dalla fase di attività a quella di inattività o a un percorso formativo, da una concezione statica di tutela del singolo posto di lavoro si passi alla promozione della occupabilità della persona avviando, come già delineato nella «legge Biagi», la costruzione di una rete di tutele sul mercato per dedicare maggiore attenzione al potenziamento delle competenze del lavoratore tale da consentirgli di prevenire e gestire al meglio le criticità nelle transizioni occupazionali.

Il percorso verso questo obiettivo si sviluppa nelle seguenti azioni, dopo aver già rilevato l'importanza della formazione manageriale quale leva strategica per la competitività e pianificato azioni adeguate in tale ambito pianificato

"Dobbiamo affrontare una situazione paradossale per cui l'UE ha, da un lato, carenza di manodopera e, dall'altro, troppi disoccupati giovani – il doppio, rispetto ai disoccupati complessivi dell'UE"
Vladimír Špidla, Commissario Ue per l'occupazione

Scuola, lavoro e impresa: orientamento al mercato del lavoro e sviluppo della cultura d'impresa (Investire sui giovani)

"La Calabria è una regione che dispone di un potenziale in larga parte non ancora sfruttato: il numero di giovani in possesso di diploma di scuola secondaria superiore o di livello universitario è tra i più alti in Italia. Essa produce livelli elevati di energia rinnovabile, ma deve anche affrontare le sue debolezze: basso livello di spesa nei settori della R&S, basso livello di esportazioni e problemi relativi alla sicurezza"
Danuta Hübner, commissario europeo per la politica regionale

Per rispondere a quanto previsto nell'articolo 2, comma 2, lettera n) della legge n.580/1993 riformata dal d.lgs. n.23/2010 "cooperazione con le istituzioni scolastiche e universitarie, in materia di alternanza scuola-lavoro e per l'orientamento al lavoro e alle professioni" queste saranno le fondamentali:

☞ *Accrescere la conoscenza del territorio, dei fabbisogni formativi da parte delle imprese e delle dinamiche occupazionali, con una particolare attenzione al tema dei giovani e delle donne.*

▪ Per accrescere la conoscenza del territorio si richiamano le fonti informative già trattate (in primis l'Osservatorio economico della provincia) e soprattutto il completamento della

mappatura sulle opportunità di impresa in provincia quale guida alla nuova imprenditorialità di filiera.

Lo strumento sarà "Il sistema informativo excelsior" da valorizzare attraverso una più diffusa comunicazione e diffusione della conoscenza delle analisi e delle informazioni per individuare e soddisfare il fabbisogno di specifiche professionalità a livello regionale e provinciale. Ma anche da potenziare, attraverso approfondimenti specifici territoriali, perché sia efficacemente funzionale all'orientamento scolastico, alla programmazione della formazione e alla riduzione del cosiddetto "mismatching" tra domanda e offerta di lavoro a livello territoriale. Si tratta di ricavare indicazioni sempre più dettagliate sulle conoscenze, sulle abilità e sulle competenze da promuovere per favorire occupabilità e inclusione sociale.

▪ Oltre all'utilizzo dei risultati dell'indagine Excelsior sulle previsioni occupazionali riferite a un orizzonte temporale di un anno (che, come di consueto, si articola in attività di preparazione e realizzazione dell'indagine sulle aziende, da un lato, e di diffusione dei risultati dell'indagine sulle imprese dell'industria, dei servizi e dell'agricoltura, dall'altro), verrà valutata, anche in relazione al programma di Unioncamere e del proprio Centro Studi, la possibilità di realizzare ulteriori indagini che (integrandosi alla rilevazione annuale) possano fornire indicazioni sulla domanda di lavoro espressa dalle imprese su un orizzonte temporale trimestrale e tale da contribuire, quindi, in maniera ancor più efficace alla strumentazione informativa da predisporre per la rilevazione dei fabbisogni professionali a livello territoriale. E così specifici rapporti di ricerca sulle tematiche della formazione e del capitale umano, oltre che sulle modificazioni in atto nel mercato del lavoro, potranno essere realizzati attraverso opportune integrazioni con quanto disponibile attraverso altre fonti amministrative (in primo luogo quelle relative al Sistema informativo delle Comunicazioni Uniche) e mediante specifiche collaborazioni con l'Istituto G.Tagliacarne, le Università, o la stessa Unioncamere.

Saper leggere e interpretare il mercato del lavoro per indirizzare i giovani verso i percorsi formativi che abbiano i migliori sbocchi occupazionali - così da evitare il fenomeno dei "posti vacanti" - non vuol dire soltanto rilevare quali lauree sono maggiormente richieste dal mercato ma anche supportare quei percorsi formativi, anche non universitari, che danno ai giovani specifiche professionalità richieste dal sistema imprenditoriale locale. Tra queste saranno attenzionate con apposite iniziative informative/formative le professionalità emergenti dal mercato del green jobs.


▪ Sempre sul tema della conoscenza del territorio e delle sue peculiarità, funzionale non solo per chi vi opera, per gli imprenditori come per gli attori dello sviluppo locale nell'ambito delle proprie attività di pianificazione, progettazione e gestione del territorio, ma al contempo per coloro che vogliono intraprendere una nuova attività d'impresa, si inserisce la realizzazione di una fine mappatura della struttura produttiva locale, individuando le specializzazioni produttive della provincia attraverso una disaggregazione settoriale alle 5 cifre della classificazione delle attività economiche Ateco : per ogni singolo comparto di specializzazione della provincia i dati di struttura, quali le unità locali delle imprese e gli addetti ivi presenti.


L'obiettivo è quello di individuare dei segmenti produttivi sui quali puntare al fine di rafforzare l'economia locale.

Accanto alla conoscenza attuale del territorio è altresì importante il recupero della memoria e della storia di un territorio per innescare processi di crescita civile ed economica.

Matching tra domanda e offerta di lavoro.

Da sviluppare attraverso:

 Orientamento al percorso degli studi

 Orientamento al mercato del lavoro

Saranno resi disponibili sul territorio e diffusi i servizi e prodotti utili, realizzati da Unioncamere per assistere le reti per l'orientamento scolastico, universitario e lavorativo, al fine di accompagnare i giovani nelle varie fasi di transizione tra i diversi livelli e percorsi formativi, e dalla formazione al mondo del lavoro, e gli adulti nei percorsi di mobilità professionale. In tale ambito, specifico rilievo assumeranno il mantenimento e lo sviluppo del portale specializzato sui temi dell'orientamento al lavoro Jobtel del quale è previsto l'aggiornamento quotidiano del portale.

Attività di diffusione e valorizzazione dei dati Unioncamere-Excelsior, anche attraverso l'organizzazione di appositi seminari formativi sul territorio.

Si progetterà, inoltre, la realizzazione e diffusione di materiali, prodotti editoriali, guide e strumenti informativi aggiornati a supporto delle politiche del lavoro, dell'orientamento e della

formazione e servizi di comunicazione orientativa (per le scuole, i giovani, le famiglie, i centri e gli operatori di orientamento a tutti i livelli), basati sull'utilizzo integrato e la rielaborazione, semplificata e divulgativa dei dati Excelsior.

Verranno favorite sul territorio le attività di orientamento scolastico, universitario e lavorativo, con particolare attenzione ai temi della cultura tecnico-scientifica e tecnico-professionale e sulla valorizzazione degli "intangibile assets", attraverso il coinvolgimento dei giovani in esperienze finalizzate all'accrescimento delle competenze trasversali per un migliore accesso al mondo del lavoro o per aumentare la propensione all'autoimprenditorialità o al lavoro autonomo.

📁 Orientamento al mondo dell'impresa:

▪ Progetto per sviluppare nei laureati senza lavoro un processo di apprendimento su tematiche imprenditoriali o di servizi alle imprese di interesse strategico (innovazione, internazionalizzazione, qualità): stage con onere a carico della Camera presso Centri di ricerca, parchi e poli tecnologici, imprese di dimensione media operanti sui mercati esteri ovvero particolarmente innovative.

📁 Alternanza scuola-lavoro

Una nuova funzione per le Camere di Commercio dal d.lgs. n.23/2010 "il raccordo tra il modo della scuola e quello delle imprese attraverso progetti di alternanza scuola lavoro e di orientamento scolastico" ma un'attività che da circa sette anni vede la Camera di Commercio di Reggio Calabria impegnata perché ritenute strategiche le azioni volte a promuovere e rafforzare il legame tra sistema economico ed il mondo scolastico e accademico.

L'incontro tra imprese e giovani non può infatti avvenire soltanto sul mercato del lavoro, ma deve già verificarsi all'interno dello stesso sistema formativo.

Se è vero che i giovani costituiscono la risorsa fondamentale per il futuro delle nostre aziende, il collegamento tra scuola e lavoro non è solo una basilare esigenza per il mondo formativo, ma anche un'esperienza prioritaria per lo stesso sistema imprenditoriale.

In quest'ambito la Camera di commercio deve sempre più reinvestire un ruolo di raccordo, di indirizzamento e di partenariato attivo nella progettazione e nella realizzazione di momenti di esperienza diretta del mondo del lavoro volti ad agevolare le successive scelte giovani.

Saranno, in questo filone di attività, stimulate ulteriormente le forme di alternanza scuola/lavoro perché rappresentino una risposta coerente a un effettivo interesse delle imprese, e momento di individuazione della vocazione personale del giovane, finalizzata alla sua professionalizzazione.

Il bilancio di questi anni di attività registra la costruzione di network relazionali e organizzativi che hanno coinvolto l'Ufficio Scolastico Regionale per il tramite di Unioncamere Regionale, le scuole, le imprese, le associazioni degli imprenditori, gli enti locali, il Centro per l'impiego. Non è mancato il coinvolgimento di altri enti, sindacati, centri di formazione, altre Camere di Commercio soprattutto nella realizzazione di stage oltre i confini provinciali e internazionali a vantaggio degli studenti, delle scuole superiori allo scopo di diffondere la cultura dell'internazionalizzazione, incoraggiare la mobilità transnazionale e favorire la formazione di risorse umane preparate a interagire in ambienti internazionali, in linea con la domanda di competenze espressa dalle imprese, offrendo ai giovani l'opportunità di fare esperienze utili per allargare le prospettive occupazionali ed entrare in un mercato del lavoro sempre più globalizzato.

L'esperienza e know-how formativo accumulati in questo campo saranno valorizzati per consolidare, in collaborazione con le istituzioni scolastiche superiori ma anche con le università, le opportunità di stage e tirocinio in contesti lavorativi internazionali, coerentemente con il forte impegno sull'internazionalizzazione al fine di rispondere all'esigenza del sistema imprenditoriale di avere figure professionali che sappiano muoversi agevolmente in un mercato globalizzato e dispongano di competenze linguistiche, flessibilità e adattabilità ai diversi ambienti lavorativi.

La Camera continuerà a svolgere un "ruolo di anello di congiunzione tra sistema scolastico-formativo e mondo del lavoro", interagendo con gli altri partner del network per assicurare la progettazione e la realizzazione di iniziative formative coerenti con i fabbisogni professionali e formativi delle imprese attive sul territorio.

L'obiettivo nei prossimi anni sarà quello di assumere un ruolo sempre più significativo, agendo come facilitatore dell'incontro tra il mondo della scuola e il sistema economico (imprese, associazioni, ordini professionali, ecc..).

Un obiettivo affidato all'Azienda Speciale INFORMA per un progetto di alternanza scuola-lavoro che sviluppi varie competenze previste dai profili educativi culturali e professionali dei diversi corsi di studio e che per la trasversalità dei contenuti proposti, interessando sia il mondo del lavoro autonomo sia quello del lavoro dipendente, favorisca una più intensa interazione scuola/lavoro/impresa: dalla formazione degli studenti, alla formazione dei docenti, alla realizzazione di alcuni percorsi laboratoriali che gli studenti potranno sviluppare nelle imprese, coadiuvati dai propri docenti ma anche di seminari apprenditivi sulle dinamiche evolutive del mercato del lavoro, sulle nuove professioni richieste dalle imprese più innovative, sulle imprese innovative, di sessioni formative e di project work, rivolti a docenti e referenti aziendali, per la progettazione di percorsi di alternanza innovativi.

📁 INFORMA attiverà anche percorsi a catalogo per offrire la possibilità di personalizzare interventi formativi progettati su specifici bisogni della singola scuola e integrare diverse metodologie (es. didattica laboratoriale, learning week, supporto all'impresa formativa simulata).

Verificherà altresì la replicabilità sul territorio di progetti di altre realtà territoriali, tra quelli valorizzati a livello di sistema quale buona pratica per promuovere la cultura del lavoro per la scuola dell'obbligo.

Particolare rilevanza sarà dedicata ad un programma di stage innovativi.

▪ *Progetto "stage innovativi"*. L'introduzione dei contratti di inserimento al lavoro e del nuovo apprendistato, in uno con la messa a disposizione del mondo delle imprese di contratti a orario ridotto, modulato e flessibile (part-time, lavoro a coppia, lavoro intermittente), non può che spingere verso un recupero della componente formativa e di orientamento dei tirocini soprattutto nell'ambito dei percorsi educativi e formativi. E' del tutto evidente che, in simili casi, viene snaturato il senso stesso dello strumento dello stage formativo o di orientamento che finisce per diventare la rappresentazione di uno stato di necessità che riguarda una quota di giovani di cui si può anche comprendere l'urgenza e le motivazioni sociali, ma che poco o nulla hanno a che fare con gli obiettivi di fondo che sono alla base della messa a punto dello strumento stage.

Non sembrerebbe il caso della provincia di Reggio Calabria dove soltanto il 9% delle imprese risulta aver effettuato stage nel corso del 2009.

Da un'indagine, condotta da Isfol e Repubblica degli Stagisti (giornale on line):

⇒ Appena uno stage su cinque (21,1%) si conclude con l'offerta di un contratto di lavoro per lo più flessibile: a tempo indeterminato il 2,3%, a tempo determinato il 5,6%, a progetto il 6,4% o con una collaborazione occasionale il 6,8%.

⇒ La possibilità di un contratto di lavoro cresce se lo stage è effettuato a completamento di un percorso specialistico di studi: 24,3% nel caso di laurea specialistica e 28,4% di qualifica professionale (rispetto ad una media del 21,1%).

⇒ È molto più facile per i ragazzi italiani trovare un primo e poi un secondo e un terzo stage, che un primo lavoro: quasi la metà (48,4%) ha fatto un solo stage, circa un terzo (32,7%) ne ha fatti due e quasi un quinto (18,9%) ha effettuato 3 o più stage.

⇒ Lo stagista tipo è una ragazza laureata tra i 25 e i 30 anni. L'aspettativa principale è trovare un lavoro (33,2%) e solo per il 24,4% completare la propria formazione.

⇒ A fine stage, se il totale dei contratti offerti dalle piccole imprese (24,7%) è di poco superiore alla media, le grandi imprese offrono più frequentemente un contratto a tempo determinato (10,3%), mentre le piccole imprese maggiormente una collaborazione occasionale (10,6%).

Si tratta di dati che invitano ad una riflessione su quali potrebbero essere gli esiti occupazionali degli stage sulla base di un rapporto strutturato azienda/stagista e non solo formalmente rispondente alla disciplina legislativa.

Una motivazione in più per avviare un innovativo programma che sia supportato da:

➤ una data-base distinto in due sezioni di cui una destinata ai profili degli aspiranti stagisti accompagnati da una sorta di rating assegnato in relazione a parametri predeterminati ed una destinata alle aziende che renda possibile di conoscere in anticipo le condizioni e la qualità formativa dei percorsi offerti e l'esito dei precedenti tirocini .

Quale alternativa, altrettanto valida, ci si potrà avvalere di POLARIS (Portale delle Camere di Commercio per i tirocini e l'alternanza scuola/lavoro) che consentirà, in particolare, la gestione della banca dati delle disponibilità di studenti, candidati ai tirocini formativi ed aziende; quindi, aggiornamento della banca dati interna per la gestione e l'incrocio della domanda ed offerta

dei tirocini formativi; infine costituzione di un Tavolo Tecnico, formato da tutte le istituzioni referenti in materia, in merito alla possibilità di stabilire dei criteri finalizzati alla creazione di un albo referenziato di aziende virtuose che garantiscono standard qualitativi elevati per i tirocini formativi e quanto di seguito ipotizzato.

- da una convenzione Camera/imprese che consenta di riconoscere un rimborso minimo obbligatorio con una quota a carico della Camera;
- da un attestato di fini stage in cui vengano esplicitate le competenze e le capacità maturate dal tirocinante;
- un finanziamento della Camera per promuovere l'occupazione di laureati ,nel caso in cui l'impresa assuma a tempo determinato indeterminato lo stagista che ha concluso con esito favorevole il tirocinio formativo presso la stessa o altra impresa.

Per una nuova imprenditorialità

"Le persone che riescono in questo mondo sono quelle che vanno alla ricerca delle condizioni che desiderano, e se non le trovano le creano"
G.B. Shaw

Continua in provincia, anche se rallentato, il trend di crescita imprenditoriale: nel II trimestre 2010 a fronte di 816 nuove iscrizioni sono state 456 le cessazioni, con il risultato di un saldo attivo di 360 nuove imprese: un tasso di crescita dello 0,73%, inferiore comunque a quello nazionale pari a 0,78%.

Anche se la provincia di Reggio Calabria si posiziona al 96° posto della classifica 2009 redatta da Confartigianato sull'Indice della Qualità della Vita dell'Impresa, con il quale viene misurata la capacità di ciascun territorio provinciale di mettere a disposizione le migliori condizioni per fare impresa.

Diminuiscono però gli "under 30" e aumentano gli "over 70".

"L'invecchiamento della società italiana sembra specchiarsi nella struttura portante della nostra economia... - ha commentato il Presidente di Unioncamere, Ferruccio Dardanello, intervenendo al Meeting di Rimini 2010 nell'ambito di un dibattito sul tema "Sostenere l'imprenditorialità", aggiungendo "è un quadro che desta preoccupazione, perché si ritarda l'ingresso nel mercato di tante energie nuove, quelle che scaturiscono dalle menti più giovani e, anche per questo, potenzialmente più ricche di immaginazione. Quell'immaginazione che, assieme alla competenza, è la materia prima del Made in Italy".

La diagnosi d'invecchiamento della classe imprenditoriale viene confermata, all'estremo opposto della scala anagrafica, dal significativo aumento dei titolari "over 70", cresciuti nel periodo preso in esame in Italia di 16.481 unità (pari ad una crescita del 5,2% nel periodo).

Un fenomeno che riguarda anche Reggio Calabria dove gli over 30 sono l'8,7%(3054) a fronte del 9,6% degli over 70 (3.377) su un totale di 36.121 titolari d'impresa.

Il percorso.

Crescita quali quantitativa dell'imprenditorialità

Per questo è urgente operare per invertire la rotta, per strutturare un sistema che contribuisca a sostenere e coadiuvare gli sforzi di impresa, in particolare quelli delle imprese nuove.

Anche in questo ambito è fondamentale investire sui giovani, sulla loro creatività e energia.

Soprattutto in questo momento congiunturale post crisi, lavorare per favorire l'imprenditorialità giovanile trova due ragioni ulteriori.

La prima è legata alla già rappresentata necessità diffusa di innovazione: favorire l'emersione e la specializzazione di imprese in settori emergenti perché la nostra specializzazione produttiva è quella di vent'anni fa.

La seconda è che una nuova imprenditorialità ha enormi spazi di competitività e di successo nei servizi alle imprese e alle persone.

Nuove e più opportunità per chi vuole fare impresa. Incoraggiare e sostenere la nascita e lo start-up delle imprese, attraverso iniziative mirate a diffondere la "cultura dell'imprenditorialità", attraverso la diminuzione del peso della burocrazia sulla nascita dell'impresa, favorendo l'individuazione di nuove opportunità imprenditoriali (in primo luogo quelle a più elevato contenuto tecnologico) per i giovani e per chi cerca di rientrare nel mondo del lavoro,

promuovendo l'imprenditorialità femminile, lo sviluppo del terzo settore e assistendo il passaggio generazionale.

Ulteriore declinazione di quel "welfare delle opportunità" è favorire lo sviluppo di un mercato dei servizi all'imprenditorialità, il cui risultato atteso è la crescita quali-quantitativa della nuova imprenditorialità.

Per promuovere nuova imprenditorialità occorre creare un contesto territoriale favorevole che:

- *amenti la desiderabilità dell'investire su stessi per crearsi un'occupazione e quindi che rimuova la cultura e la logica del posto ed amenti il comportamento imprenditoriale dei giovani*
- *favorisca l'accesso all'esperienza imprenditoriale;*
- *potenzi lo stock di opportunità imprenditoriali;*
- *agevoli l'accesso e renda fruibili adeguate risorse necessarie per l'avvio di una nuova impresa*

Un obiettivo strategico perseguibile attraverso:

☞ La istituzione presso la Camera di una "Consulta dei e per i Giovani per offrire una sede istituzionale per l'ascolto, lo scambio di opinioni e di comunicazioni, la condivisione di idee, la conoscenza e la proposta di attività perchè i giovani siano protagonisti a pieno titolo dello sviluppo

☞ L'organizzazione di un forum "...un ponte per il futuro dei giovani" sul tema " L'accesso al lavoro, lo spirito di iniziativa e le nuove professioni".

☞ L'implementazione e/o il potenziamento di servizi orientati a:

☞ *L'incentivazione all'imprenditorialità*

Azioni riconducibili all'azione "Scuola, lavoro ,impresa" per diffondere lo spirito e una forma mentis imprenditoriale attraverso il sistema educativo (Principio 1 della Carta europea per le piccole imprese):

- Seminari e campagne di sensibilizzazione sul valore dell'impresa e del lavoro autonomo
- Incontri studenti/imprenditori
- Il concorso provinciale "Scuola, creatività e innovazione", rivolto agli studenti delle scuole medie superiori e dei centri di formazione professionale, e si propone di realizzare tre obiettivi:
 - promuovere, sviluppare e coltivare nei giovani una propensione al pensiero creativo e all'innovazione;
 - sensibilizzare il mondo della scuola sull'importanza, per la crescita sociale ed economica dei territori, di un percorso educativo che tenga conto di temi quali la creatività, l'innovazione, il design e la tutela della proprietà intellettuale;
 - avvicinare i giovani al mondo imprenditoriale nella convinzione che un atteggiamento "imprenditoriale" sia comunque utile in qualsiasi percorso scolastico e lavorativo.
- Concorso per la creatività imprenditoriale nel settore del turismo

Rivolto agli studenti degli istituti secondari di formazione nel settore del turismo che devono preparare un programma di animazione turistica, assegnato da un'agenzia turistica vera, che valuta i risultati dei diversi istituti e aggiudica il premio. I vincitori possono compiere un tirocinio presso l'agenzia.

☞ *Cultura imprenditoriale.*

Potenziamento del "Servizio nuove imprese":

- attività finalizzate alla diffusione della cultura imprenditoriale, alla creazione di nuove imprese , con priorità ai nuovi bacini di impiego ed all'imprenditorialità giovanile e femminile; corsi di formazione alla creazione d'impresa / seminari di orientamento all'auto-imprenditorialità (iniziative brevi di orientamento al mettersi in proprio rivolte ad aspiranti su diverse aree legate all'auto-imprenditorialità:
- in collaborazione con istituti di istruzione secondaria, stimolare lo spirito imprenditoriale attraverso l'istruzione e l'apprendimento

☞ *"Legittimazione" e apprendimento dall'esperienza.*

Dagli stage, ad un programma di mentoring per aspiranti imprenditori collegato ad azioni di scouting su idee imprenditoriali realizzate a monte, all'assistenza (in affiancamento) personalizzata per coloro che intendano mettersi in proprio, alle imprese laboratorio: mini-imprese in cui i giovani possano praticare l'esercizio dell'imprenditorialità in un contesto non simulato, consentendo cioè l'adozione di un approccio di tipo sperimentale alla formazione di capacità imprenditoriali.

Di particolare interesse incontri bilaterali tra imprese di produzioni ed aspiranti commercianti al dettaglio, validi per avviare rapporti di partnership e scambi commerciali fra imprese produzione moda e distribuzione.

☞ *Accesso a opportunità imprenditoriali e alle risorse.*

Dall'aumento dello stock delle opportunità imprenditoriali (la mappatura richiamata in premessa), a misure finanziarie incentivanti la creazione di nuove imprese, al fondo rotativo di seed capital, all'assistenza per la partecipazione a bandi comunitari nazionali e regionali.

Promozione di "Modelli d'imprenditoria elettronica di successo

☞ *Riduzione delle barriere all'imprenditorialità.*

Rispondono a questo obiettivo le azioni ipotizzate sulla misura "semplificazione, in primis il SUAP.

Programma imprese sociali (iniziative innovative per un bene comune)

" ... occorre che nel mercato si aprano spazi per attività economiche realizzate da soggetti che liberamente scelgono di informare il proprio agire a principi diversi da quelli del puro profitto, senza per ciò stesso rinunciare produrre valore economico. Le tante espressioni di economia che traggono origine da iniziative religiose e laicali dimostrano che ciò è concretamente possibile" "l'imprenditorialità ha e deve sempre più assumere un significato plurivalente"

Benedetto XVI, enciclica Caritas in veritate, 2009-nn.37, 41

E' il riferimento ad una imprenditorialità diffusa, che va oltre la distinzione tra privato e pubblico e apre al travaso di competenze tra il mondo *profit* e quello *non profit*.

E' un "fornire una risposta all'esigenza che l'attività economica non prescinda «dalla gratuità, che dissemina e alimenta la solidarietà e la responsabilità per la giustizia e il bene comune» (n. 38). È certamente corretta l'affermazione che anche le organizzazioni *non profit* sono forme di impresa, in quanto condividono con le altre l'esigenza di generare al proprio interno le risorse per sostenersi. In coerenza con la scelta metodologica di puntare a saldare l'obiettivo ideale con la concretezza della realtà, tali organizzazioni non sono presentate come forme esclusive, ma coesistenti e operanti in «un mercato nel quale possano liberamente operare, in condizioni di pari opportunità, imprese che perseguono fini istituzionali diversi. Accanto all'impresa privata orientata al profitto, e ai vari tipi di impresa pubblica, devono potersi radicare ed esprimere quelle organizzazioni produttive che perseguono fini mutualistici e sociali. È dal loro reciproco confronto sul mercato che ci si può attendere una sorta di ibridazione dei comportamenti d'impresa e dunque un'attenzione sensibile alla civilizzazione dell'economia. Carità nella verità, in questo caso, significa che bisogna dare forma e organizzazione a quelle iniziative economiche che, pur senza negare il profitto, intendono andare oltre la logica dello scambio degli equivalenti e del profitto fine a se stesso⁸⁹.

Il convegno regionale "L'imprenditoria sociale per la buona occupazione in Calabria", organizzato dalla Camera dei Commercio di Reggio Calabria è stato un momento di confronto e di riflessioni sulle cui risultanze la Camera intende avviare un programma di azioni che abbiamo al centro "l'impresa sociale" e che attivi una collaborazione operosa con "il terzo settore" sia per la sua crescente rilevanza occupazionale ed economica delle sue organizzazioni, sia perché è diretto a soddisfare una domanda di servizi sempre più strutturata proveniente dalla nostra società.

La Camera di commercio di Reggio Calabria intende essere sede idonea a promuovere una nuova stagione di dialogo tra i produttori di sviluppo profit e non profit, pubblici e privati nella più ampia visione dell'economia civile, che integra i principi dello scambio, dell'equità e della reciprocità, offrendo il terreno culturale adatto perché questo dialogo dia buoni frutti.

"Per come è articolato, però, il nostro ordinamento - ha aggiunto il presidente di Unioncamere - percepisce la sussidiarietà ancora 'alla rovescia' e cioè come un'istanza cui lo Stato - e le sue articolazioni istituzionali locali - ricorre quando "non ce la fa" ad assolvere ai propri compiti. E' una visione che va ribaltata - ha detto Dardanello - per mettere al centro la persona e la sua capacità di individuare meglio e prima le risposte alla sue esigenze, attraverso la propria capacità di auto-organizzarsi all'interno di regole applicabili e applicate".

⁸⁹ G.Zanetti * Professore di Economia dell'impresa e di Economia industriale nell'Università di Torino - Caritas in veritate:orientamenti per un'economia in crisi"

C'è bisogno di sussidiarietà "perché intorno al principio di sussidiarietà si può disegnare una rotta di rinnovamento profondo della nostra società, valorizzando le sue forze più vive e intraprendenti. Per come è articolato, però, il nostro ordinamento percepisce la sussidiarietà ancora alla rovescia' e cioè come un'istanza cui lo Stato - e le sue articolazioni istituzionali locali - ricorre quando non ce la fa ad assolvere ai propri compiti. E' una visione che va ribaltata per mettere al centro la persona e la sua capacità di individuare meglio e prima le risposte alle sue esigenze, attraverso la propria capacità di auto-organizzarsi all'interno di regole applicabili e applicate"⁹⁰.

Un segno che esiste una domanda crescente di sussidiarietà che non va trascurata.

"Auspichiamo e lavoriamo per una Calabria più competitiva ma anche più giusta ed equilibrata. E questo potrà avvenire investendo sull'innovazione e lavorando per un cambiamento imprenditoriale, attraverso la crescita del capitale umano e sociale disponibile a cogliere le opportunità senza cadere nell'opportunismo speculativo e senza freni di cui stiamo pagando oggi le conseguenze. Abbiamo bisogno di nuovi stili di imprenditorialità e di management che innovino alcuni fondamentali dell'impresa tradizionale. Dunque, nuove forme di impresa che integrino il valore aziendale strumentale con la valorialità del finalismo imprenditoriale"⁹¹.

Negli ultimi cinque anni le imprese private nei settori del sociale, dall'istruzione alla sanità ai servizi alla persona, sono aumentate in Calabria complessivamente di oltre il 10% pari a 450 nuove imprese, come in Italia, contro una flessione del totale dell'imprenditoria italiana dello 0,9 % (dato Italia + 1,5%).

"La crisi attuale dimostra il limite principale dello scopo di lucro individuale, dal momento che la cooperazione e la fiducia reciproca sono fondamentali per tutti i rapporti umani, che comprendono le relazioni economiche. Poiché la fiducia genera fiducia e la diffidenza genera diffidenza, il "circolo vizioso" della diffidenza dev'essere trasformato in un "circolo virtuoso" di cooperazione e crescita reciprocamente sostenute"⁹².

Peraltro già oggi le imprese sociali, anche in Calabria, sono un asset importante del contesto economico: n.1.152 le imprese registrate (226 in provincia di Reggio C., circa il 20%) e n. 5191 gli addetti, con un incremento del 155% in un decennio dal 2001 ad oggi (al 2001 erano 452 con 662 addetti): 1.315 in provincia di Reggio Calabria, circa il 25%.

I dati più precisi riguardano la cooperazione sociale, ovvero il modello di impresa a finalità sociale più diffuso e consolidato:

▼449 (il 4,8% del dato Italia) quelle attive al 31 dicembre 2009 in Calabria di cui 201 in provincia di Reggio C. (45% del dato regionale),

▼circa 20.000 i soci e 896 lavoratori occupati pari ad un numero medio di 5 unità per la regione e 14 per la provincia di Reggio Calabria.

***"Tutti fanno cambiamenti.
Gli imprenditori sociali sono decisivi in questo cambiamento:
hanno una visione e il loro impatto è notevole."
William "Bill" Drayton ⁹³***

Il no profit rappresenta pertanto un asset importante del contesto economico ed è un ammortizzatore sociale utile, soprattutto nella fase in cui la crisi cominciamo a lasciarcela alle spalle. Può ammortizzare infatti la crescita della disoccupazione ed il ristagno dei consumi, in una logica di solidarietà tradotta in una forma imprenditoriale sociale attiva nel contesto socio economico: un sociale connesso con l'imprenditorialità che riflette quanto in versione negativa enunciato dalla nostra Costituzione all'art. 41 laddove afferma che l'iniziativa economica privata è libera ma non può svolgersi in contrasto con l'utilità sociale.

⁹⁰ F.Dardanello, Presidente Unioncamere, 4 febbraio 2010, alla presentazione del quarto rapporto della Fondazione per la Sussidiarietà.

⁹¹ Antonio Stefano Caridi, Assessore Regionale attività produttive-Intervento al Convegno Regionale "L'imprenditoria sociale per la buona occupazione in Calabria", Reggio C. 6 ottobre 2010."

⁹² Amartya Sen "Per uno sviluppo umano: legalità, fiducia, cooperazione". Rivista "Etica" n.2/2009. Intervista di Germano Bertin

⁹³ Nominato da *US News & World Report* come uno di America's 25 Best Leaders nel 200, è l'attuale presidente e fondatore di "Ashoka: innovatori per il pubblico", un'organizzazione non-profit dedicata alla ricerca e favorire imprenditori sociali in tutto il mondo

E lo spazio crescente che questo settore sta occupando nel campo della produzione di servizi sociali è la conseguenza della divaricazione che si è aperta tra domanda e offerta di servizi, alimentata dall'invecchiamento della popolazione, dai fallimenti dei settori pubblico e privato nel soddisfare questa domanda e dalla riduzione dei sistemi di welfare, anche in ragione della loro sostenibilità finanziaria.

Ma rappresenta anche un punto di forza verso quell'economia sociale del mercato su cui impostare una nuova idea di sviluppo.

Economia sociale di mercato che significa *"non basta lasciar fare al mercato quanto il mercato va orientato al bene comune"*.

Una nuova idea di sviluppo non focalizzata soltanto sui punti di forza del territorio, ma fondata sul bene comune.

A tutto questo può certamente concorrere un substrato diffuso di imprese sociali in quanto assicura la sostenibilità dei processi di sviluppo nel lungo periodo, perché combatte quel profondo senso di incertezza e insicurezza, così diffuso nella nostra società, che alimenta il disagio degli esclusi o anche di chi, pur disponendo di un livello di reddito adeguato, è insoddisfatto della propria qualità della vita.

Ciò vorrà dire interrompere il circolo vizioso di un terzo settore con una identità debole e frammentata, ripiegato in funzioni di supplenza della Pubblica Amministrazione e arroccato nell'ambito delle problematiche dell'emarginazione e della povertà.

Occorre avviare un nuovo ciclo in cui le imprese di reciprocità, e cioè tutte le organizzazioni impegnate a produrre valore sociale, pongano le problematiche, le specificità e le potenzialità di cui sono portatrici al servizio della realizzazione di nuove politiche di sviluppo, che sempre di più necessitano anche del loro apporto per affrontare in modo compatibile ed efficace i problemi del nostro tempo⁹⁴.

In relazione al protocollo d'intesa Unioncamere-Forum Terzo Settore siglato l'intesa per lo sviluppo del non profit sottoscritto il 29 novembre 2007 e sulle risultanze del realizzato e soprarichiamato Convegno Regionale l'impegno prosegue lungo le seguenti direttrici:

📁 Avviare un osservatorio quale strumento:

📁 di rilevazione ed analisi sulla consistenza e le caratteristiche dell'economia civile (o del terzo settore o del privato sociale o dell'altra economia, espressioni che hanno sfumature di significato diverse ma spesso usate come sinonimi)

📁 di riflessioni e confronto tra il sistema imprenditoriale, del non profit, le Università

📁 che attivi una capacità di relazionare la dimensione conoscitiva con quella progettuale per promuovere la dimensione imprenditoriale di rete ed innovativa dei soggetti dell'economia civile per aiutarli a sviluppare volontà e capacità sia di investire in qualità, efficienza e trasparenza, sia di dar vita ad iniziative di rete volte al perseguimento dell'interesse generale con l'assunzione di responsabilità basate sul principio di sussidiarietà.

📁 Candidare Reggio Calabria perché ospiti l'appuntamento annuale sulle giornate dell'economia civile, sinora svolte a Bertinoro (FC).

📁 Servizi promozionali ed incentivi per:

📁 Promuovere la convenienza del creare imprese sociali, perché sia superata la falsa ed errata sua concezione "quale formula buonista e disperata di un'organizzazione approssimativa, residuale ed assistita".

Valorizzare, da una parte, il suo essere una formula imprenditoriale, come dicono sociologi ed economisti, del "profitto del non profitto", che si connota per la qualità dei servizi (di livello superiore a quello delle imprese di servizi tradizionali privati for profit e pubblici), per la filiera corta produttiva ed erogativa, per il vantaggio competitivo derivante dal partenariato tra "capitale umano dipendente e retribuito" e "capitale umano volontario dipendente funzionalmente e sempre più professionalizzato"; dall'altra, la sua indispensabilità nella logica della sussidiarietà, intesa come "filiera sussidiaria aziendale" perché capace di presidiare la coerenza strategica della partnership fra pubblico e privato e fra privato e privato. Per fare questo occorre investire in informazione e formazione.

📁 Incentivare l'adeguamento alla nuova normativa superando le forme giuridiche precedenti del settore non profit, per costruire realmente un sistema tripolare ridimensionando la concezione errata che il sistema è solo bipolare e cioè pubblico e privato for profit. Il modello diventa in questo caso anche testimonianza in una società che deve ritrovare il senso positivo

⁹⁴ Osservatorio dell'economia civile della Casmera di Commercio di Torino-"Mercato e beni di reciprocità" (P.Ossola e A.Cugno)

della solidarietà e della fiducia. I calcoli sui vantaggi fiscali o altro, legati alla registrazione o meno quale impresa sociale, si tradurrebbero nell'accentuazione di quell'economicismo che nelle enunciazioni si critica e si vuole superato.

Un'azione che muove da un dato da approfondire: delle complessive 226 unità registrate al registro delle imprese delle Camere di Commercio soltanto 131 quelle riconducibili alla normativa di cui alla legge n.118/05, dlgs n. 155/06 e decreti attuativi dell'11/04/08 .

☐ Elevare la competitività delle imprese sociali perché non svolgano soltanto una funzione di ammortizzatore sociale ma generino reale e nuova occupazione perseguendo i livelli dimensionali nazionali. A tale fine saranno sperimentati ,nell'ambito del programma SMI, interventi specifici per la diffusione della cultura manageriale tra le organizzazioni del Terzo Settore.

Se è vero che le cooperative sociali impiegano, in media, 14 dipendenti rispetto ai 5 della Calabria, sono molto distanti da quella media nazionale che è di 29,6.

Perché ciò si realizzi occorre giocare alla pari con il privato for profit tramite la creazione di società di capitale senza distribuzione di utili e il miglioramento degli indicatori aziendali che oggi registrano valori di circa un quinto di quelli nazionali: (valori 2008 in migliaia di euro) patrimonio netto 24,4 a fronte di 110; ricavi delle vendite 142,8 a fronte di 589; valore della produzione 138,7 migliaia di euro a fronte di 730 dell'Italia; costo della produzione di 292 a fronte di 717 dell'Italia; capitale medio per soci di 0,070 migliaia di euro a fronte di 0,412 dell'Italia; una patrimonializzazione per socio di 0,069 migliaia di euro a fronte di 1,986.

Ne conseguono obiettivi operativi/azioni/risultati attesi nel 2011

Obiettivi	Azioni	Risultati attesi ed indicatori
III.3.4.1 La Camera "Laboratorio territoriale per il raccordo tra domanda ed offerta di formazione e lavoro "	III.3.4.1.1 Scuola, lavoro e impresa: investire sui giovani attraverso l'orientamento al mercato del lavoro e lo sviluppo della cultura d'impresa. III.3.4.1.2 Alternanza -scuola lavoro	-Completamento e diffusione sulla mappatura delle opportunità imprenditoriali e dei profili professionali -Evento sulle previsioni occupazionali 2011 da indagine dell'Osservatorio Excelsior -Realizzazione di n. 2 percorsi guidati scuola/lavoro/impresa, di cui: • 1 di orientamento agli studi che coinvolga almeno n.4 scuole della Media Inferiore • 1 di orientamento al mondo del lavoro che coinvolga almeno n. 35 giovani in cerca di occupazione • 1 di orientamento al mondo dell'impresa che coinvolga almeno 30 portatori di idee imprenditoriali -Formazione di tutor scolastici ed aziendali attraverso il coinvolgimento di almeno 5 scuole e 5 imprese d cui almeno 1 nell'area jonica ed 1 nell'area tirrenica -Programma "Stage innovativi": • creazione di un data-base stagisti/aspiranti stagisti e imprese • stipula di almeno n.3 convenzioni con imprese che riconoscano un rimborso minimo obbligatorio agli stagisti, integrato da una quota camerale e che a fine stage rilascino un attestato delle capacità e competenze • bando per incentivi finanziari a favore delle imprese che assumano gli stagisti -Attivazione di stage in contesti lavorativi internazionali per almeno 1 scuola . -Progettazione di un percorso per il reclutamento di un "tutor interaziendale" nell'alternanza scuola- lavo -Diffusione della conoscenza dei principali servizi web sugli stage, nel corso di un evento pubblico sulla presentazione del programma: almeno 200 partecipanti

<p>II.3.4.2 Per una nuova imprenditorialità</p>	<p>III.3.4.2.1 Crescita quali quantitativa dell'imprenditorialità, in un contesto favorevole</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Sviluppo sul sito web di un servizio nuove imprese, che consenta l'interattività on line lungo un percorso che va dall'orientamento, all'avvio dell'attività, alla gestione della fase di start up. -Realizzazione del Forum "...un ponte per il futuro dei giovani - Progetto di formazione imprenditoriale "A scuola d'impresa, finalizzato ad incoraggiare lo spirito imprenditoriale tra studenti e non, promuovendo la mentalità più adatta, la consapevolezza delle occasioni offerte dalla carriera autonoma e le capacità professionali: -N.3 eventi (in città, area ionica, area tirrenica) che coinvolgano in media 50 partecipanti. -N.3 incontri formativi per imprenditori sui temi critici della gestione d' impresa, sulla base delle risultanze delle analisi dei manager del progetto SMI -Attivazione di una collaborazione con "Universitas Mercatorum" per azioni formative e-learning destinati ad imprenditori, quadri, lavoratori occupati nelle imprese -Concorso provinciale "Scuola, creatività ed innovazione" -Bando sui "Modelli d'imprenditoria elettronica di successo": selezione del migliore progetto, accompagnamento e finanziamento per la sua implementazione e avvio
	<p>III.3.4.2.2 Programma imprese sociali</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Bando per la capitalizzazione delle imprese sociali:da coinvolgere almeno 5 imprese -Sostegno organizzativo per la realizzazione di un meeting annuale delle imprese del terzo settore -Creazione di imprese sociali in settori innovativi:incentivazione che ne promuova la creazione di almeno tre



Mare
Tirreno

Mare Jonio

AREA STRATEGICA IV

LA QUALITA' E COMPETITIVITA' DEL TERRITORIO

Indirizzo strategico

Promuovere un contesto favorevole alle imprese per nascere e svilupparsi e per attrarre investimenti esterni.

Lo sviluppo economico della provincia nasce e si alimenta sul territorio, inteso non solo come spazio fisico in cui si esplica l'attività produttiva, ma anche e soprattutto come spazio economico e relazionale. Valorizzare il territorio significa pertanto innescare percorsi virtuosi di sviluppo che coinvolgono dotazioni materiali, la specializzazione produttiva, la qualità ambientale, le risorse immateriali.

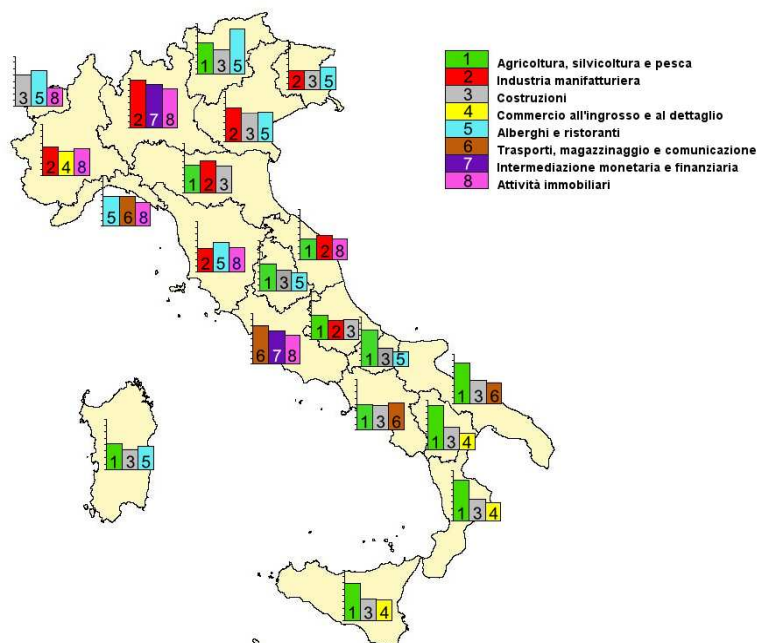
Conta la specializzazione produttiva nel migliorare la competitività del territorio?

L'interrogativo ha senso se si sposta l'analisi dal piano dell'impresa per considerare la posizione di singole realtà territoriali. In questa prospettiva emerge infatti l'enorme peso della globalizzazione, con il massiccio intreccio degli scambi internazionali. Quanto più una singola economia riesce a sviluppare conoscenza ed esperienza in un determinato ambito produttivo tanto più la sua posizione negli scambi si rafforza. Al di là del vantaggio particolare, è possibile che emergano rilevanti esternalità per l'intera economia. In ultima analisi, questi risultati trovano concretezza nella crescita di valore dei prodotti esistenti, a sua volta risultante da significativi avanzamenti della loro qualità o dall'inserimento nella gamma produttiva di beni capaci di meglio rispondere all'evoluzione delle attese della domanda (quindi caratterizzati da un significativo avanzamento tecnologico).

Diviene pertanto comprensibile la crescente attenzione verso i punti di forza e le opportunità che possano accrescere la possibilità di aumentare il grado di specializzazione di un'economia. Dal momento che è strettamente collegata alla possibilità di generare incremento di valore effettivo in ciò che si produce e quindi della ricchezza collettiva, essa è all'origine della dinamica della produttività e, in ultima analisi, della competitività di un Paese⁹⁵, di una regione.

L'economia della provincia è fondata sulla numerosità frammentata di tante micro e piccole imprese operanti prevalentemente in settori tradizionali.

⁹⁵ F. Boffa (Università di Macerata e Ceris-Cnr), S. Bolatto (Collaboratore Ceris-Cnr), G. Zanetti (Università di Torino e Ceris-Cnr) Specializzazione produttiva e crescita: un'analisi mediante indicatori- Working Paper Ceris-Cnr, N° 1/2009



Per migliorare la competitività del sistema produttivo l'impegno della Camera sarà a 360°, teso a valorizzare tutte le vocazioni e le risorse della provincia, a partire dal sostegno ad una consistente ed avanzata ripresa della realtà manifatturiera.

INDICATORI STRATEGICI DI OUTCOME (TRIENNALI)

1. Realizzazione di almeno l'80% degli obiettivi strategici della presente Area: requisito minimo di realizzazione l'attualizzazione del 50% degli indicatori per ogni obiettivo
2. Attivazione della rete negozi di vicinato, ristoranti, laboratori artigiani sulla promozione e commercializzazione delle produzioni tipiche locali
3. Soddisfazione dei partecipanti alle iniziative seminari, di formazione, meramente informative che verranno realizzate nell'ambito dell'Area, sia della Camera che delle Aziende Speciali, da misurare sulla base di un questionario strutturato che preveda anche la possibilità che i partecipanti esprimano oltre che il gradimento anche suggerimenti, valutazioni: valutazione negativa non superiore al 25%.

Obiettivo strategico IV.1

Rafforzare la specializzazione produttiva e valorizzare le eccellenze produttive locali anche nell'ambito della più ampia promozione del made in Italy

INDICATORI STRATEGICI (TRIENNALI)

1. Incremento di almeno il 30% nel triennio 2011-2013 rispetto al triennio 2008/2010, del numero di soggetti coinvolti nelle iniziative in tema di turismo, artigianato, agroalimentare
2. Studio monografico sull' "economia del mare" e analisi congiunturale, almeno annuale, sull'andamento dei settori che costituiscono la filiera
3. Realizzazione di un progetto transnazionale per la valorizzazione della filiera enogastronomica aderente alla "dieta mediterranea"
4. Realizzazione del progetto sulla valorizzazione della filiera del legno

Le linee guida del percorso verso l'obiettivo individuano i seguenti **piani operativi, tutti funzionali a "Riorganizzare e qualificare la struttura produttiva locale", coerente all'indirizzo di "Europa 2020" "sviluppare strategie di specializzazione intelligente"**:



IV.1.1. TURISMO

Il turismo provinciale e così della regione si connota per grado di internazionalizzazione tra i più bassi d'Italia a causa della incidenza della componente straniera molto bassa rispetto alla media nazionale (Reggio Calabria 12,2%, Calabria 15,6% a fronte del 41,8% dell'Italia), per la stagionalità elevata.

Il turismo provinciale e così della regione si connota per grado di internazionalizzazione tra i più bassi d'Italia a causa della incidenza della componente straniera molto bassa rispetto alla media nazionale (Reggio Calabria 14,7%, Calabria 21,5% a fronte del 32,8% dell'Italia), per la stagionalità elevata: il prodotto turistico montano è particolarmente competitivo nel mese di agosto dove, oltre al dato nazionale, la provincia di Reggio Calabria è seconda solo alla regione Molise) e per un indice di utilizzazione media dei posti letto annuo basso ma con un trend in crescita (dal 16,5% del 1998 al 37% del 2009 superiore alla media regionale che è stata del 36,8% e rispetto 43,7% dell'Italia).

Complessivamente incoraggianti i dati rilevati dall'Osservatorio Turistico della provincia curato dalla Camera in collaborazione con ISNART⁹⁶ nel terzo trimestre 2010:

Durante la stagione estiva del 2010 le strutture ricettive della provincia di Reggio Calabria registrano un saldo di occupazione delle camere pari al 54,4%, lievemente al di sotto della media regionale (59,6%) e nazionale (64,5%) ma il confronto con i risultati ottenuti nello stesso trimestre del 2009 mette in luce un miglioramento della performance turistica provinciale, considerando che il tasso di vendita delle camere aumenta di +7,9 punti percentuali. Risultati positivi anche in relazione al rallentamento delle vendite registrate nel trimestre estivo a livello regionale (-3,7 punti percentuali) rispetto all'anno precedente. In termini di aree-prodotto, la variazione positiva della media di occupazione del trimestre è dovuta principalmente alle località balneari che passano dal 44,2% (nel 2009) al 55,2% di occupazione nel 2010 con un distacco di +11 punti percentuali.

Per contro, la crescita del saldo occupazionale rispetto al 2009 riguarda in modo pressoché omogeneo sia il comparto alberghiero che quello extralberghiero.

Nei singoli mesi della stagione estiva le strutture ricettive registrano un tasso di occupazione del 44,6% a luglio, del 64% ad agosto e del 28,7% a settembre (dati provvisori), lievemente inferiore all'andamento regionale. Il picco delle vendite avviene durante la settimana di ferragosto (13-21 agosto) quando si raggiunge un'occupazione di quasi 8 camere ogni 10 disponibili.

Rispetto alle vendite realizzate nell'estate del 2009, si evidenzia una performance complessivamente migliore con una variazione positiva di +2,7 punti percentuali a luglio, +12,9 ad agosto mentre si distanzia settembre con un lieve calo (-6,8 punti percentuali).

Nel dettaglio ricettivo, il comparto alberghiero mantiene lungo il trimestre tassi di occupazione più elevati rispetto alle strutture extralberghiere che riescono ad allinearsi all'hôtellerie solamente nel mese di agosto. Nello specifico:

- le strutture alberghiere vendono il 53,1% di camere a luglio e il 65,7% ad agosto realizzando, rispettivamente, +7 e +9 punti percentuali rispetto all'anno precedente; a settembre, invece, sono occupate il 32,7% di camere (-9,3 punti percentuali a confronto con il 2009);
- il comparto extralberghiero, invece, occupa il 37,4% a luglio ed il 62,6% ad agosto: se il mese di luglio si avvicina ai risultati del 2009, ad agosto si ottengono più vendite (+17,3 punti percentuali).

⁹⁶ Istituto Nazionale di Ricerche Turistico S.c.p.a., partecipata dalla Camera

Al contrario, a settembre sono vendute il 25,3% di camere con un lieve calo rispetto all'anno precedente (-3,4 punti percentuali).

Nella provincia il livello di occupazione medio delle camere del **prodotto mare** per il 2009 è pari al 33,1% con un incremento rispetto al 2008 di 2,8 punti percentuali. Diminuisce, inoltre, il differenziale negativo rispetto al dato nazionale -5,7% nel 2009 contro il -10,8% registrato nel 2008. In generale, quindi, il dato di Reggio Calabria assume un valore di rilievo dal momento che è l'unico rilevato nei diversi contesti territoriali presi in esame ad aumentare nel confronto con l'anno precedente.

Direttrici operative

Sostenere il processo di qualificazione di una offerta competitiva: Dal turismo quale prodotto al turismo quale sistema di ospitalità

La direzione obbligata è l'evoluzione dal turismo come prodotto al turismo quale sistema di ospitalità: occorre avere prodotti speciali e di qualità come strumenti del marketing territoriale, ma anche una diversa attenzione alle reti logistiche del turismo e alla valorizzazione dei prodotti del territorio, la sicurezza del turismo, per promuovere al meglio le nostre risorse turistiche sui mercati nazionale e internazionale e far fronte alla concorrenza nel Bacino del Mediterraneo e alle prospettive, in termini di indotto turistico, dei Paesi dell'Est Europa.

Perché il settore si evolva come sistema di servizi della ospitalità che valorizzi nell'offerta tutte le ricchezze paesaggistiche, ambientali e storico-culturali.

Il percorso

☞ Continuerà l'impegno della Camera per migliorare la qualità dell'offerta turistica: marchi di qualità per le strutture ricettive e della ristorazione fattore strategico di sviluppo ma anche la creazione di distretti turistico-ricettivi: congrua offerta di posti letto, collegamento in rete delle diverse strutture presenti (alberghi, pensioni, agriturismi, camping); adeguata formazione degli addetti; possibilità di fruire nell'ambito di un unico sistema di gestione, di tutte le risorse del territorio (non solo la ricettività alberghiera ed extralberghiera in senso stretto ma tutto quell'insieme di risorse e fattori, dalle infrastrutture all'ambiente ai trasporti alla sanità; efficiente rete di servizi che migliori accoglienza ed ospitalità e consenta al turista di poter fruire (alberghi, ristoranti, B&B, agriturismi e stabilimenti balneari).

☞ Un osservatorio sul turismo provinciale, che non si esaurisca nel semplice monitoraggio dell'andamento del settore, ma che si qualifichi soprattutto quale luogo di incontro tra i soggetti associativi, istituzionali e tecnici, per analizzare e dibattere le problematiche inerenti il turismo, elaborare una strategia globale che consenta l'attuazione di una politica di sostegno e miglioramento unitaria ad ampio raggio che faccia leva e coinvolga la pluralità dei soggetti che vi operano. Ciò significherà fare sistema e strategia per il turismo.

☞ Un "Laboratorio dell'innovazione" che informi e sia di supporto alle imprese e che sulla base dei risultati delle analisi sul territorio e sulla base dei percorsi di qualità e delle esigenze di crescita espresse dalle imprese, permetta di individuare le innovazioni di processo, nonché di prodotto in senso turistico e di divulgarle agli operatori mutuandole in best practices condivise soprattutto innovative.

E così il ricorso alle nuove tecnologie, dall'automazione di funzioni tradizionali, alla connettività, al "prosumerismo"⁹⁷.

Ma anche per definire progetti ed iniziative volti a promuovere i diversi possibili tipi di cooperazione economica sulla base di un approccio integrale della filiera del turismo, nelle sue molteplici sfaccettature, sia nella produzione di beni che nella fornitura di servizi.

☞ Nel mercato attuale, ormai da oltre 20 anni, si constata uno spostamento dell'attenzione dalle destinazioni alle motivazioni di viaggio, dai "dove" ai "perché", "dalle vacanze" ai "turismi".

E questo comporta la necessità di affrontare non più solo un mercato monolitico fatto di domande stereotipate, ma una grande quantità di "famiglie tematiche", che a loro volta danno luogo ad una moltitudine di nicchie.

La domanda quindi, in senso lato, segue la "teoria delle lunghe code"⁹⁸: non è più una massa ("turismo di massa"), non è solo una nicchia ("turismo specializzato") semmai è una massa di

⁹⁷ Un termine che esprime il concetto di superamento della distanza tra produttore e consumatore: le imprese sono sempre più informate sui gusti dei consumatori che assumono sempre più un ruolo attivo

nicchie ("tutto quello che si può fare nei territori"). È necessaria quindi una valutazione e un'adeguata promozione di risorse apparentemente "minori", ma che se opportunamente strutturate possono andare ad incontrare nicchie di domanda magari anche piccole e sparse, che però nella loro diffusione internazionale portano a numeri consistenti e di sicuro interesse per l'offerta locale. Numerose sono le risorse turistiche del territorio reggino che generano diverse le motivazioni di vacanza, in grado di essere fruite attraverso un soggiorno stanziale, programmando il trasporto aereo più transfer, o in maniera itinerante sul territorio attraverso un trasporto collettivo (pullman) o individuale (auto, camper, bici, moto).

Promuovere un'offerta che privilegi itinerari di prodotto, eccellenze puntuali ed iniziative che rispondano alla domanda di turismo "sociale" e "responsabile", oggi più che mai all'attenzione dell'opinione pubblica.

📁 Incentivi finanziari a supporto di programmi di incoming che valorizzino anche la struttura aeroportuale reggina e per il co-finanziamento di progetti incoming rivolti alla commercializzazione dell'offerta turistica

Ne conseguono obiettivi operativi/azioni/risultati attesi nel 2011

Obiettivi	Azioni	Risultati attesi ed indicatori (2011)
IV.1.1.1 Dal turismo quale prodotto al turismo quale sistema di ospitalità .	IV.1.1.1.1 -Promozione e mantenimento del Marchio Ospitalità Italiana IV.1.1.1.2 -Per promuovere l'innovazione nel settore :dai processi ai prodotti alla commercializzazione dell'offerta (Laboratorio per l'innovazione) IV. 1.1.1.3 Promozione dell'offerta	-Certificazione delle imprese di settore :aumento di almeno il 5% rispetto al 2010 -Osservatorio del turismo: almeno un incontro tra i soggetti più rappresentativi del "sistema" sull'analisi delle risultanze -Studio di fattibilità sulla creazione di uno più distretti turistici ricettivi - Perché e come innovare: percorso di una giornata per operatori del settore che dia seguito alle risultanze del forum dell'innovazione 2010 dedicato appunto al turismo:coinvolgimento di almeno 20 operatori - Bando che incentivi itinerari di prodotto, eccellenze puntuali ed iniziative che rispondano alla domanda di turismo "sociale" e "responsabile": ammissione dei almeno 5 soggetti - Bando per il finanziamento di progetti incoming rivolti alla commercializzazione dell'offerta turistica: almeno 1 progetto



IV.1.2.COMMERCIO

"All'interno di una comunità dove il piccolo commerciante non esiste più, si spegne la comunicazione, c'è la desertificazione dell'umanità..."

Daniel Pennac, scrittore francese

⁹⁸ Formulata per la prima volta da Chris Anderson (www.longtail.com), direttore della rivista Wired, la teoria della lunga coda mette in relazione i cambiamenti tecnologici legati a internet e al web 2.0 con i modelli economici delle vendite di prodotti. Il web quindi ha cambiato le regole del mercato, perché è un canale di vendita e distribuzione potenzialmente infinito, in grado di raggiungere utenti sparsi in tutto il mondo, peraltro a costi relativamente bassi.

Il settore del commercio e della distribuzione di merci, ha assunto un ruolo di primo piano nello sviluppo del sistema economico reggino, arrivando oggi a produrre circa il 14,8% del PIL provinciale, a fronte dell'11,7% dell'industria ed il 20% dell'occupazione complessiva, il 35,5% del totale delle imprese della provincia registrate al 31/12/2009 mentre la quota regionale è del 34,2% e la nazionale 27,3%.

Tuttavia, l'importanza della distribuzione commerciale risiede anche nella sua capacità di attuare cambiamenti radicali in tutta la catena del valore per rispondere alla evoluzione della domanda dei consumatori e alla segmentazione dei comportamenti di acquisto.

Sul lato della domanda, infatti, il mutamento degli stili di consumo e delle aspettative del consumatore, che prendono in considerazione non solo i beni da acquistare ma anche i contesti di acquisto, le modalità di vendita, la provenienza dei prodotti, fa continuamente evolvere l'offerta verso nuovi standard di qualità ed equilibri dinamici che trasformano l'acquisto ed il consumo in esperienza di socializzazione (*shopping experience*) sempre più attenta al contesto in cui l'offerta è collocata.

Sul lato dell'offerta, a fronte di 531 medie strutture e 35 grandi strutture, il tessuto di esercizi di prossimità e di negozi indipendenti si conferma, con gli 11.291 punti vendita (il 65% dell'intera rete commerciale al 2009) come rete capillare e risorsa insostituibile per garantire un'offerta varia, prossima e di qualità sull'intero territorio reggino.

La competitività degli esercizi di prossimità si gioca, oltre che su fattori e qualità proprie del singolo operatore, sulla loro capacità di fare sistema e di organizzare un'offerta integrata di qualità - similmente a quanto riesce ad ottenere un centro commerciale attraverso la gestione coordinata dei punti vendita - valorizzando le rispettive sinergie e complementarità; tali leve competitive risultano tanto più agevoli da attivare ed efficaci quanto più si sia in presenza di un contesto multisettoriale attrattivo e integrato, atto a sostenere l'offerta commerciale con reciproci benefici.

In tale ottica, riacquista piena vitalità lo storico legame tra commercio e città e si evidenzia come la ricca tradizione commerciale urbana di una realtà come quella reggina, rappresenti oggi una poderosa leva competitiva per la qualificazione del nostro sistema economico e sociale.

Piccoli negozi chiudono e la città diventa un deserto: la citazione di Daniel Pennac, uno dei più affermati scrittori contemporanei dipinge il rischioso scenario di un piccolo paese o una cittadina di provincia spoglia di negozi al dettaglio.

Eppure negli ultimi anni si assiste a una lenta ma graduale chiusura dei negozi sotto casa, n.557 gli esercizi commerciali al dettaglio alimentare che hanno chiuso tra il 2002 e il 2009, soppiantati il più delle volte da impersonali agenzie immobiliari, finanziarie, banche o generici uffici o studi o franchising di scarso valore.

Le cause di questo fenomeno sono sicuramente riconducibili alla creazione di imponenti centri commerciali, supermercati e hard discount che con la politica del ribasso dei prezzi rendono difficoltosa la sopravvivenza del negozietto. Ad accompagnare questa selvaggia guerra al prezzo più basso si aggiunge la crisi che nell'ultimo anno ha colpito tutti i settori dell'economia, penalizzando i lavoratori italiani che per sbarcare il lunario si vedono costretti a limitare i consumi anche di beni di prima necessità, rendendo così più debole il giro d'affari degli esercizi commerciali esclusi dalle catene della grande distribuzione.

Piccoli centri, centri storici della città capoluogo e delle cittadine della provincia, rischiano di trovarsi privati non solo dei negozi ma anche del valore sociale che essi rappresentano. La "desertificazione commerciale" porta conseguenze che vanno oltre il danno economico: i negozi di paese rappresentano da sempre un punto di aggregazione sociale dove poter vivere contatti umani con i propri compaesani, dove poter scambiare quattro chiacchiere e mantenere vivo il proprio quartiere. La scomparsa delle botteghe del macellaio, del fruttivendolo, del panettiere portano con sé il degrado urbano dei centri abitati nuocendo alla qualità della vita dei cittadini. Mantenere viva la città significa dare la possibilità a chi la abita di poter uscire di casa, passeggiare, incontrare gente, riempire le vie dello shopping e condividere la propria quotidianità. Gli acquisti nei centri commerciali inibiscono tutto ciò, rendendo il momento dell'acquisto impersonale e privo di scambio sociale e possibilità di comunicazione: il cliente è concentrato nella ricerca tra decine di marche di uno stesso prodotto del prezzo più basso senza avere più la possibilità di essere consigliato dal commerciante che ne evidenzerebbe piuttosto la qualità e così instaurando una relazione di fiducia e la possibilità di conversare distogliendo per un attimo l'acquirente dalla frenesia degli acquisti per viverne il valore.

In un momento di profonda crisi economica come quella che stiamo vivendo non si può rimanere indifferenti alla necessità delle famiglie di spendere il meno possibile per gli acquisti e

a questo proposito i supermercati risultano essere molte volte una fonte di risparmio nella spesa di tutti i giorni; ma, detto questo, rimane comunque fondamentale tutelare l'apertura dei piccoli negozi garantendo a chiunque la possibilità di scegliere di fare la spesa dove meglio crede. Sulla fatica di mantenere aperto un negozio di paese soprattutto in un momento di crisi economica, grava anche il poco sostegno delle Amministrazioni comunali, quantomeno disattende a non differenziare la pressione dei tributi locali sulle attività economiche localizzate nei propri territori. I piccoli commercianti si scontrano quindi con una difficile realtà che spesso li spinge a preferire di chiudere l'esercizio commerciale piuttosto che tentare la sopravvivenza. Si tratta allora di :

Promuovere il commercio come servizio di prossimità capace di generare e valorizzare "urbanità"

La direttrice operativa del piano muove verso l'obiettivo di promuovere il legame commercio/città-territorio.

Le azioni conseguenti:

☐ Sostenere l'innovazione diffusa a favore delle micro e piccole imprese del commercio al dettaglio in sede fissa, all'ingrosso, dei pubblici esercizi e dei servizi; questo obiettivo di sviluppo nasce dalla consapevolezza che la sfida competitiva portata dalla globalizzazione dei mercati, dall'internazionalizzazione delle imprese e dall'affermazione di nuovi modelli di *business* richiede per le imprese un continuo ripensamento ed aggiornamento delle strategie, dell'approccio al mercato e del proprio processo tecnologico, organizzativo e gestionale.

☐ Questa linea di impegno comprende misure che promuovano e sostengano finanziariamente investimenti tecnologici in software ed hardware evoluti a supporto dell'innovazione e per lo sviluppo delle tecnologie dell'informazione e comunicazione (ICT); investimenti in innovazione per la riduzione dei consumi energetici e dell'impatto ambientale.

Ma anche la creazione di nuovi modelli di business come il

L' "Outlet di Vicinato" per creare una rete di negozi di vicinato all'interno dei quali sarà organizzato uno spazio outlet in cui praticare politiche di prezzo di particolare convenienza per l'utente finale.

In questo spazio contrassegnato da un apposito logo e da vetrofanie, cartelli e locandine con immagine coordinata, ogni imprenditore potrà mettere a disposizione della propria clientela stoccaggi di magazzino e merci rimaste invendute perché non hanno incontrato il gradimento del pubblico come preventivato, in ogni caso prodotti di alta qualità, a prezzi convenienti.

☐ Sostenere le forme associative che innovino per il superamento della crisi dei piccoli negozi, offrendo ai clienti gli stessi vantaggi della grande distribuzione, ma assicurando sempre la tradizione, l'esperienza e la professionalità di chi sta nel commercio da anni.

In tale contesto la Camera incentiverà:

▪ I "Centri Commerciali Naturali". Sono le vie, le piazze, le gallerie, i centri storici e i quartieri in cui spontaneamente e storicamente si sono addensati i negozi, le botteghe artigiane, i bar, i ristoranti e i servizi, accanto alle altre funzioni vitali di paesi e città. L'obiettivo della Camera è quello di migliorare la capacità di attrazione dell'area interessata e la sua accessibilità, attraverso il sostegno a specifici programmi di rivitalizzazione.

La nascita dei centri commerciali naturali, integrati nel tessuto urbano cittadino e che puntano alla riorganizzazione della rete distributiva al dettaglio nei centri storici e nelle aree urbane, si contrappone al modello di sviluppo del settore commerciale centrato sulla creazione di nuove strutture commerciali non legate al tessuto urbano cittadino (centri commerciali).

Il Centro commerciale naturale indica una rinnovata organizzazione delle attività miste (negozi, aziende artigianali, imprese di servizi, enti, associazioni, ecc.) negli spazi pubblici (piazze e strade caratterizzate dalla presenza di attività commerciali e dall'essere luoghi di aggregazione socioculturale) in maniera coordinata ed integrata per lo sviluppo e la promozione del territorio.

Il Centro commerciale naturale consente di riqualificare e migliorare gli spazi pubblici e le aree in cui sono inseriti i piccoli negozi e le altre attività; di migliorare i servizi offerti da parte delle imprese e di favorire la crescita del tessuto imprenditoriale, e di conseguenza, innalzare il livello della qualità di vita dei residenti e di accoglienza e aggregazione socioculturale.

▪ I "Distretti diffusi del commercio" per la competitività e l'innovazione del sistema distributivo nelle aree urbane della provincia, per sostenere la competitività delle polarità commerciali urbane e la rigenerazione del contesto in cui esse si collocano secondo una modalità di intervento il più possibile integrata, condivisa e concertata

▪ I Distretti urbani del commercio, per valorizzare i centri urbani e sostenere i piccoli negozi di vicinato, quale fattore di aggregazione e coesione sociale ma anche di attrazione turistica e ricreativa. In particolare si punta a sostenere e promuovere in maniera integrata:

- il rilancio del commercio di vicinato nelle città e nei piccoli centri
- la coesione economica e sociale e la qualità della vita dei cittadini residenti
- la pianificazione urbanistica, specie in materia di viabilità e mobilità, recupero e rivitalizzazione dei centri storici, gestione degli spazi urbani (pubblici, residenziali, economici), sicurezza del territorio, ecc.
- Centri integrati di via, funzionali alla rivitalizzazione dei centri urbani attraverso la valorizzazione degli insediamenti commerciali esistenti e l'attrazione di nuovi.

Su proposta di Consorzi di commercianti e artigiani vengono individuate zone di riqualificazione urbana e interventi a sostegno alle attività produttive e vengono concordate, nell'ambito di un Protocollo d'Intesa con i Consorzi, le azioni da attuare sia per la parte pubblica sia per quella privata, per sviluppare successivamente i progetti d'intervento. Le azioni comunali riguardano l'assetto degli spazi pubblici, la disciplina del traffico, l'individuazione dei parcheggi, le infrastrutture, mentre le azioni dei commercianti riguardano l'arredo urbano, la segnaletica, la manutenzione, la pulizia, la sicurezza del quartiere, e le azioni promozionali delle attività.

Le misure comprenderanno interventi di formazione per figure professionali di specifica competenza ovvero voucher formativi

📁 Promuovere il commercio equo e solidale: nato negli anni '60 come forma di risposta alle ingiustizie sociali ed economiche generate dal commercio internazionale, soprattutto con riferimento all'accaparramento di prodotti e della relativa manodopera dei c.d. paesi in via di sviluppo che, con un'espressione ormai in voga, vengono definiti "Sud del Mondo".

Il commercio è "equo" quando tiene conto del valore che i prodotti di questi paesi (e il lavoro occorrente) hanno quando vengono distribuiti nelle circoscrizioni ricche del globo; è "solidale" se consente, con un apposito *surplus* corrisposto, di aprire la strada ad una solidarietà economica che consenta una maggiore tutela e, quindi, un innalzamento della qualità della vita e dell'ambiente.

Secondo la definizione maggiormente accreditata, per "commercio equo e solidale" s'intende: "una partnership commerciale, basata sul dialogo, la trasparenza ed il rispetto, che mira ad una maggiore equità nel commercio internazionale. Contribuisce allo sviluppo sostenibile offrendo migliori condizioni commerciali a produttori svantaggiati e lavoratori, particolarmente nel Sud, e garantendone i diritti".

Questa forma di commercio ha quindi come strumenti:

- a) offrire migliori condizioni commerciali a produttori svantaggiati e lavoratori;
- b) garantire i diritti dei produttori e lavoratori

Prima di promuovere la commercializzazione di questi prodotti, la Camera si propone di impegnarsi in un'attività di comunicazione e presa di coscienza da parte dei consumatori, e quindi di promuovere e sostenere iniziative divulgative e di sensibilizzazione, volte a diffondere la realtà del commercio equo e solidale e ad accrescere nei consumatori la consapevolezza degli effetti delle proprie scelte di consumo, affinché prendano in esame non solo il prodotto, ma anche gli effetti sociali ed ambientali derivanti dalla sua produzione e commercializzazione.

📁 Se il tema delle reti di commercializzazione, congiuntamente a tutta la questione dell'efficienza

dei sistemi distributivi, conosce oggi un nuovo interesse, richiama l'impegno della Camera per un'analisi sul tema insieme alla sperimentazione di una iniziativa di rete (agroalimentare tradizionale - artigianato tradizionale e artistico - distribuzione):

📁 Programma intersettoriale per lo sviluppo innovativo di collaborazioni di filiera tra la rete regionale dei pubblici esercizi, commercio di vicinato e le produzioni agroalimentari ed artigianali tipiche, con finalità di qualificazione dei ristoranti, promozione dell'educazione alimentare e valorizzazione dei territori e delle tradizioni reggine.

Un programma che promuove raccordi integrati tra ristorazione di qualità, distribuzione e produzioni tipiche (agroalimentari e artigiane) per rilanciare le tipicità e le identità territoriali della provincia.

Ne conseguono obiettivi operativi/azioni/risultati attesi nel 2011

Obiettivi	Azioni	Risultati attesi ed indicatori (2011)
IV.1.2.1 Promuovere il legame commercio/città territorio	IV.1.2.1.1 Sostegno all'innovazione del sistema distributivo	-Pubblicazione e conclusione di un bando per l'innovazione di processo nel sistema distributivo:beneficiarie almeno 3 imprese - Incentivazione degli "Outlet di vicinato":almeno un modello
	IV.1.2.1.2 Per sostenere le e forme associative che innovino per il superamento della crisi dei piccoli negozi	-Bando che incentivi la costituzione di centri commerciali naturali o di altra forma aggregativa funzionale a valorizzare i centri storici e i centri urbani minori :utilizzo di almeno il 75% delle risorse da bando. -Bando "Outlet di Vicinato" per creare una rete di negozi di vicinato all'interno dei quali sarà organizzato uno spazio outlet in cui praticare politiche di prezzo di particolare convenienza per l'utente finale:creazione di almeno un outlet di vicinato. - Aggregazioni di negozi di vicinato che incentivino i clienti su forme attrattive di prezzo:almeno 5 esercizi.
	IV 1.2.1.3 Diffusione del commercio equo e solidale	Iniziativa divulgativa e di sensibilizzazione, volta a diffondere la realtà del commercio equo e solidale e ad accrescere nei consumatori la consapevolezza degli effetti delle proprie scelte di consumo:almeno trenta adesioni ;presentazione alla Regione Calabria di un progetto di legge in tema.
	IV 1.2.1.4. Per promuovere collaborazioni di filiera, tra la rete provinciale della distribuzione ,destinato ad una educazione alimentare verso il consumo delle produzioni locali alimentari e artigianali e a qualificare l'offerta dei negozi di vicinato e degli esercizi della ristorazione con riflessi positivi indotti sulla rivitalizzazione delle città e dei centro montani e minori .	Manifestazione di interesse che coinvolga almeno le associazioni più rappresentative delle categorie commerciali e artigiane e concertazione dei contenuti,finalità e azioni del programma ,prevedendo anche la partecipazione di almeno tre enti locali (Azione di riferimento anche per l'agroalimentare).



IV.1.3. EDILIZIA

Secondo l'Ance nel 2010 gli investimenti in costruzioni (al netto dei costi per il trasferimento della proprietà) ammonteranno, a livello nazionale, a 136.062 milioni di euro. Rispetto all'anno precedente si rileva una flessione del 4,5% in valore (-6,8% nel 2009) che, depurato della dinamica inflattiva settoriale, stimata pari al 2,0%, sottintende una flessione del 6,4% in termini reali (-7,7% nel 2009). Nel 2011, secondo l'Ance, gli investimenti nel recupero abitativo ammonteranno a 46.312 milioni di euro , evidenziando incrementi del 2,5% in valore e dello 0,5% in termini reali. Le imprese che prevedono nel 2011 di realizzare progressi dei livelli produttivi è superiore al numero delle aziende che prospettano perdite del volume d'affari ma l'intensità dei tassi incrementali è modesta e non sufficiente ad assicurare una solida crescita quantitativa del comparto.

Non è diversa la situazione calabrese

“La crisi ha colpito in modo pesante il settore delle costruzioni e se già il 2009 era stato un anno difficilissimo, il 2010 per le imprese calabresi si prospetta ancora peggio.

I dati in nostro possesso ci evidenziano, come entro la fine dell’anno, in Calabria, avremo perso – rispetto al 2009 – oltre il 17% in termini di investimenti nel settore con un calo dell’occupazione che i riporta i livelli del settore ad oltre 15 anni fa.

La crisi ha, infatti, espulso dal mercato del lavoro in edilizia circa 5 mila lavoratori nel 2009 (ed i dati del primo semestre 2010 confermano questa tendenza drammaticamente negativa).

1.400 sono le imprese che si sono cancellate dai registri camerali.

Forte è stata la riduzione sia del numero (-27%) che del valore (-64%) dei bandi di gara per lavori pubblici.

Questi numeri così negativi assumono una rilevanza particolarmente significativa per la regione Calabria poiché riferiti ad un settore, come quello delle costruzioni, che, da solo, rappresenta il 30% del PIL.

Il 2011 non si prefigura migliore, anzi, l’assenza di interventi anticiclici e la mancata programmazione per lo sviluppo, rischiano di aggravare ulteriormente una crisi già profonda. Problematiche di carattere nazionale (fisco, patto di stabilità, grandi opere) , che unite alle problematiche specifiche della Calabria (pagamenti alle imprese, interventi anticrisi, risorse comunitarie) fanno una miscela talmente esplosiva per la stessa tenuta sociale della regione⁹⁹.

Come nella regione la crisi ha travolto anche le imprese del settore costruzioni della provincia: un settore che incide per il 6,8% (totale industria 14,2%) sul PIL provinciale e le cui imprese rappresentano l’11,9% del totale delle aziende provinciali, con un peso percentuale inferiore ai valori rilevati su base regionale (13,1%) e nazionale (15,3%). Un settore che da qualche anno registra una tendenza di segno negativo del saldo imprenditoriale (natalità – mortalità) :-227 imprese nel 2007, -37 nel 2008, -71 nel 2009.

Crisi del mercato e razionamento delle disponibilità di credito che ha generato un pericoloso processo a catena di ritardi nei pagamenti, ancora una volta più pesanti per le micro piccole imprese del settore con minor forza contrattuale.

In questo contesto, la necessità di ricorso al credito ha assunto dimensioni abnormi: il finanziamento bancario (e la conseguente esposizione) è divenuto sempre più necessario non propriamente per le esigenze di sviluppo, ma per sopperire alla mancata acquisizione delle liquidità a fronte dei lavori eseguiti.

Il credito è stato sempre più assorbito dalle esigenze di finanziamento del circolante.

Ai ritardi di pagamento del settore privato si sono inoltre aggiunti quelli del sistema pubblico che, alle lentezze di natura burocratica, ha visto aggiungersi le limitazioni imposte dal rispetto delle norme sul Patto di Stabilità.

L’indagine svolta dall’Ance a settembre 2010 presso le imprese associate mostra che il problema dei ritardati pagamenti assume in questi mesi dimensioni particolarmente allarmanti. I risultati dell’indagine mettono, infatti, in evidenza il costante e progressivo peggioramento del fenomeno dei ritardati pagamenti: il 51,3% delle imprese edilizie stima che “..il tempo medio necessario per incassare i pagamenti maturati per i lavori eseguiti va oltre i due mesi successivi la scadenza dei termini contrattuali; il 27,6% delle imprese intervistate ... evidenzia tempi medi di ritardo compresi fra 2 e 4 mesi, il 14,3% tra 4 e 6 mesi, per il 9,4% delle imprese i tempi medi di pagamento si allungano oltre i 6 mesi.

Quasi la metà delle imprese (il 44%; erano il 20% a gennaio 2009 ed il 28% a maggio 2010) ha inoltre denunciato ritardi medi che superano i quattro mesi oltre i termini contrattuali - quindi tempi di pagamento superiori ai 6,5 mesi- con punte di ritardo che toccano i 24 mesi.

L’indagine evidenzia che sono soprattutto le imprese più piccole ad incontrare maggiori difficoltà nel riscuotere i crediti vantati.

Per i ritardi subiti, alle imprese di costruzioni viene riconosciuto un tasso di interesse dell’1% per i primi 4 mesi mentre i tassi bancari applicati per il rifinanziamento dell’attività imprenditoriale sono notevolmente superiori.

I ritardi, soprattutto in edilizia, superano in Calabria - ha lamentato il presidente dei costruttori calabresi, Francesco Cava - i due anni con gravi ripercussioni sulla tenuta del sistema delle imprese.

⁹⁹ Nota ANCE Calabria 25 ottobre 2010

In questo contesto, la necessità di ricorso al credito ha assunto dimensioni abnormi: il finanziamento bancario (e la conseguente esposizione) è divenuto sempre più necessario non propriamente per le esigenze di sviluppo, ma per sopperire alla mancata acquisizione delle liquidità a fronte dei lavori eseguiti..

In alcuni casi, e` la sopravvivenza stessa delle imprese che viene messa a rischio dalla sottrazione di risorse finanziarie determinata dai ritardi. In molti altri, la mancanza di certezza nei tempi di pagamento impedisce agli operatori economici di procedere all'indispensabile programmazione delle proprie attività.

Il programma della Camera ha come obiettivo un sostegno al settore perché **"L'industria delle costruzioni si sviluppi come settore sostenibile, innovativi e competitivo"**

Funzionale il piano operativo che si sviluppa secondo le seguenti azioni al fine di

Promuovere L' innovazione , migliorare la produttività per superare il limite dimensionale sui mercati:

↓ Miglioramento della produttività attraverso l'innovazione.

La ricerca e l'innovazione rappresentano un'opportunità di crescita per il settore delle costruzioni con ulteriori effetti, evidentemente, positivi sull'intero sistema Paese. Fino ad oggi, scarsa è stata l'attenzione da parte delle istituzioni per il settore delle costruzioni, sono mancati incentivi mirati per le imprese ad investire nella ricerca e per le committenze a richiedere un prodotto innovativo. Eppure esperienze straniere dimostrano la correlazione tra miglioramento della produttività del settore delle costruzioni e crescita del PIL : un incremento della produttività del 10% inciderebbe sulla crescita del PIL dell'1,5%.

Il settore delle costruzioni ha elevate potenzialità ma manca la spinta; per questo è stato avviato il Tavolo per la Ricerca sulle Costruzioni, promosso da Ance e dalla Piattaforma Tecnologica Italiana delle Costruzioni, per la sensibilizzazione delle istituzioni e per indirizzare le risorse verso un piano di incentivazione della ricerca nel settore.

↓ La propensione del settore a svilupparsi per lenta evoluzione, determina la necessità di accrescere la consapevolezza del tessuto imprenditoriale in merito alla concreta utilità dei comportamenti innovativi.

Oltre al carattere fortemente conservativo, il settore delle costruzioni affronta l'innovazione con le difficoltà tipiche di un settore estremamente frammentato.

Si tratta, dunque, di un processo, quello dell'innovazione che va sostenuto e rafforzato, attraverso la crescita e lo scambio di conoscenze e competenze.

↓ La crisi di liquidità e le stretta creditizia

Queste le direttrici del programma:

☞ stimolare le imprese nel perseguire una innovazione di prodotto e di processo ma, soprattutto, gettare i semi di una innovazione culturale: le micro e piccole imprese devono rimuovere le resistenze al cambiamento e affrontare la sfida dell'innovazione di prodotto ma anche di processo: si tratta di ridurre i costi ed incrementare la produttività; processi di produzione ma anche i processi di gestione dell'azienda

☞ trasferire conoscenze ed esperienze sull'innovazione per una industria delle costruzioni sostenibile anche attraverso un'apertura verso l'internazionalizzazione.

"Uno scenario di innovazione e qualità per dare un futuro al settore delle costruzioni.

Non ci sono altre ricette possibili, il settore delle costruzioni italiane deve orientare le proprie attenzioni e interventi verso la riqualificazione del patrimonio edilizio esistente. E' possibile creare lavoro e nuove opportunità imprenditoriali se si creano le condizioni di intervento su un patrimonio che presenta un diffuso degrado edilizio e una situazione di rischio idrogeologico e sismico comune ad alcuni milioni di edifici. Il tema energia può rappresentare una chiave per muovere quei processi di miglioramento della qualità edilizia atteso da tanti anni, perché esistono ragioni economiche di risparmio energetico e precisi e vincolanti obiettivi fissati a livello europeo a dare credibilità a questa prospettiva. Del resto la recente Direttiva Europea in materia di efficienza energetica in edilizia fissa con chiarezza un orizzonte di innovazione assai ambizioso: dal 2021 tutti i nuovi interventi pubblici e privati dovranno avere consumi e emissioni <prossime allo zero>. Questa prospettiva va costruita con attenzione, per permettere al settore delle costruzioni di arrivarci preparato e realizzare così quel progressivo miglioramento delle competenze del settore e delle prestazioni degli edifici attraverso le nuove possibilità di controllo create con la certificazione energetica.¹⁰⁰

¹⁰⁰ Un'Altra casa? Dossier di Legambiente 15 luglio 2010

Per tale finalità un programma di qualificazione delle figure professionali, per l'innovazione e per la promozione della sostenibilità nell'edilizia, in collaborazione con l'Università Mediterranea.

Per quanto al credito si rinvia al "fondo sblocca crediti verso la PA" e al "programma anticipo fatture".

Ne conseguono obiettivi operativi/azioni/risultati attesi nel 2011

Obiettivi	Azioni	Risultati attesi ed indicatori (2011)
IV.1.3.1 L'industria delle costruzioni: un settore sostenibile, innovativo e competitivo".	IV.1.3.1.1 Per l'innovazione	- Perché e come innovare: percorso di una giornata per operatori del settore in partenariato con l'Università Mediterranea :coinvolgimento di almeno 15 imprese - Percorso formativo dei almeno due giornate per la qualificazione delle figure professionali, per l'innovazione e per la promozione della sostenibilità nell'edilizia, in collaborazione con l'Università Mediterranea:almeno 10 partecipanti
	IV.1.3.1.2 Per l'internazionalizzazione	-Progetto "Costruire sostenibile nel Mediterraneo: verso il SUD, dopo il SUD" Coinvolgimento di almeno 15 imprese di edilizia e housing:adesione di almeno 15 imprese (azione di riferimento anche per il "mediterraneo")
	IV.1.3.1.3 Per far fronte alla crisi di liquidità e alla stretta creditizia	Si rinvia alle azioni del programma credito,che prevedono un linea prioritaria per le imprese di costruzioni



IV.1.4.ARTIGIANATO

L'artigianato rappresenta un imprescindibile fattore di ricchezza e di sviluppo, nonché un valido collante sociale per una provincia di antica vocazione artigianale, moderna, che voglia e sappia adeguarsi alle trasformazioni economiche dettate dalla globalizzazione.

L'effetto della crisi demografica per le imprese artigiane si manifesta dal 2009 per proseguire nel corrente anno. Nel III trimestre del 2009 e del 2010 (dopo sei anni di sostanziale stabilità), le iscrizioni sono diminuite - rispettivamente del 14,59% e del 15,06% - rispetto al corrispondente trimestre 2008.

Prosegue la tendenza negativa in Calabria e nella provincia.

Iscrizioni	Cessazioni (*)	Saldo III trim. 2010	Stock al 30.09.2010	Tasso di crescita III trim. 2010	Tasso di crescita III trim. 2009
581	631	-50	37.140	-0,13%	-0,42%

Erano 9895 gli artigiani della provincia di Reggio Calabria (il 22 per cento delle 43.792 imprese attive). Se retroagiamo di 40 anni, l'artigianato a Reggio Calabria era rappresentato da 10.502 imprese. In 40 anni quindi si registra una contrazione degli artigiani rispetto al trend crescente del totale imprese. Tendenza che si registra anche nel corso dei primi nove mesi del 2010 con una contrazione di - 0,12%.

La vocazione artigiana, quale rapporto tra numero delle imprese e 100 abitanti, nella provincia di Reggio è tra le più basse d'Italia e nella Regione: l' 1,7% rispetto a 2,5% dell'Italia e il 2% medio calabrese.

832 milioni di euro è il valore aggiunto, quindi la ricchezza che l'artigianato produce nella provincia e rappresenta circa l'11 per cento della ricchezza complessiva. Un dato prossimo a quello nazionale e questo vuol dire che, nonostante la contrazione del numero delle imprese artigiane negli ultimi 40 anni, l'artigianato continua ad essere un settore di assoluta rilevanza nell'economia generale della provincia.

La peculiarità reggina risiede nel fatto che la ricchezza prodotta dall'artigianato dei servizi supera il 50% del valore aggiunto artigiano, quando il dato nazionale non supera il 35%. Si colloca al secondo posto tra le regioni italiane, subito dopo la Sicilia.

L'artigianato è infatti un mondo complesso: dall'artigianato manifatturiero - quindi di produzione - all'artigianato di servizio e l'artigianato manifatturiero è a sua volta produzione diciamo "attuale" e artigianato artistico o "tradizionale".

Forti sono le criticità che pervadono il settore:

- produzioni tradizionali: la metà delle imprese artigiane realizza esclusivamente prodotti tradizionali;
- bassa propensione all'innovazione: il 43% delle imprese investe in scorte ed oltre il 35 % per il rinnovo di strutture e sostituzione di macchinari obsoleti: gli investimenti per innovazione di prodotto interessano il 12% delle imprese, mentre è inferiore al 10% il numero di imprese che investe in innovazione di processo;
- approccio al mercato: soltanto una minoranza (il 26,5%) utilizza un proprio marchio per favorire la diffusione dei prodotti sul mercato;
- bassa propensione all'internazionalizzazione: il mercato di riferimento è per il 76% locale, il 20 % circa delle imprese si rivolge ad un mercato nazionale, la quota del mercato estero è soltanto del 3%.




Da questa conoscenza si origina e si implementa il piano operativo della Camera

INNOVARE I PROCESSI PRODUTTIVI ED I SISTEMI DI COMMERCIALIZZAZIONE,

funzionale all'obiettivo di "*Crescita e di competitività del settore*", da perseguire lungo quattro circuiti: osservazione, formazione, innovazione, continuità generazionale.

Osservazione

Sistema informativo sull'artigianato, la cui attività concorre all'attuazione dell'Osservatorio economico provinciale ed è finalizzata a :

-  supportare politiche ed interventi per l'artigianato, anche al fine di rafforzare la presenza delle imprese reggine sul mercato nazionale ed internazionale
-  produrre dati e analisi per una migliore conoscenza del settore
-  diffondere le informazioni sulla realtà artigiana presso le istituzioni e le categorie economiche.

Il Sistema Informativo, per il raggiungimento degli obiettivi sopra specificati, promuove la conoscenza tra le imprese del settore di tutte le opportunità connesse alla realizzazione dei programmi rivolti allo sviluppo dell'artigianato in ambito provinciale, regionale, nazionale, comunitario.

In particolare:

- cura la raccolta e l'aggiornamento, in una banca dati informatizzata, delle principali informazioni sul settore, acquisendo sistematicamente dati da fonti già disponibili e attivando specifiche collaborazioni con soggetti pubblici e privati, anzitutto con la Regione;
- promuove indagini, ricerche, studi e collaborazioni in materia di artigianato;
- realizza strumenti di informazione periodica, anche sotto forma di news letter e di approfondimento monografico su temi di particolare rilevanza per il settore, destinati alle imprese artigiane nonché alle organizzazioni professionali, agli istituti di ricerca e alle istituzioni pubbliche;
- svolge attività di informazione socio-economica, anche attraverso l'organizzazione di seminari e convegni di studio con le categorie interessate.

📁 *Formazione*

Per diffondere alcune competenze manageriali che valorizzino una dimensione strategica appropriata per aggredire nuovi segmenti di mercato, dove le capacità manuali passano in secondo piano (pur senza scomparire) rispetto alle esigenze di prodotti sempre più customizzati. Si tratta di promuovere presso le imprese artigiane cultura e comportamenti organizzativi orientati a garantire livelli di produzione qualitativamente elevati e compatibili con il rispetto e il miglioramento dell'ambiente. Complementari interventi finalizzati al raggiungimento di certificazioni volontarie sui sistemi di qualità e gestione ambientale. Per tale ambito si farà ricorso al programma SMI.

Il piano prevede anche la diffusione del "*Design Thinking*" (detto anche "Design Strategico") come nuova cultura manageriale capace di affrontare in maniera sistematica la sfida dell'innovazione pensando "in grande" e integrando diverse fonti informative per anticipare e "plasmare" il futuro; e comprende Moduli formativi brevi sulla progettazione *Design oriented* per le imprese artigiane sul territorio.

📁 *Innovazione*

Nuovi materiali e tecnologie digitali sono i filoni principali per sviluppare il processo di rinnovamento delle micro e piccole imprese artigiane.

Vanno abbandonati i luoghi comuni come "bisogna essere grandi per innovare", oppure che l'artigiano "si occupa solo di tradizione", o che la sua innovazione è orgogliosamente "senza ricerca" e sostituiti con una via artigiana all'innovazione capace di adattarsi al contesto territoriale. Vi sono in particolare due grandi filoni d'innovazione per il mondo artigiano: i nuovi materiali e il digitale. Innovazione di prodotto il primo, l'altro filone si collega a uno dei mali tecnologici dell'Italia: la scarsissima penetrazione del digitale fra le piccole e piccolissime aziende¹⁰¹.

L'esperienza di Artigiana 2010 ha messo insieme i due riferimenti chiave che oggi costituiscono la "bussola" che segna la rotta per il futuro del mondo artigiano:

- il recupero di quella *sintesi tra tradizione e modernità* che, negli ultimi trenta anni, ha dato vita e capacità di crescita all'*artigianato moderno*, ossia ad un modo di lavorare che utilizza le risorse della modernità, pur in presenza della piccola o piccolissima dimensione dell'impresa. In questo tipo di imprese, infatti, le risorse del "mestiere artigiano", ereditate dalla tradizione (manualità, polivalenza, adesione al contesto unico in cui si opera, uso di relazioni dirette interpersonali nel circuito ristretto della prossimità) sono state integrate dalla capacità di produrre e vendere usando le risorse proprie dell'epoca moderna (specializzazione delle competenze e delle funzioni, meccanizzazione delle operazioni, capacità di "lavorare in rete" nei distretti industriali, nelle filiere della subfornitura e in generale nei territori;
- la proiezione di questa forma, già evoluta, di artigianato verso un futuro che appare oggi non solo denso di sfide competitive, ma anche suscettibile di *valorizzare alcune delle peculiarità* tipiche dell'impresa artigiana (intelligenza e iniziativa personale, distribuzione sociale del rischio, rapporto dialogico con la filiera, ricerca di soluzioni flessibili e creativi a problemi che diventano sempre più complessi).

Raccogliere questa sfida significa cercare di sfuggire alla concorrenza di costo (che ci vedrebbe perdenti anche modernizzando le macchine e facendo prodotti di "buona" qualità, in senso fisico e prestazionale) per spostarsi verso produzioni e servizi più "ricchi" di valore. E' una sfida produttivistica che non implica aumento dei ritmi o dei volumi, ma che – accanto ad una razionalizzazione dei costi e dei metodi che va comunque portata avanti – scommette sull'*upgrading* della nostra offerta in termini di innovazione tecnica, ma anche di innovazioni d'uso, nei tanti campi in cui queste possono essere fatte.

Il nuovo artigiano per operare in tale direzione ha bisogno di un contesto rappresentato da filiera, territorio, comunità professionale, comunità di senso.

E' la filiera, con l'apporto delle diverse imprese che la compongono, a proporre al consumatore finale un prodotto dotato di prestazioni, significati e servizi che lo rendono disposto a pagare un "premio" rispetto al prodotto standard, a costo minimo. Le filiere, che valorizzano la complementarità tra forme di impresa diverse, superando le vecchie contrapposizioni tra grandi e piccole imprese, artigianato e industria, settori high e low tech, manifattura e servizi, pubblico e privato, riuscendo a ricondurle a ruoli complementari;

¹⁰¹ Andrea Granelli, Presidente di Kanso- Innovazione, cultura artigiana e territorio (Innovazione, pubblicazione del polo tecnologico di Navacchio –n.12

E' il territorio che addensa nuclei rilevanti di imprese, lavoratori, centri di ricerca, servizi specializzati, dando un valore collettivo alla loro interazione. I territori visti come sistemi localizzati di intelligenze e funzioni che si caratterizzano come *ecologie* legate al territori ma capaci di scambiare e di utilizzare processi e risorse che stanno oltre i confini locali

E' la comunità professionale (dei diversi mestieri) che trasferisce ai suoi membri una nozione avanzata delle competenze e delle soluzioni da impiegare. Le comunità professionali, che presidiano i mestieri del nuovo artigianato definito come imprenditorialità personale ancorata alla pratica di un mestiere, e che forniscono canali di scambio e di identificazione tali da unire materiale e immateriale, locale e globale.

E' la comunità di senso – spesso distinta da quella semplicemente locale, ancorata alla tradizione – che elabora idee motrici e significati “forti”, capaci di propagarsi di per sé e di trainare il business, mobilitando consumatori, distributori, produttori che fanno propria la stessa idea. Le comunità di senso, capaci di realizzare in modo efficace azioni di world making, proponendo modelli di simbolici di lavoro e di vita che, per la loro forza, riescono a superare i confini settoriali e locali per diventare mondiali¹⁰².

Ma filiere, territori e comunità di appartenenza, insieme alle imprese, devono *internazionalizzarsi*, per intercettare i nuovi mercati e le nuove idee che circolano a scala internazionale.

Ma filiere, territori e comunità di appartenenza, insieme alle imprese, devono *costruire reti* che non siano soltanto locali e settoriali (come accadeva con i distretti) ma *trans-territoriali* e *trans-settoriali*.

Per le attività di tale ambito si farà ricorso ai piani di azione sull'innovazione ,le filiere,le reti .

☞ *Continuità generazionale*

Una delle cause del tracollo dell'artigianato tradizionale e artistico è riconducibile infatti al non trasferimento generazionale dei mestieri e delle arti .E' importante quindi:

☞ favorire l'incontro domanda e offerta di lavoro, in modo particolare incentivando le nuove professionalità che il mercato richiede.

☞ valorizzare le attività artigiane e la “qualità” dei prodotti della tradizione, favorendo la “continuità dei saperi” tra vecchie e nuove generazioni

Programma specifico è dedicato all'artigianato artistico e tradizionale.

Trattandosi di un comparto disomogeneo al proprio interno, e difficilmente riconducibile ad un'unica strategia d'intervento, si comprende come le azioni da rivolgere alle evoluzioni nell'artigianato artistico debbano essere determinate dalla stretta correlazione tra la tutela dei valori tradizionali e la scelta di aderire a processi innovativi.

La Camera comprende che l'impegno sul terreno dell'innovazione generalizzato per tutto il sistema imprenditoriale, come per tutto il settore dell'artigianato, non è adeguato all'artigianato artistico.

Si comprende cioè che le politiche d'innovazione dovrebbero essere tese più che all'introduzione di nuove tecnologie, al recupero di stili e di forme e al riutilizzo di materiali che determinino la qualità di un manufatto.

Si configura, dunque, la necessità di creare nuovi spazi relazionali con esperti, architetti, artisti, designers che anticipino mode e tendenze ,rendendo il prodotto un precursore dei tempi ovvero creino valore aggiunto e certifichino la qualità apponendo la loro firma.

Questo processo già implementato si avvia alla fase conclusiva con il concorso per premiare l'incontro tra la manualità dell'artigianato artistico e tradizionale e il gusto per la sperimentazione e la progettazione del design. Non si tratta soltanto di fare un bando ma significa - dopo aver attivato quella profilatura e selezione appunto di imprese che siano in grado di assorbire questo nuovo orientamento dei processi e dei prodotti verso il design- di inserire nelle aziende e quindi affiancare dei designer , alla fine coniugare la capacità , le potenzialità dell'azienda ad assorbire innovazione nei processi di prodotto e la professionalità,le competenze,le esperienze, di designer e neo-laureati .

Il prototipo che sarà il risultato o i prototipi che saranno il risultato di questa fase finale del programma potranno così documentare quanto e come si possa innovare attraverso il design e così contribuire perché l'artigianato artistico della nostra provincia continui ad essere, così

¹⁰² Artigiana 2010/ Reti d'impresa - Enzo Rullani, Venice International University-L'impresa artigiana alla ricerca di nuove possibilità

come lo era in passato, effettivamente un settore in grado di agire sul sistema economico complessivo.

Dopo questa fase, definibile di sperimentazione, sarà curata la predisposizione ed avvio di un programma di affiancamento di designer e neolaureati alle imprese artigiane locali per favorire l'effettiva adozione di innovativi processi di progettazione e valorizzare, su scala sovra locale, i prodotti realizzati. Al fine di supportare l'effettivo trasferimento di contenuti di business design e di attivare meccanismi propulsivi all'interno delle singole imprese potranno essere predisposti stage all'interno delle imprese artigiane dove giovani designer e neolaureati possano affiancare l'imprenditore in uno specifico progetto innovativo e nella corretta applicazione dei principi del design strategico alla produzione e commercializzazione dei propri prodotti.

☞ Sui risultati dell'analisi su comportamenti e key buying factor dei potenziali acquirenti dei prodotti dell'artigianato artistico della provincia sarà predisposto un programma che innovi le forme di commercializzazione sinora adottate, favorendo:

☞ *La predisposizione di pacchetti di prodotti e rafforzamento del legame con il turismo.*

▪ Progettazione di un "circuito grand tour del mondo artigiano in Calabria" che unisca la componente artigiana ad altre eccellenze sul territorio - enogastronomia, turismo ... - per costruire un vero e proprio "stile di vita" che attragga turisti, cittadini, studenti conducendoli nei luoghi di ispirazione e produzione artigiana, spesso al di fuori dei tradizionali flussi turistici.

▪ L'utilizzo dei nuovi media digitali (portali, palmari, web tv, mappe satellitari, print-on-demand, ecc.) consente di raccontare ai visitatori il territorio e i suoi prodotti con maggiore efficacia e personalizzazione

☞ *Piattaforme web - marketplace - per il racconto, la promozione e la vendita dei prodotti e delle lavorazioni artigiane*

▪ L'utilizzo di internet come canale commerciale e promozionale, di un insieme di azioni di "marketing digitale" e la costruzione di una vera e propria "presenza digitale" è un indispensabile supporto in grado di rendere partecipe il pubblico alla grande carica valoriale dei beni dell'artigianato artistico e tradizionale, radicata in procedimenti produttivi unici e non serializzabili così come nel patrimonio culturale territoriale

▪ La presenza digitale è in grado di arricchire il racconto dei prodotti di infiniti particolari, approfondimenti e relazioni - dall'ideazione, alla produzione, alla messa in vendita - al fine di renderne manifesta la ricca e insostituibile dimensione esperienziale e incrementare la visibilità nel contesto nazionale e internazionale non solo dei prodotti artigiani artistici e tradizionali ma, più in generale, degli elementi identitari del territorio

☞ *Spazi espositivi innovativi e nuovi modelli distributivi e commerciali*

▪ Ricorso a servizi orientati al marketing, alla commercializzazione ed alla comunicazione nei confronti di operatori professionali internazionali interessati ad importare, fare realizzare produzioni in Italia con marchio proprio oppure rappresentare/distribuire il prodotto italiano nel loro territorio

▪ Spazi espositivi e digitali

☞ *Vademecum per le imprese - Le dieci principali motivazioni d'acquisto dei prodotti dell'artigianato artistico della provincia di Reggio Calabria*

☞ Partecipazione collettiva a fiere specializzate del settore organizzata dalla Camera o attraverso l'Unioncamere Regionale ovvero compartecipazione finanziaria alla partecipazione diretta da parte delle imprese.

Ne conseguono obiettivi operativi/azioni/risultati attesi nel 2011

Obiettivi	Azioni	Risultati attesi ed indicatori
IV.1.4.1 Crescita e competitività del settore	Si sviluppano lungo quattro circuiti della osservazione, formazione, innovazione, continuità generazionale. IV.1.4.1.1 Sistema informativo sull'artigianato IV.1.4.1.2 <u>Formazione</u> IV.1.4.1.3 <u>Innovazione</u> IV.1.4.14 <u>Continuità generazionale</u>	⇐ Osservatorio dell'artigianato nel contesto dell'Osservatorio economico della provincia ⇐ Programma SMI ⇐ Moduli formativi brevi sulla progettazione Design oriented che coinvolgono almeno dieci imprese - Programma reti tra imprese - Presentazione di proposte progettuali di filiera o territoriali per la promozione e lo sviluppo del settore: due imprese - Avvio del programma di affiancamento di designer e neolaureati alle imprese artigiane locali per favorire l'effettiva adozione di innovativi processi di progettazione : due imprese - Bando per la creazione di nuove imprese artigiane, per incentivare l'apprendistato , per l'occupazione giovanile e/o femminile in mestieri collegati a manifatture della tradizione locale: esaurimento budget
IV.1.4.2 Valorizzare attraverso l'innovazione la creatività dell'artigianato artistico e tradizionale, .	IV.1.4.2.1 Per la progettazione di prototipi innovativi dell'artigianato artistico IV.1.4.2.2 Attuazione delle risultanze sull'Analisi qualitativa sui comportamenti e key buying factors dei prodotti dell'artigianato artistico della provincia IV 1.4.2.3 Per la trasmissione del patrimonio di professionalità e competenze	- Conclusione positiva delle azioni di cui al progetto avviato nell'anno 2010. - Acquisizione di manifestazioni di interesse sulla predisposizione di pacchetti di prodotti e rafforzamento del legame con il turismo: almeno tre. - Avvio di un programma di marketing digitale: almeno 3 adesioni - Bando per incentivi alle imprese dell'artigianato artistico e tradizionale per l'inserimento occupazionale: almeno tre adesioni
IV.1.4.3 Favorire il ricorso a nuovi modelli di commercializzazione	IV.1.4.3.1 Marketing fieristico	- Partecipazione collettiva al Macef: numero imprese non inferiore all'anno 2010 - Bando per il cofinanziamento della partecipazione diretta delle imprese a fiere specializzate del settore o a market place: esaurimento budget di bando



IV.1.5. AGRICOLTURA ED AGROALIMENTARE

Competitività, tracciabilità e tutela della riconoscibilità dei prodotti alimentari, insieme alla salvaguardia della salute del consumatore, sono gli obiettivi che la Camera intende perseguire con convinzione ed investimenti, in continuità con i programmi degli anni precedenti, attraverso il

SOSTEGNO ALLE FILIERE PER SUPERARE IL LIMITE DIMENSIONALE SUI MERCATI E MIGLIORARE LA COMPETITIVITÀ, IDENTITÀ CULTURALE E DISTINTIVITÀ DEI PRODOTTI A GARANZIA DI ORIGINE E QUALITÀ

Le direttrici operative

Competitività, tracciabilità e tutela della riconoscibilità dei prodotti alimentari tipici

📁 Approfondimenti tematici sulla normativa di settore

📁 Lo sviluppo di servizi informativi e formativi a supporto delle imprese in materia di tracciabilità, valorizzazione e tutela dei prodotti agroalimentari e dell'artigianato artistico e tradizionale.

In tale ambito sarà favorita l'alleanza tra imprese agroalimentari e consumatori, attraverso una continuità con le azioni di informazione in materia di rintracciabilità di filiera e di gestione della sicurezza alimentare, introducendo ulteriori interventi in materia di etichettatura e confezionamento dei prodotti alimentari e definizione di uno schema certificativo per l'export, finalizzato a verificare e certificare l'idoneità all'esportazione delle produzioni locali.

📁 Definizione di linee guida sulla rintracciabilità

📁 Attivare, attraverso una manifestazione di interesse, un servizio gratuito per l'implementazione di un sistema di rintracciabilità di filiera

📁 Sostenere la competitività

📁 Continuità dell'"Osservatorio per il monitoraggio sistematico dei trend tecnologici" nel settore Agroalimentare

📁 Favorire processi di innovazione per la valorizzazione delle eccellenze agroalimentari attraverso azioni concertate di ricerca e trasferimento tecnologico con il centro di competenza tecnologica CERTA e l'Università Mediterranea

📁 Creazione di uno strumento di coesione commerciale per supportare l'offerta aggregata dei prodotti, con particolare attenzione alle imprese giudicate idonee all'esportazione. La struttura di aggregazione, oltre che a favorire i rapporti con i buyer esteri in quanto unica interfaccia in rappresentanza di più produttori, avrà una maggiore valenza commerciale e favorirà la penetrazione del Made in Reggio Calabria di nicchia sui mercati esteri. Potranno anche essere definiti dei requisiti aggiuntivi per differenziare il livello qualitativo dei prodotti che partecipano alla struttura di aggregazione commerciale

📁 La commercializzazione delle produzioni

📁 Eventi pubblici per sensibilizzare all'acquisto dei prodotti locali

📁 Diffusione della fruibilità della Borsa Merci Telematica Italiana per la commercializzazione degli agrumi, dell'olio e dei vini, attivando con il supporto dell'Azienda Speciale IN.FORM.A. iniziative collaterali che valgano a far conoscere queste produzioni sul territorio nazionale

📁 Incentivi finanziari per la partecipazione ad iniziative fieristiche, ma anche partecipazione, in modo diretto o tramite Unioncamere Calabria, ad iniziative di rilievo nazionale ed internazionale per la promozione della commercializzazione di prodotti agroalimentari del territorio

📁 Valorizzazione delle filiere agroalimentare -enogastronomica, integrate con le risorse turistiche del territorio (agroalimentare, commercio, turismo, artigianato), attraverso:

▪ Un programma intersettoriale, sperimentale, per lo sviluppo innovativo di collaborazioni di filiera tra la rete regionale dei pubblici esercizi e le produzioni agroalimentari ed artigianali tipiche calabresi, con finalità di qualificazione dei ristoranti, promozione dell'educazione alimentare e valorizzazione dei territori e delle tradizioni calabresi.

▪ Progetto di filiera e creazione di una rete tra le imprese di produzione del vino IGT Palizzi

▪ La continuità delle azioni del marchio collettivo "Tradizioni Reggine" per l'aggregazione dell'offerta e la valorizzazione dei prodotti tipici che non beneficiano di ulteriori riconoscimenti e protezioni nazionali e/o comunitarie, con un costante ampliamento del paniere dei prodotti da tutelare, con il supporto tecnico-scientifico dell'Università Mediterranea di Reggio Calabria: a titolo esemplificativo, olive da mensa tipiche della provincia di Reggio Calabria, vegetali freschi o minimamente trattati (patata calabrese e kiwi); potenziamento del portale nel conteso di una generale rivisitazione dei siti web e produzione di materiale divulgativo, cartaceo e non, anche in lingua inglese. Sarà studiata la fattibilità di una estensione del marchio alle produzioni artigiane.

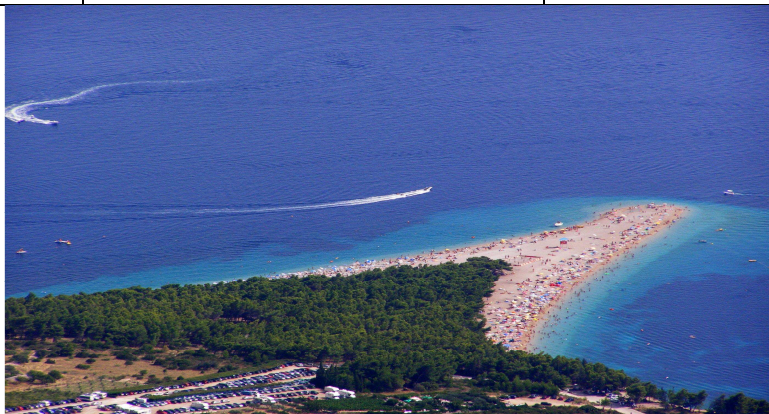
▪ La continuità del marchio di qualità e gastronomia tipica nelle aziende di ristorazione ed organizzazione di un meeting dei ristoratori aderenti alla rete delle tradizioni reggine

- Individuazione dei percorsi del gusto e dei sapori a partire dallo studio sulle specialità gastronomiche della provincia, realizzato nell'annualità 2010
- La promozione degli oli e dei vini di qualità della provincia ai fini di una loro maggiore diffusione locale e commercializzazione e completamento delle azioni finalizzate al riconoscimento comunitario dop/igp degli oli di oliva extravergine. Istituzione di premi.
- Studio dei prodotti tipici funzionali e realizzazione di un progetto transnazionale per la valorizzazione della filiera enogastronomica aderente alla "dieta mediterranea"
- Progetto sulla valorizzazione della filiera del legno in continuità alle risultanze dello specifico studio sulle risorse forestali realizzato in collaborazione con la Facoltà di Agraria di Reggio Calabria
- Incentivi finanziari per l'introduzione di sistemi di certificazione aziendale.

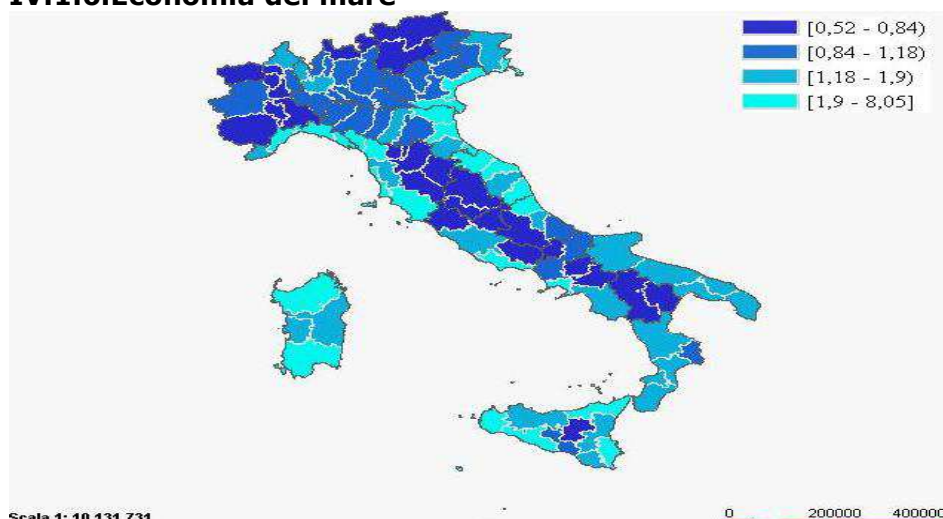
Ne conseguono obiettivi operativi/azioni/risultati attesi nel 2011

Obiettivi	Azioni	Risultati attesi ed indicatori (2011)
IV.1.5.1 Competitività, tracciabilità e tutela della riconoscibilità dei prodotti alimentari tipici .	IV.1.5.1.1 In materia di tracciabilità, sicurezza alimentare, etichettatura, certificazione, riconoscimento dell'origine dei prodotti agroalimentari	<ul style="list-style-type: none"> - Adesione di almeno 5 imprese alla manifestazione di interesse per la fruibilità di un servizio sulla tracciabilità di filiera - Linee guida e vademecum informativi sui temi dell'etichettatura e della tracciabilità
	IV.1.5.1.2 Per lo sviluppo di processi di innovazione per migliorare la competitività	<ul style="list-style-type: none"> - Nuove implementazioni sul "Osservatorio per il monitoraggio sistematico dei trend tecnologici nel settore" - Avvio di un programma concertato con l'Università Mediterranea e il CCT "Certa" - Definizione di un progetto e bando per l'acquisizione di manifestazioni di interesse sulla creazione di uno strumento di coesione commerciale per supportare l'offerta aggregata dei prodotti, con particolare attenzione alle imprese giudicate idonee all'esportazione
	IV.1.5.1.3 Promozione, tutela e commercializzazione dei prodotti agroalimentari integrati .	<ul style="list-style-type: none"> - Organizzazione di un evento pubblico per sensibilizzare i consumatori all'acquisto dei prodotti locali. - operatività del marchio "Tradizioni reggine" e concessione dell'uso ad almeno 10 imprese - presentazione della domanda di riconoscimento dell'olio DOP della provincia - Manifestazione di interesse che coinvolga almeno le associazioni più rappresentative delle categorie commerciali e artigiane e concertazione dei contenuti, finalità e azioni del programma ,prevedendo anche la partecipazione di almeno tre enti locali.(di riferimento anche del programma "commercio") - Realizzazione di uno studio dei prodotti tipici funzionali e realizzazione di un progetto transnazionale per la valorizzazione della filiera enogastronomica aderente alla "dieta mediterranea. - Manifestazione di interesse sulla creazione di una rete tra le imprese di produzione del vino IGT Palizzi - Di riferimento dell'azione "Programma Borsa merci telematica" (Azione III.1.1.2)

	IV.1.5.1.4-Valorizzazione della filiera legno	Definizione di un progetto sulla valorizzazione della filiera del legno in continuità alle risultanze dello specifico studio sulle risorse forestali realizzato in collaborazione con la Facoltà di Agraria di Reggio Calabria -
--	---	---



IV.1.6. Economia del mare



Incidenza percentuale delle imprese della filiera del mare sul totale delle attività economiche per provincia - Anno 2008 (Valori %).

Fonte: elaborazioni Unioncamere - Istituto Tagliacarne su dati Infocamere, Movimprese

80mila imprese, 670mila occupati, 9 miliardi di euro di esportazioni, un valore aggiunto pari a 34 miliardi di euro e un'incidenza sul valore aggiunto nazionale del 2,4%.

Consistente anche l'apporto all'occupazione: i 670mila occupati corrispondono al 2,7% del totale dei lavoratori del nostro Paese.

Estendendo l'osservazione anche alle attività correlate (dai periodici specializzati ai servizi connessi al turismo marino, dal commercio di articoli sportivi alla ristorazione) il peso dell'economia del mare sull'economia nazionale raggiunge il 3,4% in termini di valore aggiunto e il 3,6% in termini di occupati. E, soprattutto, una leadership internazionale in un settore specifico, quello della cantieristica, che, in piena crisi, è riuscito a mettere a segno un surplus della bilancia commerciale di 1,9 miliardi di euro.

E' la fotografia dell'economia italiana del mare.

Si tratta di un grande ambito fortemente legato al nostro territorio che vede nel mare una straordinaria risorsa che lega le tradizioni storiche, la cultura, il modo di vivere e pensare della gente e naturalmente l'economia nei vari settori che dal mare traggono la fonte della propria azione, dalla pesca alle attività portuali, alla industrie della nautica, dai trasporti alle spedizioni, al turismo marino.

Nella graduatoria delle province in base all'incidenza percentuale delle imprese della filiera del mare, Reggio Calabria occupa il 42° posto con 586 imprese pari all'1,3% del totale (1,26%

Calabria e 1,5 Italia), preceduta soltanto dalla provincia di Vibo Valentia con 189 imprese pari ad 1,5.

La rilevanza di questi settori e il prospettico inserimento della Regione Calabria, nella piattaforma tecnologica nazionale marittima, inducono la Camera di commercio ad avviare un monitoraggio sulle specificità e l'evoluzione delle filiere del mare, per fornire, al sistema imprenditoriale e ai decisori politici dei diversi livelli istituzionali, un quadro conoscitivo di riferimento sulle principali tendenze in atto e definire proposte di intervento mirate¹⁰³.

Attenzionare una filiera che posiziona la provincia di Reggio Calabria al 42° posto per incidenza percentuale delle imprese

Obiettivo	Azioni	Risultati attesi ed indicatori (2011)
IV.1.3.1 Conoscere meglio la filiera economica	IV.1.3.1.1 Per rilevare ed analizzare specificità e tendenze.	-Monografia di base per un'osservazione continua delle potenzialità e fenomeni congiunturali.

I mali della società si correggono solo se è la ragione morale a condizionare e a guidare la ragione politica e la ragione economica. Entrambe devono servire la società e non servirsi della società.

(Luigi Sturzo)

Lo sviluppo diffuso e di lunga durata è impossibile senza uomini politici e operatori economici, che vivano fortemente nelle loro coscienze l'appello del bene comune.

(Benedetto XVI)



Obiettivo strategico IV.2

QUALITÀ, SOSTENIBILITÀ E COMPETITIVITÀ DEL TERRITORIO PER UNA VISIONE DEL FUTURO DESIDERATO.

Obiettivo declinato dalle due finalità strategiche del Documento strategico Regionale (DSR) per la politica di coesione 2007-2013 :

- ◆ *Aumento della qualità del contesto del sistema regione (rafforzamento delle condizioni di contesto complessivo);*
- ◆ *Aumento della competitività e consapevolezza del sistema territoriale regionale (adeguamento e valorizzazione delle risorse endogene).*

¹⁰³ La Piattaforma Tecnologica Nazionale Marittima – PTNM nasce nel 2005 dalla forte volontà del sistema economico di avere un luogo di confronto unico fra l'industria, il sistema ricerca e le amministrazioni in materia di ricerca, formazione e innovazione. L'iniziativa della PTNM trova, oggi, un completo riscontro nella strategia della Commissione Europea di attuare una politica marittima integrata (Libro Blu) e di sollecitare i paesi membri ad adottare strategie olistiche di intervento per il mare.

La PTNM è riconosciuta dalla Commissione Europea come punto di forza del sistema paese e come *mirror group* della Piattaforma Europea WATERBORNETP, per la sua maggiore rispondenza all'approccio integrato ai settori del mare.

Così lo Sviluppo, nella sua "declinazione europea", rimanda alle sfide che le Regioni e i Territori, in una prospettiva di ampliamento dei mercati e di forte decentramento politico, oggi, più che ieri, si trovano ad affrontare: capacità di investire sui propri fattori di competitività, sperimentare forme innovative e orizzontali di cooperazione tra gli attori locali, coordinare politiche e interventi orientandoli ad obiettivi di maggiore coesione sociale, tutela e valorizzazione del territorio in una prospettiva di crescita rispettosa delle risorse ambientali e naturali.

Il "territorio" inteso nella sua duplice valenza:

⇒ ciò che costituisce e permane come la matrice fondativa delle capacità personali e civili di cui dispongono ogni individuo e le collettività locali di cui egli è parte: il territorio quale essenziale patrimonio pubblico: ... quale che sia la formale titolarità pubblicistica o privatistica dei beni materiali che lo compongono;

⇒ *l'ambiente* della produzione locale di ricchezza e della sua funzionalità collettiva; ma ad un tempo, il territorio è anche il suo motore e il suo regolatore in quanto produttore di potenzialità e condizioni; di limiti e valori da tutelare e di opportunità e vocazioni da coltivare ed è dal loro combinarsi che si decide una quota consistente della competitività di un sistema economico.

Ciò comporta un allargamento dalle tradizionali analisi socioeconomiche agli aspetti della sostenibilità territoriale e quindi comprendere le interdipendenze tra le tre dimensioni di base della sostenibilità locale (economia, società, ambiente) e rileggere la geografia dello sviluppo locale, in termini di posizionamento strutturale: dai fattori di natura economica (sistema produttivo ed imprenditoriale, mercato del lavoro, specializzazione produttiva) alle componenti sociali (sistema culturale e del capitale umano, welfare locale, sistema della sicurezza, della salute, e della criminalità) ed ambientali (variabili di stato ambientale quali patrimonio naturale, qualità di aria, acqua e suolo, livello inquinamento)¹⁰⁴.

In questa ottica i concetti di competitività e sostenibilità territoriale si incrociano e si legano reciprocamente in modo sincronico.

Da questo modello emergono 10 cluster di province¹⁰⁵ (1-profondo Sud, 2-Meridione in mezzo al guado, 3-città delle isole, 4-province minori del Centro, 5-aree deboli del Centro-Nord, 6-distretti tradizionali, 7-aree del Nord dinamici, 8-sistemi locali diversificati, 9-sistemi forti aperti, 10-gate metropolitani) e quella di Reggio Calabria è collocata, insieme alle altre calabresi esclusa Cosenza/collocata nel 2°, tra le 16 del "Profondo Sud".

"Si tratta di territori relativamente arretrati in termini economici (in ultima posizione in termini di struttura- prestazioni-strategie) e caratterizzati da forti squilibri sociali tra buoni livelli standard di salute e modelli tradizionali di comportamenti orientati alla famiglia e alla persona, da un'elevata compatibilità ecologica per le ridotte pressioni ambientali e da un buono stato ecologico, seppure con modestissime risorse pubbliche in materia di politiche ambientali locali....Area che presenta il maggiore deficit di sviluppo in Italia....".

La responsabilità rende complicato il male e semplice il bene
Albert Einstein

Etica, sicurezza, legalità, qualità ambientale, sono tutti fili indispensabili di una rete, il legame di appartenenza, che fa di un territorio una comunità e senza il quale si sbriciola la coesione sociale e non vi è vero e duraturo sviluppo.

La crescita della ricchezza della comunità, delle famiglie e delle persone è un elemento intrinseco del livello del benessere ma non totalizzante: esistono elementi importanti legati al modo in cui questa viene prodotta (la qualità e la sicurezza dei lavori, la libertà e la sicurezza nell'esercizio delle attività d'impresa e di lavoro autonomo, la qualità degli ambienti, la partecipazione e la cooperazione fra i diversi soggetti dell'impresa, lo sviluppo dei diritti fondamentali ovunque e per tutti, ecc), oltre che elementi legati al modo in cui viene distribuita (universalità del welfare, coesione sociale, ecc) ed infine agli effetti che produce nell'ambiente sia nella fase della produzione sia in quella del consumo (inquinamento, distruzione del paesaggio, traffico, ecc) che hanno un rilievo non secondario nel definire gli aspetti essenziali del modello di vita di una comunità.

¹⁰⁴ Centro Studi Unioncamere- Le PMI nell'economia italiana- Rapporto 2009

¹⁰⁵ Ved. Nota precedente

Se alle imprese viene chiesto di rimboccarsi le maniche non si può però pensare che lo stato di crisi antica del nostro sviluppo si superi con il "fai da te". Devono cambiare le condizioni generali in cui vivono le imprese e anche i cittadini: lo sforzo di innovazione deve investire tutto il territorio e tutti i campi.

Un territorio dove si vive bene :un obiettivo da perseguire, se è vero come è vero che gli indicatori sulla qualità della vita, rilevati da varie angolazioni, da più anni connotano la provincia con il segno negativo.

Indicatori di tipo oggettivo (indicatori di povertà, criminalità, usura, lavoro nero, protesti, disoccupazione, ecc.) e valutazioni soggettive riscontrabili nei numerosi sondaggi realizzati sulla qualità della vita, confermano inequivocabilmente la risposta negativa.

Bassa qualità della vita non solo per i cittadini ma anche per le imprese: la classifica secondo l'indice della qualità della vita dell'impresa, elaborato da Confartigianato nel 2009, che posiziona la provincia reggina al 96° posto con un indice di 453/1000, per quanto seguita in graduatoria dalle altre province.

Sicurezza

Non si vive bene, per le imprese e per i cittadini, in un clima di continua minaccia al diritto alla sicurezza e alle libertà.

I recenti avvenimenti delinquenziali hanno accentuato ancora di più nella popolazione il senso di smarrimento di fronte alle azioni arroganti della criminalità organizzata "che hanno apparentemente differenziato la storica posizione di distanza dalla 'ndrangheta dalla perpetrazione di atti eclatanti, che innalzano significativamente il livello di scontro con gli apparati statuali e corrispettivamente l'attenzione verso il fenomeno, nel senso più ampio del termine"¹⁰⁶.

E' aumentata anche la fiducia.

Lo Stato è ormai una presenza forte e costante nell'azione di contrasto del racket, dell'usura e della 'ndrangheta. Ciò è testimoniato non solo dai grandi successi realizzati dalle Forze dell'ordine e dalla Magistratura, comprese le tante confische di patrimoni mafiosi: in Calabria 1.513 i beni confiscati (il 14% dei beni complessivamente confiscati in Italia, 10919); un dato che posiziona la regione al 3° posto dopo la Sicilia (4.918) e la Campania (1.607).

E il bene confiscato rilancia una immagine positiva del territorio

Si ha così una riconciliazione fra abitante e quella porzione di territorio sottratta al potere mafioso.

Immenso è infatti il valore concreto e simbolico delle vittorie dello Stato, in quanto ha contribuito a destabilizzare la base mitica del fenomeno 'ndranghetista e ha aperto la strada alla comprensione di come agire sui comportamenti di un'intera società ibridati e condizionati dalla subcultura mafiosa, con progetti, strategie e politiche adeguate, in grado di sradicare non solo il fenomeno estorsivo, ma le basi stesse del sistema di protezione mafioso che è all'origine della diffusa illegalità e del ritardato sviluppo.

I cittadini avvertono che si sta ridisegnando un patto fra Stato e cittadini di cui però non è ancora chiaro l'esito finale e questo produce insicurezza e paura del futuro.

Resta il fatto che nel 2008 in provincia di Reggio Calabria il numero dei delitti denunciati dalle forze dell'ordine all'autorità giudiziaria si attesta a 19.919.

Tra questi, il 41% sono reati predatori (furti e rapine) che possono colpire chiunque creando forti disagi sia di natura economica che psicologica. Questi reati aumentano il senso di insicurezza.

Secondo SOS Imprese¹⁰⁷ il 70% delle imprese sono coinvolte nel "pizzo" a Reggio Calabria, che, per gli indicatori di penetrazione mafiosa elaborati da Eurispes si posiziona al 5° posto tra le province per il più elevato indice appunto di penetrazione mafiosa: indice sintetico del 2° posto occupato nella graduatoria per attentati (0,16)¹⁰⁸, ricettazione (6,29), estorsioni (1,30), usura (0,05), sequestri (0,05), associazione a delinquere di tipo mafioso (0,53), riciclaggio (0,58), contrabbando (0,41), stupefacenti (3,21), prostituzione (0,21), omicidi per 'ndrangheta (0,11).

Al 4° posto secondo la classificazione delle province secondo l'indice ISE di Confesercenti, dopo Caltanissetta, Crotone e Catanzaro.

¹⁰⁶ Relazione Direzione Investigativa Antimafia, gennaio-giugno 2010

¹⁰⁷ Audizione SOS Impresa a Commissione parlamentare antimafia 4 maggio 2010

¹⁰⁸ Reati ogni 10.000 abitanti nell'anno 2008

Un dato, quello delle estorsioni, "condizionato" per la Confesercenti¹⁰⁹ in quanto il calo sarebbe dato dall'aumento della presenza degli esercizi commerciali di proprietà mafiosa. E a questa maschera di liceità si adegua anche il racket del pizzo (lo chiamano pizzo in maschera) con gli estorsori che aprono partite Iva, camuffando l'attività criminale offrendo beni o servizi legali: gadget costosi, calendari, penne, agende; ma anche imponendo merci, servizi, manodopera. In tempi di crisi però, prendono quota anche altre forme di pagamento: contributi all'organizzazione in occasione di festività, come quella del patrono e per le luminarie di natale, e le dazioni in natura, ovvero organizzare gratuitamente cerimonie nuziali o battesimi per la famiglia mafiosa.

Senza dimenticare l'usura che in Calabria ha una forte impronta 'ndranghetista anche perché è un ottimo strumento di riciclaggio ed è esercitata, il più delle volte, in connubio con insospettabili professionisti.

Qualità sociale

Il cluster di regioni che chiude la classifica del QUARS 2009 ,già richiamata, ribadisce quanto sia necessario intervenire nei territori del mezzogiorno per migliorare il livello di benessere e sostenibilità.

In periodi di crisi, secondo il Rapporto SoS impresa, i soldi delle mafie, la loro grande liquidità, benché "sporchi" fanno gola e così, causa le difficoltà di accesso al credito, cresce **l'usura** che nel 2009 ha toccato un vero e proprio boom: oltre 200 mila commercianti in Italia colpiti, con un giro di affari attorno ai 20 miliardi di euro (ma le posizioni debitorie ammontano a circa 600 mila, indice di indebitamenti con più strozzini).

Con una differenza: l'usuraio isolato punta ai soldi della vittima, la criminalità organizzata ai beni e alle aziende e alle opportunità di riciclaggio di denaro sporco.

Reggio Calabria registra le condizioni di rischio usura tra le più alte (Quoziente Rischio Usura= 17,34, contro una media Italia uguale a 5,68).

"L'usura si conferma, quindi, un fenomeno sociale diffuso, che si espande secondo la congiuntura economica. Ed è un elemento corruttivo del mercato e delle relazioni economiche, che coinvolge un universo che va ben oltre la piccola impresa marginale e le famiglie povere.

Le organizzazioni criminali, inoltre, sempre attente all'evolversi della situazione economica ed al mondo dell'impresa, dopo una iniziale riluttanza, hanno compreso che il mercato dell'usura è una grande occasione di riciclaggio e di crescita dei patrimoni.

L'allarme del Governatore della Banca d'Italia del Luglio 2009 e ripetuto più volte, è stato la conferma autorevole alle nostre denunce e analisi: la criminalità organizzata sta diventando più minacciosa e pericolosa con la fase recessiva in atto.

Accanto alle figure più tradizionali di usurai di quartiere e di vicinato si muove un nuovo mondo, che va dalle società di servizi e mediazione finanziaria, ormai presenti in ogni città, a reti strutturate e professionalizzate, fino a giungere a soggetti legati a organizzazioni criminali che investono e riciclano enormi capitali.

L'usura, però, oggi è sempre meno un reato di singoli e sempre più un reato associativo e questa evoluzione riguarda anche i classici cravattari che mantengono una loro importante presenza nel territorio, ma adeguandosi e professionalizzando al massimo il loro mestiere. Particolarmente interessante, da questo punto di vista, è la trasformazione verso quella che possiamo definire *usura a struttura familiare*.

Il vecchio usuraio, una volta figura solitaria che svolgeva la propria <seconda attività> riuscendo a mantenere all'oscuro la stessa famiglia, ora la coinvolge direttamente nel giro. Il capofamiglia, ma non di rado questo compito è svolto da una figura femminile, è l'organizzatore della rete, le figure femminili (madre, moglie, figlie), detengono la titolarità dei conti correnti e svolgono funzione di prestanome nell'intestazione dei beni in caso di esproprio, i figli e i nipoti maschi invece hanno il compito di fare il gioco sporco dell'intimidazione e del recupero crediti.

L'organizzazione strutturata permette di rispondere a diverse esigenze: accresce il numero e la qualità dei "contratti" in essere e, di conseguenza, i profitti.

Riduce al minimo i rischi d'insolvenza, eleva la capacità di intimidazione, riduce i rischi personali, presentando ai malcapitati le diverse *facce* e mascherando le relazioni usuraie in normali rapporti commerciali.

¹⁰⁹ Rapporto SOS Impresa "Le mani della criminalità sulle Imprese" XII edizione

In quest'ambito sono due le tipologie prevalenti. Una più spiccatamente malavitosa al cui capo dell'organizzazione siedono vecchie conoscenze delle questure al culmine della loro carriera criminale, mentre la manovalanza è lasciata ai più giovani, che si preoccupano di "convincere i ritardatari" al puntuale pagamento dei debiti. Bonarietà e intimidazione sono i tratti più evidenti di questa struttura presente un po' dovunque, dalle periferie delle grandi aree metropolitane, alle aree di basso sviluppo economico e sociale. Una seconda tipologia, invece, è formata da "investitori" professionisti che si avvalgono di larghe amicizie e convivenze in ambienti finanziari, bancari, giudiziari. Questi stazionano anche negli ambienti delle aste giudiziarie e lavorano in modo sistematico all'espropriazione delle aziende dei malcapitati. Quest'ultima fattispecie è la vera novità del mercato dell'usura. Se l'usura a struttura familiare rappresenta l'evoluzione del *classico* cravattaro, questo è il modello che va imponendosi tra i venditori di soldi, che sostituisce le vecchie *bancarelle* o *società*, e si struttura attraverso società di comodo con le quali viene mascherata la natura usuraia delle transazioni.

Al contrario di quanto la vulgata popolare ha sempre creduto il prestito a usura, spesso confuso con quello estorsivo, è un fenomeno cui le organizzazioni mafiose hanno prestato poca attenzione, preferendo tollerare sul proprio territorio singoli usurai cui chiedere una percentuale congrua sugli affari. Anche le risultanze di numerose processi e le sentenze emanate hanno confermato questa analisi. Ma, come abbiamo anticipato, oggi, anche questa certezza comincia a vacillare. E l'usura, soprattutto in Calabria e Campania, comincia ad avere una forte impronta 'ndranghetista e camorrista.

Una recente relazione della DIA così si esprimeva sulle *collusioni 'ndrangheta- professionisti-usura <le cosche calabresi sono pienamente consapevoli di poter disporre di risorse umane di alto profilo professionale nei campi giuridici ed economici in grado di orientare gli investimenti e di creare artifici per ostacolare l'accertamento della provenienza illecita dei capitali>* **(Nota 108)**

Per completare il quadro si richiamano i fenomeni delle intimidazioni dirette ed indirette a danno di amministratori locali (in provincia di Reggio Calabria n.13 atti nel solo 2009) e dei *consigli comunali sciolti per mafia*: dal 1991 al 2009 in Calabria sono stati 46 ,la maggior parte in provincia di Reggio Calabria, su un totale Italia di 189.

Si rende pertanto necessaria una strategia corale delle istituzioni per promuovere condizioni di sicurezza attraverso una rete di azioni in grado di aumentare la prevenzione e la repressione dei fenomeni ma anche per accentuare e dare visibilità alla trasparenza, legalità e imparzialità della P.A.

Ma l'insicurezza e quindi la bassa qualità della vita e competitività del territorio non dipendono soltanto da **raket ed usura**, che in alcune circostanze vengono assunti ad alibi a fronte della "non responsabilità" nella sua accezione come incapacità o mancanza di volontà a dare risposta a domande e bisogni della comunità¹¹⁰.

Così il dottor Raffaele Piccirillo, Giudice per le indagini preliminari al Tribunale di Napoli, in un recente articolo evidenzia come "Alcune imprese mafiose funzionano e rendono soltanto perché seguono uno stile criminale. Il loro utile si collega al risparmio dei costi fiscali, contributivi, ambientali, alla violazione delle misure antinfortunistiche poste a tutela dei lavoratori. I loro profitti fanno affidamento sul patrocinio mafioso nell'accaparramento di appalti pubblici e commesse private, sulla possibilità di reinvestire capitali illeciti e di risparmiare i costi del credito bancario".

Ciò chiama in causa le **imprese legali** a fronte del fenomeno del lavoro sommerso che genera sul territorio concorrenza sleale.

"Il primo segnale di minaccia di concorrenza sleale del sommerso proviene dal forte incremento degli adulti, nè in età scolare e nè in età pensionabile, che escono dal mercato del lavoro: nei due anni che vanno dal I trimestre del 2008, antecedente allo scoppio della fase acuta della crisi, al I trimestre del 2010 in Italia il tasso di attività degli adulti tra 25 e 54 anni scende di 1,1 punti.

¹¹⁰ Il termine responsabilità deriva dal latino *respònsus*, participio passato del verbo *respòndere*, *rispondere* cioè, in un significato filosofico generale, impegnarsi a rispondere, a qualcuno o a se stessi, delle proprie azioni e delle conseguenze che ne derivano. L'origine del termine si ritrova nell'opera *The Federalist*, una raccolta di articoli scritti da Alexander Hamilton, John Iav e James Madison pubblicata nel 1788 dove viene usata per la prima volta la parola "responsibility" per indicare che il governo americano è responsabile del proprio operato nei confronti del popolo che gli ha delegato i suoi poteri

Prendendo a riferimento i dati medi del 2009 il tasso di attività più basso degli adulti in età non scolare e non pensionabile si riscontra in Campania con il 57,5%, equivalente a 277.000 maschi e 792.000 donne inattive, seguita dalla Calabria con il 60,2% equivalente a 97.000 maschi e 244.000 donne inattive.

Secondo gli ultimi dati disponibili per territorio l'incidenza del lavoro irregolare è pari all'11,8%, con una incidenza che nel Mezzogiorno (18,3%) è doppia rispetto al Centro Nord (9,3%). Particolarmente critiche le situazioni della Calabria dove più di una unità di lavoro su quattro (27,3%) è irregolare. Inoltre va segnalato che tra il 2001 e il 2007 in Calabria e in Molise il tasso di economia sommersa sale di oltre un punto percentuale.

Nel 2009 gli occupati indipendenti irregolari in Italia stimati dall'Istat sono 639.900, di cui 535.200 al netto dell'agricoltura. Gli 'abusivi' in Italia equivalgono ai due terzi (62,0%) degli occupati autonomi regolari di tutto il comparto manifatturiero. L'incidenza degli 'abusivi' è del 9,4% sul totale dell'occupazione ed è significativamente più alta nei Servizi (9,9%) rispetto alle Costruzioni (7,7%) e al Manifatturiero (3,7%). Gli indizi concernenti un incremento delle attività sommerse sono confermati dagli ultimi dati pubblicati dall'Istat nel 2008, primo anno della recessione, in cui si osserva che l'incidenza sul PIL del valore aggiunto sommerso è salita al 16,9%, in aumento rispetto al 16,6% del 2007 (valore medio tra il valore minimo e quello massimo stimati dall'Istat)¹¹¹.

"Tra le province italiane, il valore massimo dell'indice sintetico che esprime la minore concorrenza sleale si raggiunge a Bolzano seguita da Reggio Emilia, Parma, Prato, Milano, Firenze, Mantova, Rimini, Roma e Ferrara.

Sul versante opposto della classifica troviamo la provincia di Crotone seguita da quelle di Vibo Valentia, Cosenza, Enna, Brindisi, Caltanissetta, Reggio Calabria, Trapani, Nuoro e Catanzaro." Lavoro sommerso significa anche bassa qualità delle condizioni e delle prestazioni di lavoro e quindi nessuna o scarsa garanzia delle condizioni di sicurezza nel lavoro e della regolarità dei contratti e delle retribuzioni. Ma anche esercizio abusivo di attività d'impresa che non riguarda soltanto il commercio illegale degli extracomunitari ma un fenomeno più ampio che coinvolge l'attività edilizia e dell'installazione e manutenzione di impianti.

Dobbiamo fare i conti anche con una **pubblica amministrazione illegale**.

Gli ultimi dati di Eurobarometro sulla percezione della corruzione da parte dei cittadini europei evidenziano un quadro allarmante:

- Quasi 8 cittadini europei su 10 (78%) concordano sul fatto che la corruzione è un grave problema per il proprio Paese. In Italia la percentuale sale all'83%.
- Il 9% dei cittadini europei ha sperimentato personalmente la corruzione negli ultimi 12 mesi. In Italia circa il 17% delle persone è entrata in contatto con questo fenomeno.
- Il 77% dei cittadini europei considera le pene legate alla corruzione troppo leggere. In Italia la percentuale sale all'82%.
- Il livello della corruzione è determinato anche dalle relazioni tra corruzione e criminalità organizzata¹¹².

Ma se il problema della corruzione riguarda L'Europa e l'Italia, in Calabria è un'altra emergenza come risulta dalla eloquente tabella che segue sulle denunce di reati per corruzione nelle regioni.

¹¹¹ Ufficio Studi Confartigianato Settembre 2010-Ricerca sulla concorrenza sleale per le imprese regolari da parte di soggetti operanti nell'area del sommerso.

¹¹² Strategie Europee per la lotta alla corruzione .Dossier b24 giugno 2010

(valori assoluti, percentuali e ponderati; anni 2004-2008)

Regione	Numero reati (assoluto)	Percentuale (sul totale nazionale)	Numero reati ogni 10.000 abitanti (*)	Numero reati ogni 1.000 dipendenti pubblici (**)
ABRUZZO	509	2,68	3,9	6,14
BASILICATA	488	2,57	8,2	12,03
CALABRIA	1557	8,19	7,8	11,19
CAMPANIA	2179	11,46	3,8	6,04
EMILIA ROMAGNA	636	3,34	1,5	2,71
FRIULI VENEZIA GIULIA	395	2,08	3,3	4,61
LAZIO	1269	6,67	2,4	2,84
LIGURIA	391	2,06	2,4	3,57
LOMBARDIA	1786	9,39	1,9	4,25
MARCHE	418	2,20	2,7	4,66
MOLISE	234	1,23	7,3	9,88
PIEMONTE	1263	6,64	2,9	5,59
PUGLIA	1795	9,44	4,4	7,69
SARDEGNA	465	2,44	2,8	4,00
SICILIA	2486	13,07	5	7,48
TOSCANA	963	5,06	2,7	4,29
TRENTINO ALTO ADIGE	405	2,13	4,1	28,78
UMBRIA	408	2,15	4,7	7,07
VALLE D'AOSTA	95	0,50	7,7	7,80
VENETO	1277	6,70	2,7	5,47
Totale/media	19.019	5,00	4,11	7,30

(*) media pop residente anni 2004-2008
(**) Personale effettivo in servizio al 31 dicembre 2003. dati tratti da Istat. *Statistiche delle amministrazioni pubbliche*.

“La corruzione è davvero un fenomeno devastante che, talvolta, tendiamo a sottovalutare. Non solo non crea alcuna ricchezza, ma incide negativamente sulla collettività e sul sistema economico; pregiudica il senso civico e la qualità della convivenza sociale; agisce come un’imposta fittizia sulle attività produttive, disincentivandole e distorcendo le scelte delle imprese, delle pubbliche amministrazioni e dei cittadini.

Alcuni recenti studi hanno, infatti, dimostrato che essa deprime la produttività del lavoro, la quale è strettamente connessa alla qualità delle istituzioni; riduce il tasso di crescita dell’economia, indebolisce i mercati finanziari che per prosperare hanno bisogno di regole certe e procedure trasparenti; impone alla società obiettivi meno ambiziosi nel frenare comportamenti antisociali; mortifica le professionalità perché i sistemi corrotti non sono fondati su competenze e capacità ma su conoscenze e contatti.

Secondo il World Economic Forum il costo annuo stimato della corruzione è pari a oltre il 5% del PIL globale.

La Corte dei Conti italiana ha stimato che i cittadini italiani pagano ogni anno tra i 50 ed i 60 miliardi di euro in tangenti, la cosiddetta "tassa occulta".

Secondo l’European Healthcare Fraud & Corruption Network (EHFCN) 56 miliardi di euro vengono persi ogni anno per frodi legate al mondo della sanità.

In tutta Europa questo rappresenta una perdita di almeno 150 milioni di euro al giorno.

La corruzione ha carattere moltiplicativo, tende ad espandersi e suscita comportamenti imitativi: più gli episodi di corruzione riguardano i vertici della piramide e più essi appaiono legittimi, ammissibili ed imitabili anche a livello più basso, facendo sì che la stessa diventi un fenomeno di massa, pratica corrente nei rapporti fra decisori politici ed operatori di mercato”¹¹³.

Uno scenario di insicurezza e bassa qualità sociale che contribuiscono a mantenere ad livello minimo la fiducia “generalizzata” negli altri, con notevole rischio sulla coesione sociale.

Ma il nuovo individualismo, e la minore solidarietà oltre che avere aspetti negativi in termini di fiducia e coesione, non hanno anche quelle conseguenze positive sulla propensione al rischio, al guadagno, alla carriera, che sembrano in ripresa proprio nella popolazione giovanile, e soprattutto fra i giovanissimi in altre realtà del nostro Paese come dimostrato dalla contrazione degli imprenditori under 30, esaminato a proposito di “Crescita quali quantitativa dell’imprenditorialità”

Qualità e competitività del territorio richiamano *la sostenibilità ambientale*: il territorio come elemento “centrale” della politica ambientale, come fonte di sviluppo, opportunità, servizi ed infrastrutture, ma anche come recettore degli impatti ambientali.

¹¹³ Maria Teresa Brassiolo, Presidente della ONG Transparency International Italia

Non è la sede per affrontare argomenti sui rischi delle dinamiche territoriali (urbanizzazione, densità abitativa, dispersione urbana, ecc.) ma vanno ricordati due segnali di allerta sulla scarsa attenzione posta sui temi ambientali, che rappresentano forti vincoli alla sostenibilità ambientale del sistema territoriale per il futuro: rifiuti ed abusivismo edilizio.

Secondo l'indice 2009 di Legambiente sull'ecosistema urbano¹¹⁴ la provincia di Reggio Calabria si trova in 86.a posizione su 103, con il punteggio percentuale di 41,30%, perdendo 8 posi rispetto al 2008 (78 con un punteggio di 46,12%).

Bassa la capacità di depurazione che posiziona la provincia in 68.a posizione, e così per la raccolta differenziata all'85° posizione solo con il 13,1% per quanto superiore alla media regionale.

Tabella 10.5: Quantità di rifiuti urbani raccolti in modo differenziato e percentuale sulla quantità totale raccolta

Regione	2000		2001		2002		2003		2004		2005		2006		2007	
	†1.000	%	†1.000	%	†1.000	%	†1.000	%	†1.000	%	†1.000	%	†1.000	%	†1.000	%
Piemonte	352	17,2	451	21,6	525	24,6	597	28	731	32,8	830	37,2	930	40,8	1.016	44,8
Valle d'Aosta	11	14,9	12	16,9	15	20,7	18	23,5	19	25,6	21	28,4	23	31,3	27	36,1
Lombardia	1.423	32	1.640	36,1	1.667	36,4	1.848	39,9	1.960	40,9	2.022	42,5	2.154	43,6	2.196	44,5
Trentino Alto Adige	123	23,3	121	23,5	133	27,7	154	33,4	181	37,8	211	44,2	242	49,1	262	53,4
Veneto	568	26,6	745	34,5	851	39,1	899	42,1	959	43,9	1.084	47,7	1.160	48,7	1.220	51,4
Friuli Venezia Giulia	109	18,4	127	21,5	145	24,1	158	26,8	152	25,8	183	30,4	199	33,3	233	37,7
Liguria	108	11,7	117	12,6	136	14,3	138	14,7	158	16,6	182	18,3	183	16,7	186	19,0
Emilia Romagna	550	21,7	622	24,7	698	26,5	734	28,1	811	29,7	875	31,4	954	33,4	1.064	37,0
Toscana	474	21,4	558	24,4	610	25,9	689	28,8	770	30,9	775	30,7	791	30,9	800	31,3
Umbria	30	6,9	58	12,7	73	15,6	85	18	96	20,2	119	24,2	142	24,5	141	25,0
Marche	73	9,7	93	11,9	118	14,9	118	14,9	133	16,2	154	17,6	169	19,5	183	21,0
Lazio	129	4,6	127	4,2	164	5,5	237	8,1	271	8,6	339	10,4	373	11,1	406	12,1
Abruzzo	36	6,1	53	8,9	66	10,8	71	11,3	96	14,1	108	15,6	118	16,9	130	18,6
Molise	3	2,3	3	2,8	4	3,5	4	3,7	4	3,6	7	5,2	6	5,0	6	4,9
Campania	46	1,8	168	6,1	194	7,3	217	8,1	295	10,6	299	10,6	326	11,3	385	13,5
Puglia	66	3,7	88	5	137	7,6	138	7,2	145	7,3	162	8,2	184	8,8	191	8,9
Basilicata	7	3,4	11	4,9	11	5	14	6	14	5,7	15	5,5	18	7,8	20	8,1
Calabria	9	1,1	26	3,2	60	7	77	8,7	85	9	80	8,6	76	8,0	86	9,1
Sicilia	50	1,9	80	3,3	108	4,3	112	4,4	137	5,4	143	5,5	179	6,6	167	6,2
Sardegna	14	1,7	17	2,1	23	2,8	32	3,8	47	5,3	87	9,9	170	19,8	240	27,8
ITALIA	4.181	14,4	5.115	17,4	5.740	19,2	6.340	21,1	7.064	22,7	7.697	24,3	8.378	25,8	8.960	27,5

Fonte: ISPRA

Fonte Annuario SIPRA

Se sviluppo sostenibile del territorio significa salvaguardare l'ambiente e il patrimonio paesaggistico, storico e artistico, solo un uso programmato nell'utilizzo del suolo contribuisce promuoverlo e mantenerlo.

Forte è pertanto il contrasto verso questo sviluppo generato dal fenomeno diffuso in Calabria dell'abusivismo edilizio, che nella provincia è un vero e proprio dramma.

La ricerca richiamata nel rapporto Legambiente "Paesaggi & Identità", realizzata nel 2009 per conto del Dipartimento Urbanistica e Governo del territorio della Regione Calabria dai docenti Renato Nicolini dell'Università Mediterranea e Osvaldo Pieroni dell'Unical, restituisce una fotografia impietosa dello scempio, con un abuso censito per ogni 100-150 metri di costa. I casi individuati : 5210 di cui nella provincia di Cosenza sono 1156 abusi (il 22,19%), a Catanzaro 548 (il 10,52%), a Crotone 915 (il 17,56%), a Reggio 2093 (il 40,17%) e a Vibo 498 (il 9,56%). È anche stato possibile stabilire che, tra i casi individuati, 412 si trovano in aree per le quali il Piano d'Assetto Idrogeologico definisce "gravi condizioni di rischio idraulico". Per quanto riguarda i vincoli ambientali, "si riscontra che 54 casi individuati ricadono all'interno di Aree Marine Protette, 421 in Siti d'interesse comunitario e 130 nelle Zone a protezione speciale".

"Offese al territorio", definite dal gruppo di ricerca, di tipo legale (ovvero legittimate dalla originaria inclusione nei Prg); di tipo legalizzato (cioè compreso in varianti e parzialmente sanato); completamente illegale (in area demaniale, protetta e instabile). In certi casi si tratta, addirittura, di opere di proprietà pubblica come interi pezzi di lungomare.

La 'ndrangheta non è dunque solo un problema di ordine pubblico, né costituisce un pericolo solo per le regioni meridionali. Essa rappresenta la più forte insidia alla convivenza civile, alla

¹¹⁴ La graduatoria di Ecosistema Urbano è basata su un confronto tra valori reali, dichiarati dai Comuni, e alcuni obiettivi di sostenibilità. Il valore massimo ottenibile (10.000 punti nel caso siano disponibili tutti e 26 gli indicatori), normalizzato in base 100, rappresenta la prestazione di una città sostenibile, ideale e non utopica.

saldezza e alla credibilità delle istituzioni democratiche, al corretto funzionamento dell'economia. Essa impedisce lo sviluppo della democrazia e il pieno esercizio dei diritti dei cittadini.

Il diritto al lavoro, all'istruzione, alla sicurezza, alla giustizia non potranno essere goduti da nessuno se non si sconfigge l'illegalità organizzata.

In questa battaglia, in prima fila, vi sono i corpi dello Stato, impegnati nell'azione di repressione.

Ma occorre uno Stato che assolva in modo ordinario al suo ruolo primario, nella sicurezza, anzitutto, ma in generale per pareggiare gli handicap competitivi che impediscono al territorio provinciale come a quello regionale di essere, da una parte, attrattivo per investimenti produttivi e, dall'altra, di essere l'habitat favorevole perché le imprese crescano e si sviluppino. Contenere la dimensione aziendale è intesa infatti come una sorta di tentativo di autodifesa avverso le infiltrazioni e le predazioni della criminalità.

E' compito delle istituzioni cercare di migliorare gli aspetti "misurabili" del benessere individuale e collettivo, investendo sempre di più nella qualificazione dei servizi, nelle politiche di contrasto ai fenomeni di micro criminalità e criminalità organizzata, di nuova povertà ed esclusione sociale e nella lotta contro gli eventi ambientali e sociali che deteriorano la qualità della vita; e d'altra parte rafforzare gli elementi simbolici rendendoli il più possibile legati a fatti e comportamenti strutturali (qualificazione del paesaggio, produzione e valorizzazione culturale, qualità dell'ambiente e degli alimenti, ecc) piuttosto che a fattori effimeri legati al ciclico alternarsi delle mode culturali.

E' altresì importante che la Regione Calabria prosegua con azioni efficaci l'impegno programmatico in materia di prevenzione sociale, di promozione di politiche di inclusione, di aiuto alle vittime di reati, di potenziamento delle polizie locali. La Regione con gli enti locali per promuovere forme di coordinamento e di collaborazione con gli organi dello Stato preposti all'ordine pubblico e alla sicurezza. L'obiettivo è quello di rafforzare la sicurezza dei cittadini, anche intervenendo come punto di riferimento rassicurante nei confronti di paure immotivate e di contribuire in questo modo a riportare serenità, senso di apertura nelle relazioni quotidiane e fondata fiducia nel futuro da parte della popolazione.

Ma non tutto dipende dalle istituzioni pubbliche; le forze economiche e sociali, le comunità locali e le singole persone sono in qualche modo e a diversi livelli di responsabilità e di capacità artefici del livello e del modello di vita che si è venuto realizzando e che si affermerà nel futuro di Reggio Calabria e provincia.

Ognuno è chiamato a svolgere la propria parte per migliorare il livello di benessere e la qualità del vivere quotidiano. Non c'è e non ci deve essere, rispetto a questo tema, una divisione di ruoli e un contrasto di obiettivi fra i vari soggetti della comunità provinciale.

Così non si può pensare di delegare alla scuola l'educazione alla legalità della nuova generazione. L'azione educativa non può essere affidata ai singoli ma alla comunità nel suo insieme.

L'obiettivo di una più elevata e diffusa qualità della vita non è perseguibile da un'azione isolata delle istituzioni o da progetti parziali e settoriali che incidono solo su pezzi e su alcune fasi (magari, come spesso avviene, su quelle finali) del processo economico e sociale. Si tratta di un obiettivo che deve investire in maniera globale l'intero contesto provinciale e regionale secondo l'approccio della "qualità totale". Non azioni separate delle singole componenti del sistema, ma all'interno di uno sforzo unitario che deve spingere alla collaborazione piuttosto che alla divisione e alla contrapposizione, le istituzioni, le forze economiche e sociali e le diverse rappresentanze di interessi collettivi.

Così risulta inutile individuare nuovi modelli, annunciare e programmare nuovi interventi se non si assume forte consapevolezza, da comunicare efficacemente, che fra gli elementi costitutivi del modello di società da costruire nel percorso del nuovo sviluppo, base irrinunciabile per l'affermazione di una migliore qualità della vita, ci sono quelli della sicurezza, della qualità sociale ed ambientale.

Serve allora un patto per l'economia e lo sviluppo la cui centralità sia il territorio da reinventare come sistema integrato di offerta, una combinazione di fattori fisici ed immateriali, che identifichi obiettivi prioritari e competenze distintive su cui fondare una strategia competitiva focalizzata verso determinati segmenti di domanda, perché il territorio, sia la provincia come la regione come il Mezzogiorno e come il Paese, non può essere il contenitore di tutto. D'altra parte, essere generalisti in un mercato ipercompetitivo è sempre una scelta perdente.

Alla politica viene pertanto richiesta la capacità di "selezionare" e darsi una "vision", perché il territorio sia favorevole alle imprese localizzate ed attrattivo per nuovi insediamenti anche esterni all'area.

Un ruolo centrale rivestono pertanto le politiche relative ai fattori di contesto, volte ad accrescere la produttività attraverso interventi per il miglioramento della dotazione infrastrutturale, dei servizi, della sicurezza, dell'accessibilità alle risorse naturali e culturali.

Senza dimenticare che negli ultimi, in città e provincia, si è mobilitata gran parte della società civile, giovani, uomini e donne, associazioni del volontariato laico e cattolico. Un vasto variegato mondo dell'impegno civile che chiama le istituzioni, di ogni ordine e grado, a svolgere un ruolo di stimolo, di coordinamento e di sostegno all'azione di contrasto alla criminalità e all'illegalità.

Ognuno, pertanto, deve assumersi le proprie responsabilità¹¹⁵.

Ogni istituzione deve fare la propria parte. E tanto più devono farla le istituzioni più vicine ai cittadini (Comuni) e quelle più vicine alle imprese (le Camere di Commercio).

INDICATORI STRATEGICI (TRIENNALI)

1. Dal PIL al PIQ (Prodotto Interno Qualità): un nuovo indicatore per misurare la "qualità della vita" da progettare nel corso del 2011 per una sua applicazione dal 2012. Al 2014 è atteso un miglioramento dell'indicatore di sintesi tra il 2011 e il 2013.
2. Incremento di almeno il 30% nel triennio 2011-2013 rispetto al triennio 2008/2010 del numero di imprese che beneficiano dei percorsi di accompagnamento alla adozione dei sistemi di gestione ambientale, energetica e della responsabilità sociale

La mafia non è affatto invincibile; è un fatto umano e come tutti i fatti umani ha un inizio e avrà anche una fine. Piuttosto, bisogna rendersi conto che è un fenomeno terribilmente serio e molto grave; e che si può vincere non pretendendo l'eroismo da inermi cittadini, ma impegnando in questa battaglia tutte le forze migliori delle istituzioni
Giovanni Falcone

Piano operativo: CONTRIBUTO AL CONTRASTO ED ALLA RIDUZIONE DEI LIVELLI DI INSICUREZZA E DI LEGALITÀ PER ACCRESCERE LA COMPETITIVITÀ IN UN DISEGNO DI ECO-SOSTENIBILITÀ DELLO SVILUPPO

Funzionali all'obiettivo "**Educare alla legalità, promuovere la cultura della legalità e la responsabilità individuale e collettiva perché la legalità prevalga e si affermi come azione di lotta contro la criminalità organizzata**", il seguente piano di azioni:

LEGALITÀ E SICUREZZA

"La legalità non è un fatto biologico al contrario la si conquista, la si acquisisce con l'educazione, l'esempio, la testimonianza e con valori di riferimento alti di cui non si può fare a meno"
Mons. G. Bregantini

Tutti i territori sono connotati da un livello di sicurezza (oggettiva e percepita) e di legalità (in rapporto con i profili di coesione sociale e di "capitale sociale", ma anche in relazione alle "opportunità criminali"); dove i livelli sono negativi (insicurezza) generano costi per l'apparato pubblico (ordine pubblico, polizia, giustizia, tutela delle vittime, recupero dei devianti, corruzione, evasione fiscale, ecc..) e il privato - sia semplice cittadino che operatore economico (danni subiti, servizi di tutela, difese passive, assicurazione, alterazione della libera concorrenza, mancata fruibilità del territorio nello spazio e nel tempo).

Insieme alla Campania e il Lazio, la Calabria detiene il primato delle regioni con il maggior numero di cittadini che valutano la propria zona molto o abbastanza a rischio di criminalità e con la percezione di vivere in aree abbandonate e trascurate¹¹⁶.

¹¹⁵ "Libera" - Associazione di promozione sociale "Libera. Associazioni, nomi e numeri contro le mafie". "Sapere per saper essere"-2010

Lo scenario dei dati prima ricordati rappresenta in maniera evidente il divario fra gli indirizzi di politica generale e i comportamenti nel territorio, fra gli annunci e la concreta attuazione, fra i numerosi Protocolli firmati e la loro concreta spendibilità a favore delle imprese e delle vittime della illegalità a qualsiasi titolo. Così la denuncia non è diventata un fenomeno di massa, pur in presenza di un articolato movimento antiracket, ed una maggiore consapevolezza di imprese ed opinione pubblica, istituzioni centrali e territoriali. Superare questo gap è oggi il cuore di tutte le iniziative pubbliche e quindi anche quelle della Camera.

Il bene comune dipende anche dalle Istituzioni e, s'è vero che i parametri in base ai quali giudicare assetti istituzionali alternativi sono quelli della democrazia economica, della solidarietà e della varietà delle forme d'impresa, compito prioritario della progettualità politica è favorire e indurre il cambiamento, soprattutto quando questo appare necessario per far sì che il sistema economico territoriale migliori la propria competitività.
S.Zamagni

Il percorso verso l'obiettivo *"Educare alla legalità, promuovere la cultura della legalità e la responsabilità individuale e collettiva perché la legalità prevalga e si affermi come azione di lotta contro la criminalità organizzata"*

📁 La fiducia nelle istituzioni

Qualsiasi iniziativa per promuovere la legalità, per incentivare la denuncia di fatti illeciti o criminali, per combattere a viso aperto la criminalità esige una fondamentale: la fiducia nelle istituzioni pubbliche.

Non è così certamente un incentivo ad invertire mentalità e comportamenti, quanto indecente e diseducativo, l'esempio di una pubblica amministrazione inefficiente, che non dà conto, che ha costi onerosi per i cittadini e le imprese, che frequentemente è individuata come ricettacolo di collusione e/collateralismo con la criminalità organizzata.

Una tale pubblica amministrazione, "illegale" è soltanto di scandalo.

Si tratta dunque di individuare e proporre atteggiamenti positivi che corrispondano a un modello di comportamento più accattivante, rispondente alla cultura della fiducia, della collaborazione, del senso della comunità.

Dalla legge alla legalità: il primo step è la comprensibilità del linguaggio giuridico utilizzato negli atti, avvisi compresi, perché la chiarezza motivi e favorisca il facile accesso all'operare e al modo di operare della pubblica amministrazione, dei suoi dirigenti e funzionari.

La necessità di promuoverne la comprensione comporta anche la necessità che, pur in presenza di riconosciuti poteri/facoltà di discrezionalità da parte della legge, si dia conto del perché e del come verrà esercitata, consentendone il controllo sociale anche della verifica dell'interesse generale, e non particolare, cui la stessa deve essere preordinata.

Comunicare con veridicità e trasparenza; pensare, parlare e scrivere con chiarezza.

Si tratta pertanto di acquisire le tecniche di semplificazione e chiarezza del linguaggio.

Dal principio di legalità, intesa come legalità-indirizzo alla legalità-risultato: il secondo step.

Non solo legittimità formale degli atti ma azione amministrativa che persegua risultati conoscibili e quindi verificabili.

Per generare fiducia, produrre collaborazione non è sufficiente la sola legalità giuridica, cioè la conformità a legge dei comportamenti amministrativi, essendo necessaria altresì la realizzazione dei risultati prefissati.

Alla stregua della legge sul procedimento amministrativo e di quella di riforma dell'impiego pubblico, il principio costituzionale di "buon andamento" oggi viene più compiutamente a declinarsi nei principi di efficacia, di efficienza e di economicità.

Alla pubblica amministrazione oggi più che mai viene chiesto di operare in base a tali principi in modo da produrre risultati migliori a costi minori.

Questa è la via per promuovere nella società, in modo ancora più concreto ed efficace, la cultura della legalità, la partecipazione democratica dei cittadini, il senso di responsabilità di ciascuno e di tutti.

¹¹⁶ Per approfondimenti: indagine ISTAT 2010 "Reati, vittime, percezione della sicurezza".

La Camera è chiamata a contribuirvi valorizzando la trasparenza e l'imparzialità del proprio agire, l'immagine di "casa di vetro delle imprese e per le imprese" migliorando la comunicazione per favorire la partecipazione delle imprese.

La trasparenza all'interno ma anche promuovendola all'esterno come metodo costante e processo, soprattutto nelle relazioni pubblico-privato, da assumere quale fondante di una nuova stagione sociale di moralità collettiva che significhi rifiuto e lotta alla illegalità diffusa.

Dalla trasparenza episodica, alla trasparenza, come voluta dalla legge di riforma del Ministro Brunetta, oggetto del d.lgs. n.150/2010: uno dei temi centrali attorno al quale ruota tutta la riforma, almeno per quanto concerne gli elementi di maggiore innovatività, è proprio quello della trasparenza. Si sviluppa nell'art. 11, dopo un breve richiamo all'art. 1, recante l'oggetto e le finalità della legge, nel quale viene richiamata, tra le altre, "la trasparenza dell'operato della pubblica amministrazione anche a garanzia della legalità".

Quale prima applicazione del realizzando "Osservatorio dell'economia civile" sarà un protocollo di intesa che verrà proposto a tutti gli enti locali per un percorso di ricerca e progettazione che abbia come obiettivo **"la sicurezza possibile"**.

"Senza cambiare i nostri schemi mentali, non saremo mai in grado di risolvere i problemi che abbiamo creato con tali schemi"

Albert Einstein

📁 L'educazione alla legalità, cultura della legalità.

Sconfiggere la 'ndrangheta, sradicare le radici del potere e della protezione mafiosa, ricostruire le condizioni di sicurezza e libertà economica, non sono un sogno, ma possono diventare una realtà solo con l'impegno, la forza, la ricchezza della società civile.

Ciò implica un progetto, in grado di intervenire simultaneamente, con politiche adeguate, sinergiche, responsabili, efficaci e coerenti, che siano in grado di mettere in moto la ricerca, l'innovazione, l'internazionalizzazione, il credito, per creare sviluppo e, contemporaneamente, "capitale civile" (S. Zampagni – Progetto per una democrazia responsabile, 2007) nelle sue tre principali componenti essenziali e distinte ("capitale istituzionale" e delle istituzioni politiche e di quelle economiche, "fiducia" o "capitale sociale" e il principio di "reciprocità", cioè l'agire economico senza "scambio di equivalenti"). Si tratta proprio di quelle risorse, di quel capitale di cui va avvertita l'esigenza e l'urgenza di costruirlo.

📁 Strumenti che raccontino con chiarezza ed informino su quello che è la criminalità organizzata, la sua storia, i suoi legami con il territorio.

La 'ndrangheta è definita quale unita una holding, il cui giro di affari ammonta a quasi 44 miliardi di euro. Un fatturato fuorilegge pari al 2,9 per cento del Prodotto interno lordo italiano pari a oltre 1.500 miliardi di euro.

Eppure la presenza 'ndranghetista semina soltanto devastazione. Altro che la 'ndrangheta porta lavoro, soldi, progresso: nei territori dove è più presente aumenta la disoccupazione, cresce la povertà e la malasanità, nessun investe, i turisti non ritornano.

La mancata crescita del valore aggiunto delle imprese meridionali causata dalla presenza pervasiva della criminalità organizzata è valutabile in 7,5 miliardi di euro all'anno.

Tale volume di ricchezza non prodotta rapportata al valore del PIL del Mezzogiorno ne rappresenta il 2,5%. E senza questo *tasso di zavorramento mafioso annuo*, dall'81 ad oggi, il PIL pro-capite del Mezzogiorno avrebbe raggiunto quello del Nord. Così per la Calabria e la provincia reggina.

Da qui si origina il grande imbroglio della "ndrangheta". I suoi soldi grondanti di sangue sono finiti ad arricchire altre regioni ed altri Paesi. I pochi posti di lavoro creati sono stati rubati ad imprese sane e piccoli imprenditori onesti. Opera in settori che trasferiscono i soldi dal territorio e non creano ricchezza.

E la verità su questo grande imbroglio, sul falso mito del benessere criminale che va utilizzata come leva per far comprendere la stupidità di quanti pensano al fascino, al potere alla ricchezza che deriva dall'appartenere alla 'ndrangheta, per fare opera di desertificazione attorno alla 'ndrangheta svuotando i poteri di quella forza rappresentata dall'esercito della manovalanza.

Informazioni, conoscenze che diventino parte di quel piano di comunicazione pluriennale, già descritto.

Ma anche la diffusione di **sportelli della legalità**, quali presidi istituzionali per le imprese impegnate sul fronte della legalità a 360°, attivandolo nel 2011 presso la Camera.

Dotarsi di una base di "cultura d'uso della sicurezza" è un presupposto indispensabile per adottare comportamenti appropriati e ridurre i rischi e i danni e così occorre diffondere, ancora più capillarmente tra gli operatori economici la conoscenza di tutti gli strumenti legislativi ed economici, messi a loro disposizione per non cadere nella trappola della criminalità o a ribellarsi se già vittime, potendo contare sul sostegno certo ed efficace dello Stato, delle Forze dell'Ordine, della Camera di Commercio, della Provincia, del Comune, delle altre Istituzioni e di tutti gli Enti e delle Associazioni impegnate su questo fronte.

Ma anche un progetto di **sicurezza partecipata** che preveda l'istituzione di una rete provinciale per il monitoraggio e la prevenzione della criminalità economica, l'avvio di un rapporto permanente con la Prefettura quale evoluzione della ricerca "criminalità e sviluppo in provincia di Reggio Calabria" in corso di svolgimento.

Senza dimenticare le nuove modalità di consultazione del registro delle imprese che potenziano la funzione di legalità e trasparenza del registro delle imprese per contrastare la criminalità organizzata:

■ **ri.build** è una modalità di consultazione dei dati del Registro Imprese che permette di conoscere tutte le modifiche iscritte nel Registro riguardanti un insieme di imprese selezionate. Questo servizio offre l'opportunità di scegliere le imprese di interesse e ricevere tempestivamente le informazioni aggiornate a fronte di variazioni pubblicate nel Registro delle Imprese;

■ **ri.visual** è il nuovo strumento di navigazione nel Registro Imprese che offre il vantaggio di una rappresentazione grafico-visuale dei dati, per fornire un'immediata percezione delle relazioni in essere tra imprese e persone ed effettuare indagini ed approfondimenti su relazioni fra diverse imprese, o fra imprese e persone titolari di cariche o partecipazioni.

■ **ri.map** è il servizio che consente di selezionare elenchi di imprese attraverso vari criteri di ricerca, di renderne disponibili alcune informazioni anagrafiche e infine di visualizzare le imprese su mappa geografica secondo i più comuni standard utilizzati in internet.

Servizi destinati ad essere interrelati dalla nuova arma informatica contro la criminalità organizzata (software "molecola") utilizzata dal Servizio Centrale di Investigazione sulla Criminalità Organizzata (Scico).

☐ I primi protagonisti di questa sfida, non più rinviabile, da affrontare a viso aperto, per conoscere la 'ndrangheta per abbatterne il mito e ricostruire la dignità e i diritti nel territorio, sono **le giovani generazioni** che rappresentano una garanzia per il futuro della legalità.

Cominciando da una campagna promozionale nelle scuole, per organizzare in modo coordinato "itinerari didattici" di educazione alla legalità, sulle mafie, sui diritti e la cittadinanza. Non in forma aggiuntiva ma azione specifica nel più ampio ambito operativo "Scuola, lavoro e impresa: orientamento al mercato del lavoro e sviluppo della cultura d'impresa (*Investire sui giovani*)".

La promozione della cultura della legalità perché sia efficace non deve essere intesa come "lezione da impartire", piuttosto "uno strumento per sviluppare il senso critico e il protagonismo sociale dei giovani".

In considerazione di ciò si proporrà agli studenti delle scuole di ogni ordine e grado di partecipare ad una ricerca sulla percezione del fenomeno 'ndranghetista, finalizzata a conoscere le rappresentazioni, le immagini e gli stereotipi che gli studenti hanno della criminalità organizzata, con riferimento al contesto nazionale, regionale e provinciale; ma anche di analizzare i fenomeni del racket e dell'usura che impediscono lo sviluppo economico in quanto colpiscono l'impresa diffusa, limitandone la libertà e privandola di risorse, di essere i protagonisti di una campagna di sensibilizzazione antiracket ed antiusura

📁 **Progetto "Io sto dalla parte della legalità"**

Senza voler sminuire la validità delle tante iniziative che danno visibilità alle imprese contro racket ed usura o in generale contro 'ndrangheta, non possiamo dimenticare l'abusivismo, l'elusione e la grande o piccola pratica della illegalità (dal mancato pagamento dell'insegna luminosa al lavoro irregolare, alle violazioni urbanistiche ed ambientali di cui si è tracciato un quadro di sintesi che connota una situazione di grande fragilità sul piano di resistenza alla criminalità organizzata).

Va aggredita la consistente elusione, l'evasione, l'abusivismo imprenditoriale molto diffusi nel nostro territorio. C'è un oggettivo rischio di assuefazione che a sua volta rafforza la convinzione che l'illegalità è tollerata e quindi legittimata ad operare a fianco di chi è in regola

e paga tutto quello che c'è da pagare. Per questi motivi un'azione rivolta ad affermare i principi di legalità ed equità, dando visibilità e premialità all' **"impresa legale"**.

Per costruire sul territorio delle "frontiere della legalità" perché alla "criminalità organizzata" si contrapponga " la legalità organizzata" che nel generare educazione e cultura della legalità promuova crescita sociale e sviluppo economico.

Un progetto da realizzare avvalendosi delle azioni e delle circostanze del Progetto "Servizio Manager nelle Imprese" (S.M.I.) e della operatività del protocollo "ABI- Commercialisti-Unioncamere".

"L'inferno dei viventi non è qualcosa che sarà; se ce n'è uno, è quello che è già qui, l'inferno che abitiamo tutti i giorni, che formiamo stando insieme. Due modi ci sono per non soffrirne.

Il primo riesce facile a molti: accettare l'inferno e diventarne parte fino al punto di non vederlo più.

Il secondo è rischioso ed esige attenzione e apprendimento continui: cercare e saper riconoscere chi e cosa, in mezzo all'inferno, non è inferno, e farlo durare, e dargli spazio"

Italo Calvino

☞ *Non vi può essere liberazione dagli abusi mafiosi e criminali senza una presa di responsabilità, anche personale, da parte delle vittime.*

Al centro dell'azione dello schieramento istituzionale antimafia va posta la convenienza della denuncia e rendendo penalizzante l'acquiescenza alla criminalità organizzata.

Incentivare la collaborazione con le autorità inquirenti e le forze di polizia, non può però, avvenire unicamente sulla base di esortazioni etiche, di ripulsa morale e culturale. Tutto ciò è indispensabile, ma non si determinerà una "rottura" significativa, tra impresa e mafia, senza intervenire nelle concrete relazioni economiche, prevedendo forme incoraggianti e compensative per coloro che si espongono. Oggi paradossalmente chi non paga il "pizzo" o non accetta l'intimidazione rischia di avere uno svantaggio nella competizione economica e quindi per le prospettive della propria impresa. Subirà un clima di intimidazione ambientale, verrà emarginato laddove il mercato è condizionato dalla presenza della criminalità.

Non poche volte il "pizzo", molte volte, viene pagato non per paura, ma *per calcolo e per convenienza*.

Bisogna allora trovare soluzioni che facciano pendere il fattore convenienza dalla parte di chi non paga.

Occorre invece "premiare" chi non paga, ovvero ha denunciato, prevedendo corsie preferenziali. Per valorizzare la denuncia contro l'acquiescenza, in una strategia che vuole dare all'esperienza antirackett ed antiusura una dimensione di massa attraverso la costruzione di percorsi di "convenienza all'incontrario" rispetto a quelli che si realizzano come effetto dell'egemonia mafiosa del mercato, il Consiglio della Camera di Commercio di Reggio Calabria, già da qualche anno ha emanato un *"Regolamento per il riconoscimento di agevolazioni in favore delle vittime della criminalità e dell'usura"*, prevedendo che nei confronti di soggetti, che nell'esercizio di attività imprenditoriale, iscritti nel registro delle imprese tenuto dalla Camera di Commercio di Reggio Calabria, risultino vittime di azioni della criminalità ed in particolare dei reati dell'estorsione e dell'usura, venga riconosciuto un contributo annuo pari a titolo di rimborso di quanto dovuto e versato dalla vittima per diritto annuale, per un periodo di cinque anni.

E' importante infatti fornire strumenti e modelli di riferimento per la costruzione di una economia reale più forte, denunciare l'assuefazione alla mentalità dell'ambiente e la legalità meramente formale e farisaica e le disattenzioni e il silenzio che finiscono con il giustificare e rafforzare il sistema della illegalità e della violenza.

Ma questa iniziativa isolata della Camera non produce alcun effetto se non si traduce in un più concreto e coerente impegno allargato ad altre istituzioni.

Non solo incentivi finanziari ma anche premialità che diano visibilità a chi denuncia. Così il riconoscimento di requisiti preferenziali, da far valere in qualsiasi concorso o bando effettuato direttamente dalla Camera a favore delle vittime della criminalità, sia per fenomeni estorsivi che di usura, nei casi consentiti dalla legge.

Ma anche la continuità del *"fondo sicurezza"* a beneficio delle imprese maggiormente esposte a fatti criminosi per incentivare l'adozione di misure di sicurezza contro la criminalità.

Da una parte il presidio del territorio, mediante strumenti di sorveglianza che consentano un rapporto costante di controllo, volto soprattutto alla prevenzione dei reati (in tale direzione va la rete della video sorveglianza sul territorio a cura della Prefettura e del Comune); dall'altra,

il "fondo sicurezza" destinato a sostenere finanziariamente gli interventi finalizzati dalle imprese ad aumentare il livello di sicurezza avvalendosi delle potenzialità offerte dalle nuove tecnologie di sorveglianza.

Ma anche il *microcredito*.

L'usura è un reato che consiste nel concedere un prestito - a chi ha bisogno di soldi - ad un tasso d'interesse superiore al cosiddetto "tasso soglia" (che si calcola aumentando del 50% il tasso effettivo globale medio - TEGM - relativo ai vari tipi di operazioni creditizie). Essa è la manifestazione di un fortissimo disagio che coinvolge l'intera società e che riguarda in modo particolare la difficoltà delle banche di dare adeguate e tempestive risposte alla diffusa domanda di credito, alla richiesta di denaro per investimenti produttivi e per rispondere alle esigenze dei cittadini.

Questa forte domanda di credito legale, rimanendo inevasa, determina lo sviluppo di un'offerta di credito illegale. L'usura, pertanto, trova un terreno fertile di sviluppo soprattutto nel microcosmo delle piccole imprese e si intreccia con le pratiche legali di società finanziarie di intermediazione e con quelle illegali delle criminalità organizzate di stampo mafioso.

Così il presente piano identifica nel modello di microfinanza (microcredito ed attività di supporto e sostegno ai richiedenti) lo strumento principale per coloro che, pur disponendo delle competenze utili ad avviare o sviluppare una piccola iniziativa imprenditoriale, non possiedono i necessari capitali.

Ne conseguono obiettivi operativi/azioni/risultati attesi nel 2011

Obiettivi	Azioni	Risultati attesi ed indicatori (2011)
IV.2.1.1 Educare alla legalità, promuovere la cultura della legalità e la responsabilità individuale e collettiva perché la legalità prevalga e si affermi come azione di lotta contro la criminalità organizzata	IV.2.1.1.1 Dalla percezione del "fenomeno criminale" da parte dei cittadini e delle imprese alla informazione e comunicazione continua perché il "sapere" faccia maturare "consapevolezza" e "partecipazione responsabile" per la crescita di un circuito sistemico della legalità. IV.2.1.1.2 Progetto "Io sto dalla parte della legalità".	Dalla "criminalità organizzata" alla "legalità organizzata", attraverso un percorso che si sviluppa attraverso: <ul style="list-style-type: none"> ▪ la ricerca di base sulla percezione del fenomeno 'ndranghetista presso le imprese e i cittadini (progetto legalità= sviluppo) ▪ l'informazione, comunicazione sul fenomeno 'ndranghetista per farlo conoscere e assumere consapevolezza sugli effetti che produce nella vita e nell'economia : <ul style="list-style-type: none"> -dalla ricerca di partenza di cui sopra ad un monitoraggio costante che abbia come fine la "sicurezza partecipata". -evento pubblico di presentazione del progetto, previa definizione e sottoscrizione di un protocollo d'intesa tra tutti i soggetti che sul territorio sono impegnati sul campo della lotta alla criminalità; -attivazione dei collegamenti tra registro imprese e tutte le autorità pubbliche locali preposte alla repressione per l'utilizzo dei nuovi servizi (ri.build, ri.visual, ri.map) dalla forte valenza anticriminalità -itinerari didattici di educazione alla legalità, sulle mafie, sui diritti e la cittadinanza, nelle scuole individuate quali partner per i percorsi scuola-lavoro - ricerca sulla percezione del fenomeno 'ndranghetista presso gli studenti delle scuole di ogni ordine e grado <ul style="list-style-type: none"> -Campagna che dia visibilità alle "imprese legali" attraverso azioni promo-pubblicitarie e concretamente renda conveniente essere "impresa legale", dall'assistenza manageriale gratuita che nell'ambito del progetto SMI e del protocollo ABI/Unioncamere-Commercialisti valga ad attestarne la qualità e a posizionarla da competitiva nei confronti delle banche anche grazie all'impegno di risorse finanziarie della Camera e sul lato degli interessi e sul lato delle garanzie . Acquisizione da parte dell'impresa legale di una certificazione che comporti priorità in tutte le azioni e programmi della Camera ed in progress anche di altre istituzioni. L'obiettivo è il coinvolgimento di almeno 5 imprese -Continuità del "fondo sicurezza": esaurimento del

		<p>budget e pagamenti da effettuare alle imposte entro e non oltre 30 giorni dalla presentazione di domanda regolare e completa.</p> <p>-Partecipazione ad un partenariato sociale per la realizzazione e diffusione di uno strumento "la sfida quotidiana della legalità" che, attraverso la metodologia del gioco da tavolo fondato sulla metafora della città e sulla immedesimazione nell'esperienza degli abitanti, educa alla legalità</p> <p>-Continuità delle azioni "credito" in funzione antiusura (di riferimento del programma "credito".</p> <p>-Continuità dei benefici scaturenti dal "Regolamento per il riconoscimento di agevolazioni in favore delle vittime della criminalità e dell'usura"</p>
--	--	---

C'è nel mondo una larga maggioranza di persone razionali che guardano le cose e si chiedono "perché?".

Esiste anche una ristretta minoranza di persone irrazionali che sognano le cose e si chiedono "perché no?".

Tutto il progresso dell'Umanità è basato sui sogni di questa minoranza di persone irrazionali.

G.B. Shaw

L'ETICA

Frequente è l'affermazione "c'è bisogno di etica", ma nasconde in realtà un vuoto di significato insito nel termine.

Diverse le declinazioni dell'etica (delle convinzioni, pubblica, etica della politica, dell'impresa, ecc.) che più delle volte identificano la stessa come prodotto anziché come processo.

Il grande crollo di fiducia patito dal mondo economico in generale (industria, commercio, banche, etc.) dopo gli scandali dell'inizio degli anni 2000 (Enron, Cirio, Parmalat, etc.), ha comportato una reazione positiva, caratterizzata da una rivisitazione del business in termini di *trasparenza* e di *comportamento etico*.

Il criterio semplice della massimizzazione dei profitti per l'azionista, si è evoluto nel criterio della "Responsabilità Sociale d'Impresa", con l'armonizzazione degli interessi di tutti i portatori d'interesse che interagiscono con l'Azienda (azionisti, dipendenti, clienti, fornitori, istituzioni, comunità): *trasparenza delle operazioni*, e adozione della *sostenibilità ambientale* e della *protezione sociale*. Le aziende non possono operare estraniandosi completamente dai problemi più pressanti (effetto serra, consumi energetici, povertà, penuria di cibo e di acqua potabile, etc.) di cui sono in parte responsabili.

Ecco allora che il criterio della massimizzazione dei profitti si evolve nel criterio della "*triple bottom line: profit, planet, people*" (*triplice obiettivo: economico, ambientale, sociale*).

E' necessario che le aziende generino profitti, perché il profitto è il costo del futuro e la garanzia di sopravvivenza. L'equazione fondamentale del business (Ricavi-Costi = Profitto) deve essere però concepita nell'ambito della sostenibilità ambientale e della protezione sociale. L'obiettivo economico è equipollente all'obiettivo ambientale e all'obiettivo sociale: non esiste gerarchia di obiettivi. L'impresa non può operare sfruttando il lavoro minorile o scaricando acque reflue inquinate nell'ambiente circostante. Le norme guida emesse dalla Sezione delle Nazioni Unite denominata *Global Compact* indicano 10 Criteri di comportamento delle imprese, indipendentemente dalla legislazione del Paese in cui operano:

Diritti umani

Alle imprese è richiesto

- ❶ di promuovere il rispetto dei diritti umani universalmente riconosciuti, nell'ambito delle rispettive zone di influenza;
- ❷ di assicurarsi di non essere, neppure indirettamente, complici negli abusi.

Lavoro

- ❸ Alle imprese è richiesto di sostenere la libertà di associazione dei lavoratori e di riconoscere il diritto alla contrattazione collettiva,
- ❹ l'eliminazione di tutte le forme di lavoro forzato e obbligatorio,
- ❺ l'effettiva eliminazione del lavoro minorile,
- ❻ l'eliminazione di ogni forma di discriminazione in materia di impiego e professione.

Ambiente

- ❼ Alle imprese è richiesto di sostenere un approccio preventivo nei confronti delle sfide ambientali,
- ❽ di intraprendere iniziative che promuovano una maggiore responsabilità ambientale,
- ❾ di incoraggiare lo sviluppo e la diffusione di tecnologie che rispettino l'ambiente.

Lotta alla corruzione

⑩ Le imprese si impegnano a contrastare la corruzione in ogni sua forma, incluse l'estorsione e le tangenti.

La trasparenza e l'etica dei comportamenti sono l'elemento caratterizzante l'etica della pubblica amministrazione e della politica; la lotta alla corruzione è la condizione necessaria dell'etica e della sostenibilità.

Da attenzionare i Principi Etici Universali comuni, ed in quanto tali trasversali alle varie Religioni e ai vari movimenti filosofici laici: Responsabilità, Rispetto, Onestà, Correttezza, Compassione.

■ **Responsabilità**: Essere responsabili vuol dire essere "proattivi", non "reattivi"! Vuol dire essere coscienti delle conseguenze delle proprie azioni. Il valore responsabilità va coniugato sempre con gli altri quattro valori di rispetto, onestà, correttezza, compassione.

■ **Rispetto**, secondo lo spirito della "regola d'oro" "non fare agli altri quello che non vorresti fosse fatto a te". Il rispetto implica fiducia: una caratteristica importante, nelle relazioni interpersonali.

■ **Onestà**: Il comandamento cristiano del "non rubare" è riconosciuto universalmente.

■ **Correttezza**: riguarda le relazioni con il prossimo, e si basa anch'essa sulla regola d'oro "non fare agli altri quello che non vorresti fosse fatto a te", cui contrasta la prevaricazione tramite costrizione e la corruzione in senso lato, come abuso del potere istituzionale per vantaggi personali, deve essere condannata.

■ **Compassione**: è il porsi in ascolto del proprio interlocutore per capire in profondità le ragioni del suo operare, così da trovare il modo giusto di interagire. Riguarda quello che, con un termine americanizzante, chiamiamo *empatia*. Lo sforzo di comprensione empatica, migliora le relazioni interpersonali. Anche la *compassione* è un valore sinergico con il *rispetto* e la *correttezza*.

Dalla Società Civile, cresce prepotente l'esigenza di Etica e di Trasparenza in tutte le attività pubbliche.

Così nell'era di Internet, le competenze professionali sono facilmente disponibili, mentre resta difficile sviluppare il senso etico dell'agire.

Il percorso verso l'obiettivo "L'Etica come responsabilità e trasparenza, in funzione anticorruzione":

☞ La Camera valorizzerà la **trasparenza** e l'imparzialità del proprio agire per accreditarne sempre di più l'immagine di "casa di vetro delle imprese e per le imprese" migliorando la comunicazione sulle azioni di semplificazione delle procedure, accesso agli atti, partecipazione e di accompagnamento per le imprese che fanno della "sicurezza" e della "responsabilità sociale" i principali fattori della propria competitività.

La trasparenza all'interno ma anche promuovendola all'esterno come metodo costante e processo, soprattutto nelle relazioni pubblico-privato, da assumere quale fondante di una nuova stagione sociale di moralità collettiva che significhi rifiuto e lotta alla illegalità diffusa, cominciando dal ricorso frequente e di massa alla "impresa abusiva", quale scelta di convenienza.

Si richiamano le azioni previste nel piano della trasparenza.

☞ Da qualche anno nel nostro paese il tema dell'etica applicata alla pubblica amministrazione riscuote un interesse che travalica l'ambito accademico o specialistico.

Ciò è dovuto, principalmente, alla visibilità che l'esplosione di Tangentopoli ha dato al sistema organico di collusione che regolava i rapporti tra potere politico, potere economico, burocrazie pubbliche e società civile, e alla conseguente maggiore percezione della permeabilità della pubblica amministrazione ai fenomeni di corruzione, concussione e illegalità.

A fronte della necessità di tutelare i cittadini e le imprese dai comportamenti opportunistici e scorretti della pubblica amministrazione, o semplicemente non conformi ai principi di etica pubblica, particolarmente avvertita nella società verrà avviato il processo di istituzionalizzazione dell'etica della e nella Camera di Commercio attraverso l'adozione del **codice etico** e/o altre forme di autoregolazione.

Un codice etico che presenti i valori in cui tutte le componenti della Camera si riconoscono e sono alla base dei rapporti con gli stakeholders e tra le persone che operano all'interno della Camera.

☐ La commissione giuridica, di cui piano 1.1.2.2 in tema di "governance cooperativa" sarà la sede naturale per il confronto su una proposta di carta etica/codice etico dei professionisti reggini, per sfidare con l'etica "ndrangheta mafie e corruzione" e recuperare la consapevolezza del loro ruolo sociale.

Se la corruzione e l'estorsione sono lo strumento utilizzato dai boss per piegare i colletti bianchi, i **professionisti** e i politici, la **Carta etica/Codice Etico** potrebbe rappresentare un argine alle lusinghe delle cosche; ma è anche utile per non lasciare solo il professionista che è una sentinella della legalità nel campo in cui opera, che gode di un osservatorio privilegiato e può segnalare, informare, chi di dovere nell'eventualità in cui dovesse intravedere meccanismi poco chiari.

☐ **Responsabilità Sociale delle imprese (CSR-Corporate social responsibility)**

- Promozione, possibilmente in partnership, di una campagna di comunicazione per diffondere la cultura della responsabilità sociale
- Manifestazione di interesse per dare visibilità alle aziende reggine e regionali eticamente responsabili e raccogliere le buone prassi
- Contribuire ad accrescere sul territorio la cultura della CSR promuovendo, attraverso informazione/assistenza, la certificazione SA 8000
- Far conoscere la ISO 26000:2010 Guida alla responsabilità sociale.

Ne conseguono obiettivi operativi/azioni/risultati attesi nel 2011

Obiettivi	Azioni	Risultati attesi ed indicatori 2011
IV.2.1.2 L'Etica come responsabilità e trasparenza, in funzione anticorruzione.	IV.2.1.2.1 Per l'affermazione della trasparenza come normalità	-Come da programma "La trasparenza" - Approvazione del "codice etico" - Promozione della "carta etica dei professionisti":almeno i commercialisti facenti parte della "commissione giuridica del R.I." e degli aderenti al protocollo Unioncamere/ABI/Ordine commercialisti
	IV.2.1.2.2 La Responsabilità sociale delle imprese (CSR)	-Campagna CRM per adesione ad un seminario informativo sulla valenza della responsabilità sociale e sull'ISO 26000:2010 Guida alla responsabilità sociale:adesione di almeno 25 imprese - Percorso formativo di due giornate "Come sperimentare la responsabilità sociale delle imprese": almeno 10 imprese partecipanti di cui 5 aderenti alla manifestazione di interesse per raccogliere le buone prassi -Bando che incentivi la certificazione SA 800= e la ISO 26000

***Ciò che possiedo non "sviluppa" in me bisogni nuovi, eterogenei, ma anzi li mutila.
Chi tratta diamanti, come scrive Marx, non ha alcuna attenzione per la bellezza estetica del diamante,
perché vede in esso solo un'incarnazione del valore di scambio.
Vera ricchezza è lo sviluppo di bisogni qualitativamente diversi.***
Ágnes Heller¹¹⁷

AMBIENTE ED ENERGIA (SBA-IX. Permettere alle PMI di trasformare le sfide ambientali in opportunità)

Per fare dello sviluppo sostenibile e della green economy un modello di competitività e crescita del sistema economico e di attrattività del territorio

Prevalente è la tesi che equipara la qualità della vita alla "sostenibilità dello sviluppo" secondo la definizione fornita dall'OECD (*Organisation for Economic Co-operation and Development - L'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico*): "uno sviluppo nel presente che non comprometta la possibilità per le future generazioni di soddisfare i loro bisogni, sia in termini di esaurimento delle risorse, sia in quelli di distruzione dell'ambiente, sia infine in termini di creazione di condizioni socioeconomiche sfavorevoli"

¹¹⁷ Ungherese, sopravvissuta all'olocausto, insegna alla New School for Social Research di New York

Gli Interventi nel settore energia contenuti nei Programmi Operativi Regionali FESR per la Calabria - ASSE II

Obiettivi Specifici

Promuovere e sostenere l'attivazione di filiere produttive connesse alla diversificazione delle fonti energetiche, all'aumento della quota di energia prodotta con fonti rinnovabili e al risparmio energetico.

Obiettivi Operativi

II.1 Diversificare le fonti energetiche e aumentare l'energia prodotta da fonti rinnovabili (Complementare al POIN)

II.2 Promuovere l'efficienza energetica e il risparmio dell'energia (Complementare al POIN)

II.3 Incrementare la disponibilità di risorse energetiche per usi civili e produttivi e l'affidabilità dei servizi di distribuzione. (Complementare al POIN)

Attività

II.1.1 Azioni per la produzione di energia da fonti rinnovabili.

II.1.2 Azioni per la l'utilizzo di risorse endogene per la produzione di energia e per la produzione di biocarburanti e biocombustibili

II.1.3 Iniziative Pilota per la sperimentazione di tecnologie, prototipi e impianti per la produzione e l'utilizzo di energia da fonti rinnovabili.

II.2.1 Azioni per la diffusione di modelli di utilizzazione razionale dell'energia per la diminuzione dei consumi negli usi finali civili e industriali.

II.2.2 Azioni per migliorare l'efficienza energetica e ambientale nell'utilizzazione finale dell'energia attraverso lo sviluppo della cogenerazione e della rigenerazione

II.3.1 Azioni per l'adeguamento agli standard nazionali della qualità e dell'affidabilità del servizio elettrico. nelle aree montani, rurali e periferiche¹¹⁸.

Una nuova sensibilità si va diffondendo così che la rafforzata attenzione verso i temi ecologici è diventata un trend robusto della stessa responsabilità sociale. CSR in versione green: è quanto emerso da una recente indagine di ALTIS, l'Alta scuola impresa e società dell'Università Cattolica. La dimensione ambientale della CSR è riconosciuta come una variabile competitiva, sia per la legislazione e gli incentivi che la sostengono, sia perché i consumatori ed utenti sono sempre più ben disposti ad apprezzare e ripagarne l'impegno.

Il percorso verso l'obiettivo Promuovere la sostenibilità energetica e ambientale dello sviluppo:

☐ Promuovere la realizzazione di azioni di sostenibilità energetico - ambientale nell'ambito dello svolgimento delle attività economiche.

Il che significa:

■ supportare le imprese, specialmente le PMI, nell'adeguamento agli adempimenti previsti dalla normativa cogente e incentivare lo sviluppo di sistemi di gestione ambientale (e/o di sistemi di gestione integrati ambiente/energia, anche in considerazione delle azioni previste dal prototipo *Trasferimento tecnologico, innovazione delle filiere produttive e sviluppo sostenibile - linea Green economy*) in ambito volontario;

■ facilitare l'accesso delle imprese/distretti d'impresa alle informazioni ambientali ed energetiche;

■ fornire, alle imprese/distretti d'impresa, misure di assistenza tecnica mirate ad identificare gli aspetti ambientali significativi;

■ fornire alle imprese un quadro sulle opportunità derivanti dall'applicazione di strumenti volontari in materia ambientale, attraverso la definizione di metodologie e la realizzazione di strumenti;

■ supportare le imprese nell'utilizzo di strumenti normativi di gestione ambientale;

■ consolidare le competenze del personale camerale in materia ambientale;

■ rafforzare il ruolo della Camera di Commercio come soggetto di riferimento a livello territoriale, anche sulle tematiche inerenti la gestione ambientale (normativa, misure, incentivi e possibilità d'intervento in materia ambientale).

Ma anche :

⇒ promuovere ed incentivare di piani di miglioramento dell'efficienza energetica ,di qualificazione ed innovazione in campo ambientale delle imprese della provincia.

⇒ sensibilizzare le imprese e sul tema del risparmio energetico, supportandole nella valutazione dei potenziali di risparmio di energia e nell'ottimizzazione dei contratti di fornitura

¹¹⁸ Verso la green economy. Lotta ai cambiamenti climatici e fonti rinnovabili-Rapporto di ricerca IRES 2010

⇒ promuovere la conoscenza e monitorare il mercato del lavoro sui profili professionali emergenti dalla green economy e favorire le opportunità offerte dall'ISPRA in tema di stage e tirocini di formazione ambientale di studenti e laureati annualmente accolti nelle sue strutture.

Ne conseguono obiettivi operativi/azioni/risultati attesi nel 2011

Obiettivi	Azioni	Risultati attesi ed indicatori (2011)
IV.2.1.3 Promuovere la sostenibilità energetica e ambientale dello sviluppo	IV.2.1.3.1 Miglioramento dell'efficienza energetica e qualificazione ambientale delle imprese.	<ul style="list-style-type: none"> - Realizzazione di una giornata sull'efficienza energetica nelle imprese(soluzioni e best practices):almeno 25 imprese - Bando per la promozione di green economy in ambito aziendale :almeno 10 imprese - Realizzazione di almeno 5 check-up energetici - Bando per incentivare finanziariamente la l'applicazione in azienda di strumenti volontari in materia ambientale, - Definizione protocollo d'intesa con facoltà di Agraria per la progettazione di un sistema di monitoraggio della qualità ambientale e della sicurezza delle imprese nel settore agroalimentare. - Analisi del mercato del lavoro sui profili professionali emergenti dalla green economy e favorire le opportunità offerte dall'ISPRA in tema di stage e tirocini di formazione ambientale di studenti e laureati annualmente accolti nelle sue strutture :almeno 1 laureato o diplomato

INFRASTRUTTURE

"Le Camere di Commercio veri e propri punti di raccolta, progettazione e proiezione delle esigenze infrastrutturali della geografia locale, per la loro capacità di coniugare l'obiettivo dello sviluppo economico con l'efficienza dei servizi,attente a rispettare i vincoli finanziari che le risorse locali impongono e realizzando una solida ed efficace politica delle alleanze con le altre istituzioni del territorio,cui spetta la gestione della politica delle infrastrutture".

L'agevole accesso della popolazione ai luoghi di lavoro, studio, consumo, e delle merci ai luoghi di destinazione; la raggiungibilità del territorio dall'estero per ragioni di lavoro, turismo, studio, scambi culturali; la disponibilità di adeguati approvvigionamenti energetici e idrici; la possibilità di collegamento alla rete dei flussi informativi internazionali sono tutte condizioni di crescita dei sistemi regionali, garanzia di qualità della vita per la popolazione che vi risiede, strumenti di equilibrio territoriale. La disponibilità di capitale collettivo, la sua modernizzazione rispetto ai cambiamenti tecnologici e all'evoluzione dei commerci e degli scambi sono compito primario di governo della cosa pubblica dal momento che la dotazione infrastrutturale è bene scarsamente sostituibile, condizione di efficienza complessiva del sistema.

Reggio Calabria presenta indici di dotazione infrastrutturale, complessivamente buoni. e, in generale, vicini alla media del paese

Questi valor sono inferiori, però, a realtà avanzate nel contesto nazionale ed internazionale. Ad un confronto sovranazionale indicatori sintetici di dotazione infrastrutturale segnalano la discreta posizione della provincia, rispetto al generale posizionamento della Calabria, sul piano dell'accessibilità del sistema.

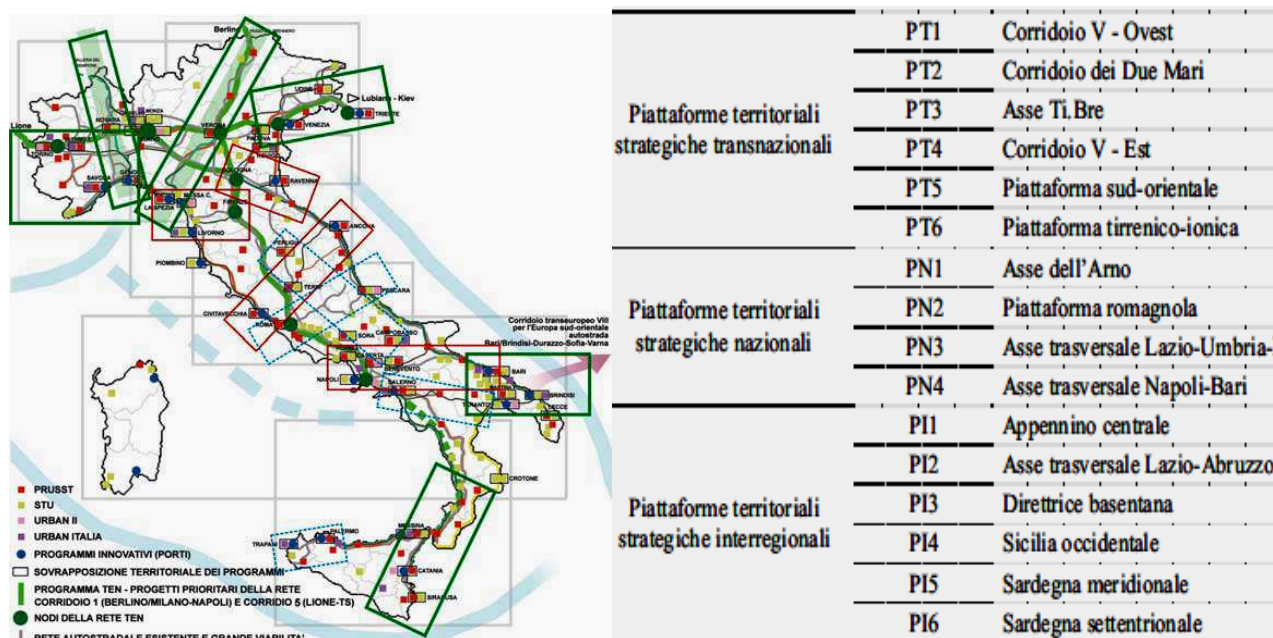
Ad una analisi più dettagliata, integrando informazioni statistiche diverse sulla funzionalità della rete e sulla capacità di collegamento, emerge la presenza di un sistema di infrastrutture che presenta alcuni limiti rispetto a realtà avanzate nel contesto nazionale ed internazionale ed il punto critico rimane la dotazione di rete stradale rispetto alla forte disparità tra ree che penalizzata l'area Jonica peraltro mortificata anche dai collegamenti ferroviari.

Tra i corridoi transeuropei programmati che interessano il territorio reggino ci sono le "autostrade del mare". Il nuovo regolamento finanziario per le Reti TEN-T, che sarà avviato nel periodo 2007- 2013, ha destinato cospicue risorse (1,8 miliardi di euro) al Progetto PP 2111 Autostrade del Mare, finalizzato a realizzare le infrastrutture portuali e le piattaforme logistiche per sviluppare l'alternativa marittima.

Il territorio reggino risulta essere, grazie alla sua collocazione geografica, decisamente interessato dalle dinamiche di flussi di traffico che conseguiranno alla realizzazione di questi progetti trans europei (così l'attraversamento del corridoio I Berlino – Palermo) ma si deve evitare che venga a vivere situazioni di marginalità rispetto a questi corridoi transeuropei che, invece, gli potrebbero permettere collegamenti sempre più rapidi con luoghi vicini e lontani ,rappresentando delle "grandi direttrici di sviluppo" con possibilità di incidere fortemente sulle economie di un territorio, e più in generale sui traffici di intere regioni, e sui rapporti tra i diversi Paesi.

Fondamentale, sarà la capacità di connettere ed integrare le infrastrutture di trasporto e logistica presenti sul territorio reggino con il complessivo sistema dei trasporti nazionale ed internazionale. Come noto, infatti, i corridoi transeuropei multimodali

Le autostrade del mare , il cui Master Plan non prevede solo banchine portuali ma soprattutto collegamenti viari-autoporti- aree di sosta e raccordi ferroviari (il cosiddetto ultimo miglio),potrebbero, inoltre, diventare il propellente dello sviluppo economico della provincia di Reggio Calabria. Infatti, alla luce dell'allargamento dell'UE che ha spostato il baricentro dell'Europa verso est e verso sud, un territorio centrale nel Mediterraneo quale quello reggino può divenire strategico per gli scambi che si svolgono lungo la direttrice che collega la Cina, Hong Kong, Singapore alla East Coast americana.



Il quadro completo delle Piattaforme territoriali individuate come ipotesi di lavoro.

In verde sono segnate le Piattaforme transnazionali, in rosso quelle nazionali, in azzurro quelle transregionali.

La seconda grande Piattaforma integra la Calabria e la Sicilia orientale lungo il tracciato del Corridoio I.

Il Ponte sullo Stretto, che diventi un'opera realizzata o resti anch'esso una metafora, individua l'altra grande possibilità di collocazione e di dialogo con i flussi di traffico marittimi che attraverso anche il canale di Suez provengono dal Medio e dall'Estremo Oriente. È una Piattaforma territoriale dalle straordinarie possibilità, caratterizzata da una offerta di accessibilità di livello assoluto. Integra hub portuali come Gioia Tauro, Messina, Catania, Augusta e Siracusa all'offerta aeroportuale di Ragusa (Federico II), di Comiso, di Catania, di Reggio Calabria, di Lamezia.

Godere di un supporto logistico all'avanguardia appare sempre più una necessità.

La strategia e le linee di intervento per il raggiungimento dell'Obiettivo Specifico devono essere fortemente coordinate con gli interventi previsti dal PON "Reti e Collegamenti per la Mobilità" 2007-2013 che necessariamente deve prendere in carico una parte rilevante degli investimenti necessari.

Al di là dei fattori macroeconomici e micro-economici, oggi il territorio è un elemento di competitività aggiuntivo che opera sullo scenario internazionale, sia europeo che globale. Le politiche incrementali tradizionali, quali le nuove infrastrutture, necessitano di integrare lo sviluppo spaziale in una visione strategica.

Perché l'evocata piattaforma Mediterranea non sia soltanto un ennesimo espediente retorico, soprattutto in Calabria, occorre puntare decisamente sullo sviluppo della logistica, che rappresenta un'opportunità concreta per inserire la provincia reggina e tutta la regione e attraverso di essa l'intera economia nazionale nel processo di riconquistata centralità del Mare Nostrum nei traffici internazionali.

E' auspicabile pertanto che in tempi brevi venga portata a termine la infrastrutturazione del "distretto di Gioia Tauro" per generare un processo di pianificazione che consenta di operare delle scelte almeno su quelli che potranno essere i nodi portuali della rete euromediterranea di trasporto sia sul lato nord Africa, sia sul lato europeo; tenendo presente che la piena realizzazione delle TEN.T comporta anche politiche di accompagnamento basate su una reale apertura del mercato ferroviario, sui servizi ferroviari integrati con le aree urbane e l'incremento di capacità va rivolto ai fabbisogni portuali e allo sviluppo delle catene logistiche.

Verso tale direzione va un accordo di programma quadro (APQ) firmato il 27 ottobre che prevede un investimento di oltre 459 milioni di euro per la realizzazione di interventi nell'area, al fine di rafforzare la leadership del porto sul bacino del Mediterraneo attraverso "la creazione del Polo Logistico Intermodale che consentirà l'insediamento grandi Operatori della Logistica Nazionali ed Internazionali, con notevoli ricadute occupazionali per l'economia calabrese. ... è solo l'inizio: auspico un imminente impegno per inserire ulteriori risorse nel Piano di Rilancio per il Sud e colmare il gap infrastrutturale con le altre Regioni"¹¹⁹. L'avvio del Polo Logistico Intermodale di Gioia Tauro produrrà ricadute dirette positive sul mercato del lavoro e sul sistema produttivo. La realizzazione e la gestione del Polo e il rafforzamento delle infrastrutture ferroviarie consentiranno un notevole potenziamento del tratto Gioia Tauro-Taranto-Bari, finalizzato a migliorare le caratteristiche prestazionali dell'itinerario per un mercato sempre più condizionato dalla qualità delle Infrastrutture. Gli investimenti previsti, e conseguentemente le importanti opere infrastrutturali che si andranno a realizzare, consentiranno un rilancio del sistema trasportistico non solo della Calabria, ma delle regioni meridionali. L'azione congiunta delle Regioni Convergenza, con il supporto della Commissione Europea, potrebbe trovare un momento di sintesi attraverso la messa a punto di una piattaforma comune che potrebbe trovare un punto di partenza in un incontro ad hoc che la Calabria si propone di ospitare. Nuove condizioni, quindi, per l'insediamento di grandi Operatori della Logistica Nazionali ed Internazionali attraverso interventi necessari per lo sviluppo dell'area, con tre priorità strategiche: la preservazione della Leadership nel Transshipment, la realizzazione del Sistema Intermodale Eccellente e l'insediamento di grandi operatori logistici/Industriali nazionali ed internazionali.

I diversi stakeholders presenti sul territorio devono però adoperarsi per creare un ambiente favorevole alla nascita ed alla crescita di attività manifatturiere e commerciali trainate dall'attività portuale, ma soprattutto per l'insediamento di piccole e medie imprese specializzate nei settori dei servizi avanzati, individuando, inoltre, le caratteristiche del territorio capaci di attrarre nuove imprese esterne nei settori della trasformazione industriale, dell'assemblaggio e delle attività di tipo logistico e distributivo.

E' appena il caso di sottolineare che l'area euromediterranea di libero scambio, rimane per l'Italia e per le regioni del Mediterraneo l'opportunità di svolgere nel prossimo futuro un ruolo importante di piattaforma logistica per l'ottimizzazione dei flussi di scambio e movimentazione delle merci in tutta l'area. Per quanto attiene agli impatti che la Zona di Libero Scambio (ZLS) può determinare in termini di trasporti, uno studio condotto dall'Institute de la Méditerranée ha fatto emergere che la ZLS si tradurrebbe in un supplemento di crescita del traffico globale, con particolare riferimento ai traffici marittimi, di oltre il 16% rispetto all'andamento tendenziale, con valori variabili fra il 10,8% della riva nord mediterranea composta da Spagna, Francia e Italia, e il 20,8% della riva sud.

In vista della zona di libero scambio e della crescita dei traffici con il Far-East (Cina e India su tutti), va sfruttata e valorizzata la posizione baricentrica della Calabria nel Mediterraneo, prevedendo nuovi collegamenti diretti marittimi ed aerei, da sostenere anche attraverso il cofinanziamento nella fase di start-up, tra la Calabria e i Paesi che si affacciano su questo

¹¹⁹ Dichiarazione rese nella circostanza dal Governatore della Calabria, Scopelliti.

mare (in particolare con quelli della riva sud) e la creazione di un sistema integrato di porti, interporti ed aeroporti.

Occorre considerare che quella attuale è una fase di transizione che prelude ad una completa integrazione territoriale dell'Area dello Stretto nella grande regione urbana metropolitana, a seguito dell'intervenuto riconoscimento della Città di Reggio Calabria quale Città Metropolitana. Un contributo decisivo avrebbe potuto svolgere ma può ancora svolgerlo l'Aeroporto dello Stretto ma solo se si innova la gestione societaria caratterizzandola a soli principi e fatti tipicamente aziendalisti.

Sono in corso interventi di miglioramento del collegamento autostradale, ma si presentano ancora come priorità nella agenda delle politiche territoriali:

- quella del potenziamento del trasporto pubblico su ferro
- quella dello sviluppo delle reti telematiche ad alta capacità, che costituiscono un importante fattore di accessibilità essenziale per utenti ed imprese
- quella della dotazione infrastrutturale per impianti e reti energetico- ambientali il cui indicatore regionale era 58 il 1991, il 53 il 1999 ed oggi è 48 rispetto al dato Italia 100; lo stesso vale per strutture e reti per la telefonia e la telematica, 52 il 1991/61 il 1999 e 58 oggi; e così per le reti bancarie e di servizi vari che passa dal 58 del 1991 al 55 del 1999 al 47 di oggi.

Ma anche il rafforzamento degli assi trasversali Ionio – Tirreno, per tentare di correggere in qualche modo l'attuale sistema territoriale fortemente orientato, invece, lungo le direttrici nord-sud, e soprattutto sul versante tirrenico. La viabilità di raccordo tra i due litorali dovrà servire per integrare le differenti aree urbane e produttive della provincia.

Si parla di sistema aeroportuale calabrese, ma è vero?

Essere sistema significa che ogni componente, ogni elemento, ogni soggetto, ha un proprio compito, un proprio ruolo che svolge in funzione di un obiettivo comune: favorire la mobilità delle persone e delle merci da e per la Calabria, contribuendo a migliorare l'accessibilità territoriale.

Il percorso verso l'obiettivo *“Far evolvere il ruolo della Camera da soggetto investitore a referente per la raccolta, progettazione e proiezione delle esigenze infrastrutturali del territorio”:*

☞ La Camera nei prossimi anni è impegnata a fare evolvere il suo ruolo, da soggetto che investe direttamente nella gestione delle infrastrutture per il territorio, a riferimento e punto di raccolta, progettazione e proiezione delle esigenze infrastrutturali della geografia locale, per coniugare l'obiettivo dello sviluppo economico con l'efficacia dei servizi.

☞ Continuare ad insistere per il riefficientamento della società di gestione aeroportuale, premessa per un rilancio competitivo dell'aeroporto dello Stretto lungo tre direttrici:

- ➔ aumentare il numero dei collegamenti di cabotaggio per rendere lo scalo più attrattivi da parte delle compagnie low cost;
- ➔ individuare un vettore low cost di riferimento per dare stabilità ai collegamenti e mettersi così al riparo dalla precarietà che spesso contraddistingue la programmazione del low cost;
- ➔ integrare l'offerta aeroportuale con l'offerta del territorio e con le reti di mobilità al suo interno.

☞ Continuerà il monitoraggio dinamico della dotazione infrastrutturale del territorio nell'ambito della più ampia programmazione e dello stato di avanzamento delle realizzazioni a livello nazionale e mediterraneo .

☞ La mancanza di una copertura della rete di Banda larga per oltre il 60% della superficie totale del territorio provinciale è alla base della scelta di intervenire per superare la condizione di digital divide in cui versa il territorio reggino e migliorare le condizioni di accesso alle ICT.

L'accessibilità immateriale ancora da migliorare sarà l'impegno prioritario perché fortemente critica è la presenza delle due tipologie di infrastrutture:

- *infrastrutture telematiche*, ovvero *fisiche* che rendono possibile la fruizione, da parte di cittadini e imprese dei servizi di connessione e che li connettono materialmente alla rete;
- *infrastrutture immateriali* quali i servizi erogati dalle pubbliche amministrazioni (ma non solo) in forma digitale che facilitano l'accesso ai contenuti della rete.

In continuità con le azioni dei precedenti anni, l'impegno programmatico si svilupperà per:

☞ L'aggiornamento dell'Osservatorio Trasporti e ampliamento dell'osservazione ai bisogni degli operatori del trasporto e della logistica e la rilevazione dei profili professionali emergenti.

☞ Realizzazione di uno strumento che fornisca elementi di conoscenza sulla modellizzazione delle componenti chiave di un distretto innovativo dei trasporti e della logistica, in sinergia con

la Camera di Commercio di Messina e attraverso un forte partenariato tra soggetti locali (Camera di Commercio, enti locali, Università), soggetti nazionali (Camere di Commercio, Università e centri collegati) e realtà europee.

☐ Coerentemente all'impostazione strategica di un innovativo "osservatorio economico" anche l'Osservatorio trasporti e infrastrutture dovrà evolvere verso la realizzazione di un Laboratorio Mediterraneo dello Stretto in collaborazione con la Camera di Commercio di Messina per sostenere l'importanza strategica dell'area mediterranea, come luogo di straordinarie opportunità per lo sviluppo competitivo del sistema imprenditoriale italiano e dell'area dello stretto.

☐ Promuovere cultura e conoscenza degli strumenti del project financing e del leasing in costruendo, tenendo presente che:

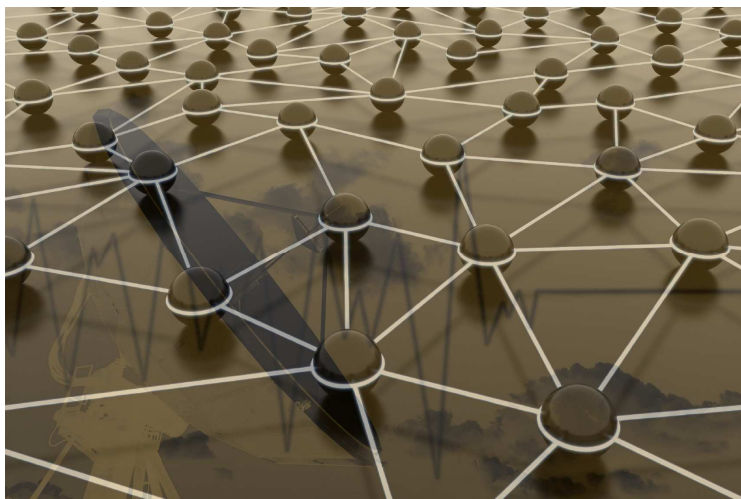
- nel 2009 gli investimenti in opere infrastrutturali realizzate in partenariato pubblico-privato hanno vissuto un vero e proprio boom: 1.905 le gare e un volume d'affari di 9,3 miliardi di euro, pari al 30% del valore dell'intero mercato delle opere pubbliche in gara: la quota più alta registrata dal 2002, quando lo strumento rappresentava meno del 6% del valore delle opere pubbliche.

Dal 2002 ad oggi il bilancio del partenariato pubblico privato è aumentato enormemente: +31% la crescita media annua del numero di gare, +45% quella dell'investimento".

Nel commentare questi dati il presidente di Unioncamere, Ferruccio Dardanello, ha evidenziato che "In attesa - e nella speranza - che gli annunciati decreti attuativi sul federalismo possano far recuperare al Paese il grave gap infrastrutturale oggi esistente, il partenariato pubblico privato si mostra come la strada maestra anche per dare nuovo slancio alla ripresa. Per il pieno decollo di questo mercato, servono però maggior chiarezza nelle norme, la riduzione dei tempi delle procedure, la formazione dei soggetti pubblici e privati coinvolti, l'abbattimento delle difficoltà di accesso al credito".

Ne conseguono obiettivi operativi/azioni/risultati attesi nel 2011

Obiettivi	Azioni	Risultati attesi ed indicatori (2011)
IV.2.1.4 Far e evolvere il ruolo della Camera da soggetto investitore a referente per la raccolta, progettazione e proiezione delle esigenze infrastrutturali del territorio	IV.2.1.4.1. Indagine sulle infrastrutture di trasporto e logistica in provincia in riferimento allo stato attuale e alle realizzazioni programmate	<ul style="list-style-type: none"> - Aggiornamento dell'osservatorio trasporti e suo ampliamento alla logistica . - Sperimentazione di un partenariato attorno ai risultati dell'osservatorio ai fini della concertazione tra i diversi attori locali e i vari livelli di governo anche per quanto all'infrastrutturazione di banda larga e ultra larga E allo sfruttamento dei servizi che questa rende disponibili.. - Almeno una iniziativa di approfondimento sul tema degli strumenti del project financing e del leasing in costruendo .



AREA STRATEGICA V RETI ED ALLEANZE

Indirizzo strategico

Attivare relazioni interistituzionali per dare forza al sistema territoriale locale e come sistema regionale con la rifondazione dell'Unione Regionale, e come sistema interregionale e nazionale ed estero per realizzare partenariati strutturali ma anche collaborazioni ed alleanze di progetto, funzionali alla competitività del territorio

INDICATORI STRATEGICI OUTCOME (TRIENNALI)

Messa a punto nel corso del 2011 ed operatività 2012 di un sistema di misurazione della competitività del territorio basato su dimensioni chiave dello sviluppo che permetta di misurare i progressi fatti in relazione agli obiettivi strategici prescelti per il territorio e di confrontarsi con altre realtà, al fine di migliorare ed orientare la propria azione: al 2014 è atteso un miglioramento dell'indicatore di sintesi tra il 2011 e il 2013.

La Camera di Commercio non può limitarsi ad un ruolo di semplice "portavoce" dei soggetti presenti sul mercato ma è chiamata a svolgere un ruolo di attivatore e promotore di policies interassociative orientate alla crescita e allo sviluppo del tessuto economico della provincia.

La Camera deve posizionarsi in uno spazio, quello appunto della costruzione di politiche complesse a vantaggio di un intero territorio, che nessuna Associazione, per quanto potente, è in grado di controllare, anche per via di un deficit di legittimazione a svolgere un ruolo di interesse generale.

Per questo la Camera diventa un luogo di rappresentanza unitaria del mondo delle imprese che non oscura ma supera le singole posizioni associative.

In questa situazione, la Camera di Commercio va ad assumere un ruolo di forum dell'economia territoriale, dove si formulano e si elaborano linee di azione strategica per la promozione del territorio, che diventano poi l'oggetto dell'interlocuzione con il sistema politico e di governo locale.

Un luogo decentrato di articolazione tra sistema economico e sistema politico, "una camera di compensazione" istituzionale, chiamata a sostituire altri modelli di articolazione dei due sistemi, tuttora vigenti, basati sulla lobbying sezionale e particolare.

Se da una parte tutto questo esalta il valore del "partenariato economico-sociale", dall'altra richiama la necessità del "partenariato istituzionale" e del più generale "partenariato pubblico-privato".

Federalismo e decentramento, esaltano la specificità dei sistemi locali, i vantaggi comparati dei sistemi produttivi, la capacità di sfruttare economie di agglomerazione, di accrescere l'attrattività per la localizzazione di investimenti, in una forte proiezione verso l'esterno.

Deve svilupparsi però a livello locale un'elevata capacità progettuale dei diversi soggetti pubblici, associativi e privati, creando un'alleanza forte fra i soggetti che hanno un ruolo sul

territorio, perché lo sviluppo del territorio è un compito di tutte le amministrazioni che incidono sul territorio, nessuno escluso.

Se non si dovesse riuscire a promuovere coalizioni efficienti tra soggetti pubblici e privati, per rendere più competitivo il territorio ed utilizzare al meglio gli strumenti della programmazione comunitaria 2007-2013 e le risorse finanziarie, potrebbero determinarsi seri arretramenti.

Le istituzioni, e quindi la Camera di Commercio, devono incentivare la capacità della provincia di liberare le sue forze nella collaborazione tra pubblico e privato.

Obiettivo strategico V.1

FARE SISTEMA, QUALE CAPACITÀ DELLE ISTITUZIONI PUBBLICHE LOCALI DI COSTRUIRE ATTRAVERSO NUOVE FORME DI PARTECIPAZIONI QUELLA RETE DI BENI, SERVIZI E INFRASTRUTTURE, MATERIALI E IMMATERIALI, INDISPENSABILE A SVILUPPARE LA COMPETITIVITÀ DEL TERRITORIO

La sussidiarietà, il federalismo, l'autonomia significano proprio questo: credere nella capacità del territorio e dei suoi protagonisti, per trovare insieme risposte al proprio futuro. Ciò significa promuovere la crescita del "capitale sociale", che è poi quell'insieme di culture, valori, rapporti, interconnessioni e sinergie che consentono di sviluppare una "produttività complessiva" più diffusa e superiore a quella ottenibile operando isolatamente.

Come organizzare in modo produttivo questa catena del valore?

Innovando alle politiche erogative e distributive per trasferire risorse alla organizzazione di reti di secondo livello che aiutino le imprese a individuare i referenti (istituzioni, centri di servizio, altre imprese, ecc.) giusti, al posto giusto, al momento giusto.

Reti che infrastrutturano il mercato, lo innervano e ne rendono percorribili i luoghi e le parti anche ai soggetti più piccoli e meno autonomamente attrezzati.

La Camera, in questo senso, si configura come un soggetto che non si sostituisce impropriamente al mercato e ai suoi attori (ad es. erogando servizi che possono essere offerti da imprese private di servizio) ma contribuisce a farlo funzionare o, per così dire, a costruirlo.

La Camera si deve sempre più proporre come promotore ed integratore di reti - funzionali, trasversali e complementari alle logiche del territorio - per il mercato globale.

La Camera di Commercio ha ed avrà sempre più il compito di favorire questo processo evolutivo nei confronti di una serie di "mondi" e di una serie di tematiche sempre più cruciali per determinare

la qualità dello sviluppo e che ne accresceranno il ruolo quale istituzione del mercato, soggetto di regolazione e di promozione dello sviluppo, superpartes.

Il percorso operativo verso l'obiettivo "*La Camera attivatore e promotore di politiche interassociative orientate alla crescita ed allo sviluppo del tessuto economico della provincia nel contesto regionale, nazionale, europeo*":

☞ Se l'obiettivo strategico della funzione promozionale della Camera è quello di produrre valore, il grado di questo valore sarà commisurato alla capacità di generare, da una parte, un sempre più forte partenariato interistituzionale con tutte le componenti del sistema territoriale per sviluppare "rete" e "progettualità strategica integrata in funzione della competitività del territorio; dall'altra, una sempre più forte alleanza con tutte le componenti del sistema camerale per attualizzare "l'essere un sistema a rete", che dia visibilità e accrediti l'istituzione "Camera di Commercio" come moderna interprete della identità economica diffusa, responsabile verso le imprese e le istituzioni, che genera fiducia nel futuro attraverso la sua capacità di "fare ponti" e di coinvolgimento.

☞ Se l'ambito di tale operatività è la rete nazionale ed europea del sistema camerale, sempre più urgente ed avvertita è l'esigenza di integrare a livello regionale le diverse policy territoriali delle Camere di Commercio provinciali. Questo chiama in causa l'Unione Regionale la cui recente ricostituzione è stata motivata dalla esigenza di istituzionale del "sistema camerale calabrese" per valorizzare il ruolo delle Camere calabresi quali istituzioni delle imprese e per le imprese e della governance locale per le politiche dello sviluppo nel senso più ampio, favorendo e costruendo a tal fine reti ed alleanze interistituzionali con la Regione e gli Enti Locali, con il sistema camerale italiano, europeo, estero ed attivando sinergie e collaborazioni, con enti, associazioni, agenzie che a livello locale, regionale, nazionale, europeo ed internazionale hanno competenza o comunque sono coinvolti nella promozione e crescita delle micro e piccole imprese e nei processi di sviluppo dei territori.

Ma deve connotarsi sempre più per una dimensione europea e mediterranea la cui centralità è nello sviluppo del sistema area dello stretto/città metropolitana

☐ La politica di sistema non può trascurare ma sempre di più deve valorizzare l'assetto organizzativo di tipo stellare della Camera, attraverso un processo di crescita e di autonomia dell'Azienda Speciale IN.FORM.A. e della più recente Azienda "Stazione sperimentale per le industrie delle essenze e dei derivati agrumari" a seguito della soppressione dell'ente pubblico economico e trasferimento delle funzioni della Stazione alla Camera di Commercio, disposti con il d.l. n.78/2010.

Aziende che si qualificano come strutture strategiche impegnate a gestire attività innovative ad alto valore aggiunto sul versante della promozione dell'economia locale e del supporto allo sviluppo delle imprese e che la recente riforma della Camera, indotta dal d.lgs. n.23/2010, ha inserito a pieno titolo, in quanto "organismi strumentali" tra i soggetti facenti parte del sistema camerale dovranno qualificarsi trasferimento delle funzioni; chiamate a realizzare un effetto moltiplicatore dell'efficacia degli interventi messi in atto dalla Camera.

Il percorso operativo verso l'obiettivo <progettare e realizzare il "brand territoriale" della provincia>.

Ormai è sempre più evidente quanto le nuove dinamiche competitive che investono i territori stiano aumentando il peso e l'importanza dei processi di politiche strategiche dell'offerta territoriale e della loro attuazione.

L'attrazione di investimenti e risorse, nonché la gestione dei flussi attesi (turisti, manager, operatori industriali e commerciali, ...) richiedono politiche capaci di:

- valorizzare le identità ed le specificità del territorio;
- fare leva sul capitale territoriale, inteso quale complesso di elementi tangibili ed intangibili che compongono il sistema d'offerta locale;
- comunicare i caratteri distintivi e identitari attraverso azioni di brand policy unitaria e coordinata. La frammentazione dell'offerta territoriale in diverse componenti ed attori, inoltre, pone con forza il tema della gestione e dell'organizzazione dell'intero processo comunicativo e di marketing.

La Camera promuoverà un "**Tavolo istituzionale del partenariato per lo sviluppo**" per costruire innanzitutto un processo di governance che vuole mettere insieme vari soggetti istituzionali e non, selezionare obiettivi di governo e avviare processi di trasformazione territoriale per dare forza alla competitività del sistema imprenditoriale e mobilitare investitori economici in un quadro di competitività tra sistemi territoriali, anche a livello internazionale. Sono obiettivi importanti, che saranno realizzati se la comunità territoriale saprà individuare una visione condivisa del suo futuro, ragionando delle sfide decisive che ci pone il futuro, facendo leva su quattro elementi di fondo: la capacità di fare sistema, l'innovazione, le infrastrutture, la qualità dei servizi pubblici locali.

L'istituzione del "Tavolo" avverrà attorno all'osservatorio economico della provincia e all'osservatorio dei trasporti.

Compito degli osservatori non sarà più solo quello di presentare scenari statistici affidabili sullo stato e le tendenze dell'economia locale e della dotazione infrastrutturale ma anche di fornire ai decisori politici, al mondo associativo e alle forze sociali elementi cruciali per determinare politiche efficaci e sostenibili oltre a scelte programmatiche mirate, insieme a indici utili che contribuiscano a definire il rating territoriale di riferimento per scelte di mercato e di investimento.

L'evoluzione successiva sarà la messa a punto di un sistema di misurazione della competitività del territorio basato su dimensioni chiave dello sviluppo che permetta di misurare i progressi fatti in relazione agli obiettivi strategici prescelti per il territorio e di confrontarsi con altre realtà, al fine di migliorare ed orientare la propria azione .

Ne conseguono obiettivi operativi/azioni/risultati attesi nel 2011

V.1.1.1 La Camera attivatore e promotore di politiche interassociative orientate alla crescita ed allo sviluppo del tessuto	V.1.1.1.1 Il sistema Camerale	- Incremento del n. di iniziative promosse in collaborazione con altre strutture del sistema camerale rispetto al 2010
	V.1.1.1.2 Il partenariato Interistituzionale	- Incremento del n. di convenzioni ed accordi stipulate con le altre PPAA per tipologia rispetto al 2010

economico della provincia nel contesto regionale, nazionale, europeo	V.1.1.1.3 La rete Camera/Mondo associativo	- Incremento del n. di accordi, partenariati stipulati con rappresentanti del mondo associativo rispetto al 2010
V.1.1.2 Progettare e realizzare il “brand territoriale” della provincia..	V.1.1.2.1 Per l’operatività del “Tavolo istituzionale del partenariato per lo sviluppo”	-Implementazione dell’osservatorio della competitività del territorio
