



**BILANCIO DI MANDATO 2009 – 2014**  
**PRESENTAZIONE 21 LUGLIO 2014 – SALA DEL CONSIGLIO**

**Intervento del Presidente Giorgio Mencaroni**

Buongiorno a tutti i presenti e grazie di essere intervenuti a questo appuntamento così importante nella vita istituzionale della Camera di Commercio.

Fare un bilancio di cinque anni di amministrazione è un atto di responsabilità per una istituzione pubblica che voglia essere credibile nei confronti dei propri “portatori di interesse”.

Il bilancio di mandato che oggi presentiamo risponde appunto all’esigenza di rendere conto alla comunità di riferimento dell’insieme di azioni che la Camera ha messo in campo in questi anni.

Non si tratta certo di enfatizzare il ruolo di una istituzione quanto piuttosto di definire – dati alla mano – l’esatta impronta lasciata sul campo nel corso della nostra azione. Un atto dovuto, ma anche voluto e particolarmente sentito, tanto più in questo momento “storico” non facile per l’intera economia, e in particolare per il nostro sistema produttivo.

**LE LINEE GUIDA DEL MANDATO**

Fra i principi guida dell’azione camerale per il quinquennio 2009-2014 il Programma pluriennale individuava quello di favorire azioni di sistema rivolte al mondo delle imprese nelle sue diverse articolazioni, indipendentemente dalla loro appartenenza alle varie componenti associative, privilegiando le iniziative in grado di produrre effetti trasversali su tutti i settori produttivi. Questo perché la legge 580 del 1993 attribuisce alle Camere di Commercio un ruolo specifico nel panorama delle istituzioni deputate alla *governance* dei sistemi economici locali, facendone enti “esponenziali” della comunità delle imprese e, dunque, rappresentativi di interessi generali.

Tutto ciò premesso, partendo dalla **centralità dell'impresa**, la politica di programmazione della Camera di Commercio per il mandato 2009-2014 ha tenuto conto, nel definire gli obiettivi e nello stabilire le priorità e gli interventi da attuare, **dei bisogni espressi dal territorio** e delle politiche di sostegno intraprese dagli altri enti locali, per contribuire in modo attivo e partecipato alla crescita del sistema economico provinciale nel suo complesso.

I principali **segni distintivi** della consiliatura che si è appena conclusa sono da ravvisarsi in particolar modo nell'aver adottato un approccio fortemente pragmatico ai progetti e ai programmi; nella ricerca di un'azione istituzionale organica, trasversale e fortemente integrata con gli altri soggetti operanti sul territorio, istituzionali e non, al fine di non disperdere le risorse e non duplicare gli interventi; nella ricerca di canali di interlocuzione e di ascolto degli effettivi bisogni delle imprese; nell'accentuata attenzione ai temi della internazionalizzazione, del sostegno al credito, della comunicazione e della valorizzazione della regione in tutti i suoi principali *asset*.

La promozione del territorio, il sostegno al credito e alle infrastrutture, il dialogo tra formazione e lavoro, la creazione d'impresa, l'accompagnamento sui mercati internazionali, l'innovazione, la battaglia per la legalità e quella per la semplificazione amministrativa: sono stati questi i temi della nostra agenda quotidiana.

In questa ottica, la Camera di Commercio si è impegnata nel consolidamento della rete di rapporti con i soggetti istituzionali locali, al fine di **produrre, attraverso la più efficace allocazione delle risorse, un effetto leva sui risultati ottenibili da ciascun attore economico**.

Infine, la piena **applicazione della disciplina in materia di performance e trasparenza** ha costituito un'importante occasione per esplicitare e rafforzare il legame esistente fra i bisogni della collettività e la missione istituzionale della Camera, le priorità politiche, le strategie, gli obiettivi e gli indicatori di risultato dell'amministrazione.

## **LE DINAMICHE DI CREAZIONE E DISTRIBUZIONE DI VALORE**

Il Bilancio di mandato che oggi presentiamo si propone di misurare l'**effettivo impatto delle politiche camerali sui principali destinatari delle politiche stesse**, nella tipica angolazione di analisi assunta dagli strumenti di rendicontazione sociale.

Pertanto i criteri di rilevazione e valutazione di tipo economico-patrimoniale debbono essere rielaborati attraverso un adeguato set di indicatori.

Nella prospettiva “sociale”, l’analisi è finalizzata a misurare l’utilità prodotta nel territorio e a descrivere le modalità attraverso le quali la missione, i valori e i programmi dell’Ente si sono tradotti in risultati concreti per gli *stakeholder*.

La grandezza di riferimento è il **Valore Aggiunto**, interpretabile come *surplus* di ricchezza generato dall’attività della Camera e misurabile contrapponendo il valore delle utilità prodotte grazie ai servizi istituzionali con il consumo delle risorse impiegate nel funzionamento della struttura.

**Il valore aggiunto** deriva da un processo di riclassificazione del bilancio camerale ed è determinato a partire dai proventi correnti.

**La Camera di Commercio di Perugia ha gestito, nel quinquennio di riferimento, circa 84 milioni di euro di proventi generati dall’attività caratteristica.**

**Nonostante gli effetti della crisi economica sui mercati italiani ed esteri, la media annua dei proventi correnti si è attestata su un valore di circa 16,8 milioni di euro, di cui 12 milioni riferibili al diritto annuale.**

Guardando alla provenienza di tali risorse, queste sono rappresentate per il 72% da proventi istituzionali (diritto annuale) e per il 20%, più di 16 milioni nel quinquennio, da proventi derivanti dai servizi anagrafici e tariffe per i servizi istituzionali identificati sotto la voce “pubblica amministrazione per le imprese”.

**Nel periodo 2009 – 2013, il valore aggiunto globale destinato ai beneficiari dell’attività camerale è risultato pari a 70 milioni di euro.**

Il valore aggiunto globale è ripartito tra i **destinatari delle politiche per lo sviluppo**, il **sistema camerale** (Unioncamere – Unioncamere Umbria - Azienda Speciale Promocamera - Centro Estero Umbria – Altri enti ed organismi partecipati nazionali e locali che svolgono attività in campi di interesse della Camera di Commercio), la **Pubblica Amministrazione**, per le imposte ed i tagli di spesa versati a favore del bilancio dello Stato, il **sistema bancario**, per la remunerazione del capitale di credito e **l’ente camerale stesso**, per gli utili e gli ammortamenti a consolidamento della struttura patrimoniale.

**Per l’esercizio 2013, chiuso in perdita, la lettura “sociale” del bilancio, evidenzia che tale circostanza porta ad un effetto migliorativo in termini di distribuzione di valore aggiunto: a fronte della ricchezza generata dall’attività istituzionale l’ammontare effettivamente distribuito ai portatori di interesse è superiore a**

quello prodotto. In tale fattispecie si va a distribuire un ammontare di valore aggiunto superiore a quello realizzato nell'anno, attingendo dalle riserve di ricchezza prodotta nel passato – l'utile agli esercizi precedenti – rappresentato dalla remunerazione dell'ente.

Se poi andiamo a dettagliare ulteriormente la destinazione del valore aggiunto, emerge che più di 49 milioni euro, ovvero il 70% del valore aggiunto globale, sono andati alla realizzazione di politiche per lo sviluppo del tessuto economico locale. Di questi, 35 milioni di euro sono stati destinati agli interventi economici diretti volti a supportare il sistema imprenditoriale ed economico, con una media annua pari a 7 milioni di euro.

Gli interventi economici, grazie all'azione politica del Consiglio, si sono focalizzati in prevalenza

- sulla valorizzazione del territorio ed il turismo, per 8 milioni di euro
- sui temi del credito e sostegno alle imprese, per 7 milioni di euro
- sull'internazionalizzazione delle piccole medie-imprese, per 3,5 milioni euro
- sull'innovazione e formazione, per 2,7 milioni di euro.

Per quanto riguarda l'internazionalizzazione, va sottolineato che l'azione della Camera non si limita alle iniziative finanziate direttamente con il programma di interventi economici, ma viene **integrata con il contributo al Centro estero dell'Umbria, che nel periodo 2009-2013 ha superato i 3 milioni di euro.**

La linea strategica di intervento infrastrutture e sviluppo del territorio, è stata finanziata attraverso la maggiorazione del 20% del diritto annuale ed attraverso contributi da parte di soggetti pubblici e privati.

**In particolare nel quinquennio di riferimento sono stati destinati:**

- al finanziamento dell'asse viario Umbria Marche e Quadrilatero, oltre 5 milioni di euro
- allo sviluppo dell'aeroporto dell'Umbria, 1,2 milioni di euro – che si aggiungono agli investimenti finanziari
- al sostegno della candidatura di Perugia Capitale della cultura 2019, 0,4 milioni euro.

Condensare cinque anni di attività e di progetti è impresa ardua.

Il documento di Bilancio, assai dettagliato e ricco di dati e informazioni sull'intero ventaglio delle funzioni camerali, da oggi sarà pubblicato sul nostro sito istituzionale, a disposizione di tutti quanti vorranno approfondire, capire, valutare la nostra azione.

In questa sede mi limiterò quindi a tracciare un percorso complessivo di questa consiliatura, che si è contraddistinta, in primo luogo, per un **impegno massimo verso la progressiva integrazione dell'offerta di adempimenti e servizi di e-government**, erogati nell'ottica di facilitare la vita delle imprese nel loro rapporto con la PA, rendendo semplice, efficiente e relativamente poco oneroso l'assolvimento dell'obbligo amministrativo.

Rientrano in questo ambito i servizi del Registro delle imprese, cuore pulsante e servizio di punta delle Camere di Commercio, e le altre attività anagrafiche e certificative, che sono oggi gestiti in tutto o in parte in forma telematica.

La Camera di Commercio ha un tasso elevato di "digitalizzazione" dei servizi, il cui potenziale è accresciuto dal network telematico nazionale che consente di condividere i dati del registro delle imprese su tutto il territorio nazionale.

Questo patrimonio informativo ha un valore enorme, prima di tutto in termini di trasparenza, pubblicità e legalità.

Non dimentichiamo che è tale grazie al lavoro dei dipendenti che operano nel sistema camerale.

Rientra in questa ottica il progetto "**Distretti sul web**" promosso da **Google e Unioncamere**, e fortemente sostenuto dalla nostra Camera di Commercio che nel 2013 ha ottenuto l'inserimento del distretto del **Tessile - Cashmere** umbro fra i 20 selezionati da Google in base alla loro grande potenzialità di crescita e sviluppo per le imprese e per il territorio di riferimento.

Il progetto non ha precedenti a livello mondiale e il suo obiettivo è di portare le imprese sul web attraverso siti internet, localizzarle su mappe on line, creare profili social media e aumentarne la visibilità sulla rete.

Per il 2014 la Camera di Commercio ha promosso e sostenuto nuovamente il progetto che sarà indirizzato a sostenere la presenza sul web di Pmi della provincia nei settori dell'**artigianato artistico e dell'olio extravergine d'oliva**.

L'impegno camerale si è orientato anche verso un **miglioramento continuo della comunicazione**, che ha assunto nel tempo un ruolo sempre più strategico per

valorizzare i servizi, le iniziative e i progetti che la Camera mette a punto per supportare lo sviluppo e la competitività del territorio.

Da questo punto di vista il mandato è stato caratterizzato da un **uso più diffuso ed incisivo dei nuovi canali digitali di comunicazione offerti da internet** e dai social network, i quali hanno affiancato i più “tradizionali” mezzi di comunicazione.

La strategia adottata dalla Camera di commercio in questi anni, per accompagnare le imprese nel percorso di riposizionamento competitivo, in linea con la più ampia strategia a livello sia nazionale che europeo, ha puntato prima di tutto sulla **qualificazione delle filiere**.

Il tutto quale premessa – e al contempo necessaria integrazione – di quell’insieme di interventi in favore dell’internazionalizzazione del tessuto economico che poggia su una valorizzazione, sempre più mirata, delle produzioni locali.

Al contempo la Camera di commercio ha esercitato un **ruolo di primo piano per il sostegno allo sviluppo e alla nascita di nuove imprese e per la promozione dell’occupazione**, agendo al fine di stimolare l’imprenditorialità e sviluppare nuovi posti di lavoro e opportunità occupazionali connesse all’auto impiego: obiettivi di evidente priorità nel quadro attuale, ma da sempre parte integrante della programmazione strategica delle attività camerale.

Questo tipo di servizi si è **integrato con altri ambiti di azione camerale, consentendo di realizzare un vero e proprio effetto “moltiplicatore”**. I principali **ambiti di azione trasversale** hanno riguardato le attività di **formazione, sviluppo e valorizzazione del capitale umano** – quali alternanza scuola-lavoro, orientamento al lavoro, formazione - nonché l’insieme di iniziative e progettualità finalizzate a sostenere e promuovere **l’innovazione, lo sviluppo locale, l’internazionalizzazione, l’accesso al credito**.

Fra gli interventi più significativi va citato il **Protocollo d’intesa fra Regione Umbria e sistema camerale – Camere di Commercio di Perugia e Terni e Unioncamere Umbria – per l’accesso al Credito, l’Internazionalizzazione e la Comunicazione turistica regionali**.

Per quanto riguarda in particolare la **Comunicazione turistica**, le azioni concordate con il Protocollo sono state indirizzate sia al consolidamento del brand “Umbria” sui mercati tradizionali che alla sperimentazione di nuovi mercati. Rientravano in tale

accordo il progetto “**Steve Mc Curry: Sensational Umbria**”, che ha permesso di mettere a disposizione della regione 100 scatti dell’artista da utilizzar anche per attività di comunicazione turistica congiunta; la realizzazione del portale di turismo e cultura “**Umbriatouring**”; la produzione di contenuti e presenze in **trasmissioni televisive** (“Turisti per caso”, “Ricette di famiglia”); azioni di **promozione sui voli Ryan Air**; la **candidatura di Perugia nell’Itinerario culturale europeo del cioccolato**.

L’accordo sulla **Internazionalizzazione** invece ha avuto come obiettivo prioritario l’istituzione del **Centro Estero dell’Umbria – Umbria Trade Agency**, quale struttura unica regionale per la promozione dell’internazionalizzazione. Il Centro nasce quindi, nel 2009, con l’obiettivo di programmare, coordinare e monitorare in modo unitario le politiche pubbliche e gli strumenti di intervento a sostegno dell’export e dell’internazionalizzazione delle imprese.

Riguardo al **Credito**, infine, l’accordo è stato focalizzato sulla **realizzazione di un intervento congiunto finalizzato alla concessione dei contributi al fondo rischi dei Confidi**. La somma messa a disposizione nell’ambito di tale accordo dalla Camera di Commercio di Perugia è stata pari a € 550.000 per ognuno dei tre anni di riferimento (2010-2012).

Significativo, sia sotto il profilo finanziario che strategico, anche il sostegno assicurato dall’ente alla **Fondazione Perugiassisi 2019**, istituita per realizzare tutte le attività necessarie e conseguenti alla candidatura della città di Perugia a “Capitale europea della cultura 2019”, mediante la concessione di un contributo straordinario al fondo di gestione della Fondazione valorizzato in 200mila euro annui per il triennio 2012-2014.

L’azione della Camera di Commercio si è qualificata anche attraverso un insieme di **interventi orientati a promuovere il territorio nel suo complesso**, attraverso un approccio integrato teso a valorizzare tutte le componenti – produttive, ambientali, organizzative, turistiche e culturali - che il territorio esprime, per rilanciare lo sviluppo e i consumi.

In questa logica sono stati rafforzati gli interventi di **promozione e valorizzazione delle produzioni di qualità** (Distretto del Cioccolato di Perugia, Itinerario Culturale Europeo del Cioccolato, Premio regionale “Olio verde dell’Umbria”, Concorso nazionale Ercole Olivario e iniziative per la promozione dei prodotti olivicoli in Italia e all’estero; Progetti sul Pane, il Formaggio e il Tartufo; la promozione del sistema di

tracciabilità del settore Tessile – Moda). Interventi che si sono integrati con **una notevole mole di progetti promozionali e di comunicazione finalizzati a migliorare la conoscenza dell’Umbria e a potenziarne l’attrattività**, quali le iniziative per valorizzazione e la promozione dei centri storici; la promozione del Marchio Ospitalità Italiana; la Guida “Umbria nel bicchiere”; il sito Tipicamenteumbria.it; il Progetto Turismo; il progetto “Unica, Umbria”; il Premio giornalistico internazionale Raccontami l’Umbria.

Con continuità, ma anche con maggiore slancio che in passato, la Camera ha proseguito il suo percorso di **riconoscimento e promozione del ruolo dell’impresa – e del lavoro – nella società**, con una particolare attenzione alla storia e alla “cultura d’impresa”.

Vorrei citare in particolare la realizzazione, in collaborazione con l’Isuc, della Mostra storica “VISIONI D’IMPRESA”, allestita presso il Centro servizi Galeazzo Alessi, che ha permesso di coinvolgere e promuovere numerosissime aziende locali e Musei aziendali, attraverso una suggestiva ricostruzione della comunicazione d’impresa nel Novecento.

Con la **Premiazione del lavoro e dell’impresa**, manifestazione che dalla sua istituzione, oltre 60 anni fa, ha premiato più di 3.000 aziende, abbiamo invece raccolto – per la prima volta – in brevi filmati, le testimonianze degli imprenditori e dei lavoratori premiati, ripresi nelle loro aziende, nei laboratori, sul luogo di lavoro, Per raccontare, attraverso le immagini, mestieri, professionalità, saperi antichi e di valore unico.

A queste azioni abbiamo accompagnato, con risorse sempre più consistenti, numerosi interventi finalizzati a rispondere alle crescenti difficoltà di **accesso al credito** delle imprese, consentendo a queste ultime di trovare canali di finanziamento in linea con le proprie esigenze.

Ingenti le **risorse destinate all’operatività dei Confidi**, circa **5 milioni di euro** nel quinquennio, **cui si aggiungono quelli relativi all’accordo regionale**.

Una svolta significativa è venuta anche dal potenziamento degli incentivi diretti alle imprese, erogati tramite appositi bandi (patrimonializzazione, **check up energetici o finanziari, operazioni di investimento, liquidità aziendale, partecipazione a fiere, reti d’impresa, certificazioni qualità, start-up**), dei quali hanno potuto beneficiare **oltre 1.300 imprese**.



Ulteriore tassello dell'intervento camerale è stato dato dall'intervento nelle **infrastrutture materiali e immateriali, e per l'internazionalizzazione, l'innovazione e la formazione.**

**Nel settore infrastrutturale** storicamente la Camera di Commercio di Perugia ha sempre svolto una preziosa funzione di raccordo delle varie istanze provenienti dal mondo imprenditoriale. Nel corso di questo mandato l'intervento della Camera si è concentrato in massima parte nella **partecipazione alla Società di gestione dell'aeroporto regionale**, di cui l'ente camerale è azionista di riferimento, e nella **partecipazione alla società Quadrilatero Marche Umbria spa - per la realizzazione del progetto pilota infrastrutturale "Quadrilatero"**.

Inoltre negli anni in cui abbiamo assunto la guida dell'Associazione Interregionale delle Camere di Commercio del Centro-Italia, la Camera ha promosso la realizzazione di uno **studio di monitoraggio delle infrastrutture aeroportuali e fieristiche**, volto ad analizzare l'attività e lo stato operativo dei nodi aeroportuali in termini di presenza di vettori, destinazioni, traffico passeggeri, assetti societari e principali dati di bilancio.

La Camera ha poi assicurato il proprio sostegno al progetto di adeguamento della **S.S. Terni Spoleto.**

In un contesto economico caratterizzato dalla marcata contrazione della domanda interna l'accesso ai mercati esteri rappresenta la leva fondamentale su cui poggiare, e consolidare, i primi timidi segnali di ripresa. La Camera di Commercio rappresenta una vera sponda operativa delle imprese, soprattutto di piccola e media dimensione, nella definizione e nell'attuazione delle proprie strategie di accesso ai mercati esteri. Sotto questo profilo l'ente ha svolto un ruolo di primo piano nel favorire l'accesso e l'espansione delle imprese sui mercati esteri, attraverso la fornitura di servizi di assistenza e informazione finalizzati a favorire processi di integrazione nei mercati internazionali. Azioni che sono state condotte prioritariamente tramite il **Centro Estero dell'Umbria**, ma che hanno avuto anche un apporto aggiuntivo diretto della Camera, sia attraverso l'erogazione di contributi diretti per la partecipazione a fiere internazionali, sia tramite specifici progetti, quali **Ambasciatori dell'Umbria in Centro e Sud America, Italian Living Umbria e Taste Umbria, quest'ultimo, in particolare, ha** l'obiettivo di intensificare le relazioni economiche tra Umbria e Cina intervenendo a sostegno di quel tessuto imprenditoriale di piccole e micro imprese che hanno difficoltà a rapportarsi con un mercato, come quello cinese, caratterizzato non solo da dimensioni eccezionali ma anche da relazioni imprenditoriali peculiari.

**Abbiamo inoltre “conquistato” l’opportunità di ospitare a Perugia la 21esima Convention mondiale delle Camere di commercio italiane all’estero**, che ha visto la partecipazione di rappresentanti delle Camere estere presenti in tutti i continenti. Un risultato straordinario, considerato che le Camere di Commercio italiane all’estero rappresentano oggi una istituzione che ha saputo dare un contributo fondamentale alla diffusione del Made in Italy nel mondo. L’occasione della Convention ci ha permesso di organizzare numerosi incontri one to one, rivolti ai poli di eccellenza del sistema produttivo provinciale, che hanno visti coinvolti i settori Aerospazio, Arredo Casa/Mobile in Stile Design/Ceramica, Biomedicale, Componentistica Automotive, Energie Rinnovabili/Biomasse, Filiera Agroalimentare, Grafica/Editoria, Meccanica Agricola, Tessile/Cachemire, Turismo.

Infine l’azione della Camera è stata indirizzata anche verso le nuove competenze attribuite dall’ultima legge di riforma, quelle di **Cooperazione con le istituzioni scolastiche e universitarie per l’alternanza scuola-lavoro e l’orientamento al lavoro e alle professioni**.

Le iniziative realizzate a partire dal 2012 dalla Camera di commercio – il “**Job Day**”, il Bando per tirocini all’estero “**Improve your talent**” e le “**Giornate del lavoro e del fare impresa**” – sono state un contributo prezioso non solo nel difficile percorso dei giovani verso il mondo del lavoro, ma anche nell’avvicinare il sistema dell’istruzione – superiore ed universitaria - a quello dell’impresa.

Con il programma di tirocinio **Improve your talent**, in particolare, la Camera ha offerto ai giovani l’opportunità di acquisire competenze professionali, di sviluppare capacità relazionali in un ambiente multiculturale quale è il sistema delle Camere di commercio estere, di perfezionare la conoscenza della lingua straniera e di conoscere la dimensione internazionale del mercato del lavoro, dell’impresa e della società.

Nel concludere questa disamina dei principali ambiti di intervento, non posso non citare le funzioni svolte dall’ente in materia di **regolazione del mercato e di informazione economica**, menzionando in particolare gli sforzi compiuti per istituire un **servizio di primo orientamento in materia di marchi e brevetti**; il forte impulso dato agli strumenti di **giustizia alternativa** - uno sforzo organizzativo che ha portato l’ente camerale a dotarsi di un **Servizio di mediazione** e di una **Camera Arbitrale** in grado oggi di agire in autonomia e indipendenza e di gestire con professionalità le procedure di arbitrato e di mediazione; la costituzione dello **Sportello per la Legalità** e le numerose azioni di comunicazione condotte nell’ambito della trasparenza, della

legalità e dell'integrità; la sottoscrizione, **con la Prefettura di Perugia**, di un **Protocollo d'intesa per la legalità**; la produzione di ricerche e studi economici grazie ai quali la Camera ha fornito preziose informazioni e analisi sull'economia reale, quali la **Giornata dell'economia**, il Sistema informativo per l'occupazione e la formazione **"Excelsior"**, **l'Osservatorio congiunturale sul commercio e sul manifatturiero**.

## **IL FUTURO DELLE CAMERE DI COMMERCIO**

I dati illustrati in questo Bilancio testimoniano con chiarezza ed obiettività che senza un ente come la Camera di Commercio sarebbe molto difficile per le micro, piccole e medie imprese, che costituiscono l'ossatura del nostro sistema produttivo, riuscire a promuovere i propri prodotti sui mercati esteri, così come accedere a finanziamenti senza godere di garanzie o di contributi, o agire sul mercato interno con le dovute garanzie di trasparenza e tutela.

Molto si sta discutendo, da decenni, riguardo alla pubblica amministrazione e al suo assetto complessivo; i progetti di riforma si susseguono, con scarso contenuto innovativo. Anche le Camere di Commercio, come sappiamo, sono sotto la lente.

Ma la questione cruciale resta sempre la stessa: quale sia la "visione" complessiva che la politica ha dell'organizzazione sociale ed economica del nostro Paese. Perché è chiaro, credo, che non ci saranno mai riforme valide ed efficaci finché non ci sarà un orizzonte e un progetto preciso di cambiamento.

Per l'appunto, il decreto legge 90, recante "Misure urgenti per la semplificazione e la trasparenza amministrativa e per l'efficienza degli uffici giudiziari", contiene una norma, l'art. 28, che riduce del 50% la misura del diritto annuale che le imprese dovranno corrispondere alle Camere di Commercio a partire dal 2015.

Si tratta dunque di una norma inserita in un decreto per la "semplificazione".

Permettetemi di cogliere l'occasione odierna per contribuire a fare chiarezza e mandare un messaggio chiaro, e forte, prima di tutto al sistema delle imprese e a tutti i nostri principali interlocutori.

Questa norma non porta con sé alcuna semplificazione. E non porterà reali vantaggi alle imprese. Al contrario.

### **Un risparmio davvero esiguo**

In primo luogo il risparmio per le imprese sarà davvero esiguo. Analizzando i dati del diritto annuale, a livello nazionale, si è calcolato che **mediamente le imprese risparmieranno ogni anno 63 euro**, pari a poco più di 5 euro al mese; **per le ditte individuali, che rappresentano il 60% delle imprese italiane, il risparmio effettivo non supererà i 32 euro l'anno**, ovvero 2,6 euro al mese.

**Ma quel che è peggio, il risibile vantaggio economico di oggi è destinato a tramutarsi in uno svantaggio domani. I servizi erogati fino ad oggi dalle Camere sono a rischio**

Le Camere di Commercio rappresentano infatti un punto di riferimento per le imprese, **soprattutto per quelle di piccole e medie dimensioni**. Con il dimezzamento del diritto annuale sarebbero a rischio servizi come il sostegno al credito (Confidi), il supporto all'internazionalizzazione, gli istituti dell'arbitrato e della conciliazione, la funzionalità del Registro Imprese, la consulenza alle imprese, l'informazione statistico-economica, il controllo della legalità dei prodotti, la tutela dei consumatori ...

Interventi, programmi e azioni realizzati in questi anni, e di cui questa mattina vi abbiamo dato conto, non potranno essere riproposti già a partire dal 2015. Tuttavia è nostra intenzione in questo scorcio d'anno portare a compimento iniziative già programmate, quali ad esempio la seconda edizione del bando "Improve your talent", per il quale hanno già manifestato la loro volontà di collaborare l'Università degli Studi di Perugia e l'Università per Stranieri, e il progetto "Mirabilia".

Nell'audizione **alla I Commissione Affari costituzionali della Camera dei deputati, il 4 luglio scorso**, Unioncamere italiana ha giustamente sottolineato come a fronte di questo modesto risparmio, la norma produrrà rilevanti effetti negativi:

- sulle economie dei territori, in termini di minori investimenti realizzati: si stimano **2.500 milioni di euro in meno**, corrispondenti ad una perdita di due decimi di punto percentuale di valore aggiunto;
- sull'occupazione: sia sul fronte degli occupati del sistema camerale, per cui si stimano **oltre 2.500 unità di personale potenzialmente in esubero**, che lo Stato dovrebbe riallocare; sia sul fronte degli occupati delle imprese, a seguito dell'impatto recessivo per le economie territoriali conseguente alla riduzione del diritto camerale;
- direttamente **sul bilancio dello Stato**, per il quale **l'aggravio complessivo è stimabile in circa 167 milioni di euro**: di cui 89 per i costi del personale camerale in esubero, **56 milioni per minori versamenti obbligatori che le**

**Camere di Commercio non potranno più effettuare e per minori imposte e tasse** e 22 milioni per gli oneri previdenziali attualmente a carico del sistema camerale siciliano

### **Le Camere sono un sistema che si autofinanzia**

Il finanziamento delle Camere di Commercio non incide sulla fiscalità generale: i bilanci camerali si fondano soprattutto sulle entrate da diritto annuale e dai diritti di segreteria, che consente alle Camere di Commercio di avere un grado di autofinanziamento elevatissimo (81%), ben superiore a quello di Comuni, Province e Regioni.

I soggetti iscritti al Repertorio Economico Amministrativo (REA) e le imprese individuali iscritte o annotate nel Registro Imprese nella **sezione speciale** sono tenute al versamento **del diritto annuale in misura fissa**.

Le imprese iscritte nella **sezione ordinaria** del Registro delle Imprese, invece, versano un diritto commisurato al **fatturato realizzato nell'esercizio precedente**

### **Difendiamo il principio di sussidiarietà**

Ma soprattutto, **le risorse che le imprese versano alle Camere di Commercio** – come è dimostrato anche dai dati del Bilancio di mandato – **tornano e restano al territorio**.

### **Impatto sui bilanci delle camere di commercio ...**

Si stima che con un taglio del 50% del diritto annuale, pari ad oltre 400 milioni di euro, sarebbero 48 le Camere di commercio non in grado di sostenere completamente i costi del personale e di funzionamento (all'interno dei quali sono compresi anche i costi delle attività di regolazione del mercato e di una serie di servizi obbligatori, oltre che alcune attività trasversali di sistema, dal fondo di perequazione alle organizzazioni regionali e nazionale).

Le restanti 57 Camere, pur potendo sostenersi e dunque svolgere le attività amministrative obbligatorie, subirebbero una **forte contrazione delle attività promozionali** e potrebbero disporre complessivamente a livello nazionale solo di 145 milioni di euro a fronte dei circa 500 milioni di euro di attività promozionale riversata sui territori nel 2013.

### **Il sistema camerale umbro**

Per quanto riguarda in particolare il sistema camerale umbro, il personale in servizio è composto da: 71 dipendenti della Camera perugina e 41 della Camera di Terni, 5

dipendenti dell'Unione regionale, 7 dipendenti dell'Azienda speciale Promocamera, 28 del Consorzio Intercam e 5 del Centro Estero, per un totale di 157 lavoratori.

In questi anni come “sistema” regionale abbiamo già messo in campo diverse azioni di semplificazione delle strutture, volte sia al contenimento dei costi che alla razionalizzazione dei servizi offerti sul territorio, quali:

- Scioglimento del Centro di formazione imprenditoriale della Camera di commercio di Perugia
- Funzioni svolte in forma associata da Unioncamere Umbria nell'ambito del monitoraggio dell'economia regionale e delle iniziative promozionali
- Funzioni per l'internazionalizzazione svolte in forma unitaria mediante il Centro Estero Umbria
- Protocollo d'intesa con la Regione Umbria per la costituzione del Centro Estero Umbria, per il sostegno al credito attraverso i Confidi e la comunicazione turistica della regione con meccanismo dell'addizionalità dei fondi

Siamo fermamente convinti che un percorso di cambiamento della pubblica amministrazione si renda necessario, ma deve essere diretto ad assicurare efficienza ed efficacia garantendo la qualità dei servizi. La gestione delle risorse che vengono dalla collettività – che siano cittadini o imprese – deve continuare ad essere assicurata in un quadro normativo che assicuri massima trasparenza, imparzialità, buon andamento, correttezza, libera concorrenza, parità di trattamento, non discriminazione, proporzionalità e pubblicità.

Per il sistema camerale umbro la strada del cambiamento è una strada nuova e antica al tempo stesso. Nella storia della nostra istituzione siamo stati prima di tutto Camera di Commercio dell'Umbria. La dimensione della nostra regione, la sua densità abitativa e la numerosità delle imprese rendono questo percorso praticabile, anzi, auspicabile.