



Camera di Commercio  
Perugia

# BILANCIO SOCIALE

dicembre 2008



Nota metodologica.....	3
<b>1 - L'IDENTITÀ DELLA CAMERA DI COMMERCIO E I SUOI STAKEHOLDER.....</b>	<b>4</b>
1.1 LA MISSIONE .....	5
1.2 PRINCIPI E VALORI .....	5
1.3 – IL DISEGNO STRATEGICO.....	5
1.4 – L'ORDINAMENTO INTERNO.....	7
La macro organizzazione della Camera di Commercio .....	9
1.5 – IL SISTEMA DELLA CAMERA DI COMMERCIO .....	10
Le partecipazioni camerali.....	11
1.6 – IL CONTESTO SOCIO-ECONOMICO.....	17
1.7 – L'IDENTIFICAZIONE DEGLI STAKEHOLDER.....	24
<b>2 – LA RELAZIONE SOCIALE: I RISULTATI 2006-2007.....</b>	<b>26</b>
2.1 - I SERVIZI AMMINISTRATIVI .....	26
Il Registro delle Imprese.....	26
L'Albo delle Imprese Artigiane .....	27
Il processo di informatizzazione.....	28
Gli altri Albi, Ruoli ed Elenchi .....	29
Le funzioni amministrative in materia ambientale.....	31
Le funzioni amministrative per il commercio estero.....	32
Le funzioni amministrative per il settore agricolo e agroalimentare.....	33
Il decentramento dei servizi sul territorio .....	35
2.2 - LA REGOLAZIONE DEL MERCATO .....	36
Le Borse.....	36
Gli strumenti di giustizia alternativa.....	37
La tutela della proprietà intellettuale .....	39
I controlli sugli strumenti di misurazione .....	40
La pubblicazione dei protesti cambiari e dei listini prezzi.....	41
Altre competenze in materia di Regolazione del mercato .....	42
2.3 – LA PROMOZIONE DEL SISTEMA SOCIO-ECONOMICO .....	43
L'internazionalizzazione.....	43
La formazione, l'innovazione e la qualità .....	48
Le infrastrutture.....	54
Gli studi e l'informazione economica.....	55
L'orientamento all'imprenditoria.....	58
La promozione integrata e lo sviluppo locale.....	61
I contributi e l'accesso al credito .....	64
2.4 - I RAPPORTI ISTITUZIONALI .....	69
2.5 – LA MODERNIZZAZIONE E IL CAPITALE UMANO .....	71
La gestione del capitale umano .....	71
La modernizzazione della Camera di Commercio.....	75
2.6 – LE RICADUTE SUL SISTEMA SOCIALE.....	78

<b>3 - LA DIMENSIONE ECONOMICA .....</b>	<b>81</b>
3.1 – LA RICCHEZZA PRODOTTA.....	81
3.2 – LA RICCHEZZA DISTRIBUITA .....	83
<b>Il gruppo di lavoro .....</b>	<b>87</b>

## NOTA METODOLOGICA

Il Bilancio sociale è un documento volontario con il quale la Camera di Commercio di Perugia intende comunicare ai propri portatori d'interesse il valore sociale prodotto secondo modalità non evidenti nei tradizionali documenti di rendicontazione. Per valore sociale s'intendono gli esiti e i risultati concreti che sono stati conseguiti con l'utilizzo delle risorse a disposizione.

Realizzare un Bilancio sociale non significa semplicemente elaborare una pubblicazione come tutte le altre; implica, invece, un processo che coinvolge l'intera struttura e che la Camera di Commercio di Perugia si è impegnata a realizzare.

Ai fini della redazione del documento, in piena continuità con la precedente edizione relativa agli anni 2004-2005, ci si è ispirati alle migliori tecniche e alle prassi professionali più evolute, tenendo conto delle raccomandazioni contenute nella Direttiva sul Bilancio sociale delle Amministrazioni Pubbliche, emanata dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipartimento della Funzione Pubblica del 17 febbraio 2006.

La Camera ha quindi costituito un gruppo di lavoro interno, in grado di coprire trasversalmente tutte le articolazioni dell'organizzazione interna ed incaricato di realizzare il processo di rendicontazione sociale. Il gruppo di lavoro ha provveduto al coordinamento e alla realizzazione di tutte le attività necessarie per la progettazione e l'elaborazione del documento: ha individuato gli *stakeholder* chiave (i destinatari) e ha realizzato una ricognizione delle attività rilevanti svolte nei loro confronti nel biennio 2006-2007 oggetto di osservazione. Si è provveduto poi alla raccolta delle evidenze documentali e delle altre informazioni necessarie per la rendicontazione, svolgendo anche un'importante opera di recupero e di riorganizzazione di informazioni presenti in modo frammentario fra i vari uffici. Si è provveduto, infine, alla composizione del Report che costituisce l'oggetto della presente pubblicazione.

Il documento di Bilancio sociale si compone di tre parti essenziali.

Nella prima sezione – l'Identità della Camera e i suoi stakeholder – vengono descritti e focalizzati le funzioni, la missione e i valori della Camera, le strategie e gli obiettivi che ne guidano l'azione, l'ordinamento interno e l'organizzazione che supporta la realizzazione degli obiettivi prefissati, con particolare riguardo alle strutture di supporto ed al sistema di partecipazioni; infine viene descritto il contesto di riferimento nel quale l'ente opera e vengono identificati i portatori d'interesse (*stakeholder*) nei confronti dei quali la Camera assume i propri impegni.

La seconda sezione – la Relazione sociale – è dedicata ad un'ampia descrizione delle attività, delle iniziative e dei progetti realizzati e dei risultati che sono stati raggiunti.

Nella terza sezione – la Dimensione economica – vengono infine descritte le modalità con le quali l'Ente gestisce e distribuisce la ricchezza prodotta.

## 1 - L'IDENTITÀ DELLA CAMERA DI COMMERCIO E I SUOI STAKEHOLDER

Nell'attuale ordinamento le Camere di Commercio sono enti di diritto pubblico che svolgono funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese, assicurando e promuovendo il loro sviluppo nell'ambito delle economie locali.

Sotto il profilo giuridico le Camere di Commercio hanno ottenuto un riconoscimento costituzionale come "autonomie funzionali", ovvero organismi rappresentativi di particolari settori o interessi e non della collettività nel suo insieme. Godono di autonomia statutaria, funzionale, organizzativa, finanziaria e gestionale. Esse fanno parte del "sistema camerale", caratterizzato da una struttura a rete in cui ogni Camera è punto di riferimento per la propria provincia e nodo attivo che interagisce con le altre strutture in Italia e all'estero; possono promuovere, realizzare e gestire direttamente strutture ed infrastrutture di interesse economico generale e partecipare ad associazioni, enti e consorzi con altri soggetti pubblici e privati.

### LE FUNZIONI DELLA CAMERA DI COMMERCIO

- **amministrative**, riguardanti la tenuta di registri, albi, elenchi, ruoli e le connesse attività certificative;
- **di regolazione del mercato**, volte a promuovere la trasparenza, la certezza e l'equità delle relazioni economiche fra imprese e fra imprese e cittadini;
- **promozionali**, finalizzate a sostenere le imprese e lo sviluppo dell'economia attraverso interventi nel campo della formazione, dell'innovazione, delle infrastrutture, della promozione integrata, dei contributi alle imprese e dell'accesso al credito;
- **di informazione economica**, attraverso il monitoraggio, lo studio e l'analisi dell'economia locale.

La Camera di Commercio svolge inoltre le funzioni ad essa delegate dallo Stato, dalla Regione o da altre pubbliche istituzioni.

## 1.1 LA MISSIONE

- ✓ Contribuire attivamente allo sviluppo del territorio, sotto il profilo economico e sociale, nell'ambito del principio di sussidiarietà e con particolare attenzione alle logiche di rete;
- ✓ Orientare la propria azione alla semplificazione di procedimenti amministrativi per le imprese, favorendo anche processi di interoperabilità fra le amministrazioni pubbliche locali;
- ✓ supportare il processo di internazionalizzazione delle imprese, quale fattore strategico per la competitività del sistema economico locale;
- ✓ promuovere ed affermare la cultura manageriale, anche attraverso il sostegno di specifiche azioni formative

## 1.2 PRINCIPI E VALORI

Negli ultimi anni la Camera di Commercio di Perugia ha ridefinito i principi generali e i valori che ispirano la propria strategia di azione per il conseguimento della missione istituzionale; essi possono essere sintetizzati come segue:

- **sussidiarietà degli interventi**, in collaborazione con le associazioni imprenditoriali, per ridurre il rischio di duplicazioni e di dispersione delle risorse pubbliche disponibili;
- **relazionalità e azione di rete**, sia in ambito regionale che nazionale ed internazionale, da un lato inserendo in modo efficace le attività camerali nel tessuto delle relazioni istituzionali locali e della programmazione regionale, con particolare riguardo al Patto regionale per lo sviluppo, e dall'altro utilizzando e valorizzando gli strumenti ed i progetti del sistema camerale, ramificato in Italia e all'estero;
- **centralità dell'impresa**, quale strumento di crescita economica ed occupazionale;
- **modernità e innovazione**, principi ispiratori della Camera per interpretare i fenomeni macro-economici e le esigenze del tessuto produttivo;
- **sviluppo della professionalità dei dipendenti e valorizzazione del capitale umano**, condizioni e presupposti indispensabili a sostegno dell'azione camerale.

## 1.3 – IL DISEGNO STRATEGICO

La Camera, attraverso il proprio Consiglio e su proposta della Giunta, approva ogni anno la relazione previsionale e programmatica, nella quale vengono individuati gli obiettivi da raggiungere e le attività da realizzare.

La definizione dei programmi e delle strategie avviene tenendo conto sia della programmazione economica provinciale e regionale sia degli impegni che l'ente si è assunto nell'ambito delle iniziative di partenariato.

## **IL DISEGNO STRATEGICO DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI PERUGIA 2006-2007**

- ampliamento e miglioramento dei servizi alle imprese, attraverso ogni possibile integrazione con le associazioni di categoria, dando particolare impulso alla creazione di servizi incentrati su fattori ritenuti strategici per l'impresa (internazionalizzazione, innovazione, sostegno finanziario);
- sostegno e impulso alla crescita delle capacità competitive delle imprese locali, soprattutto piccole e medie, anche attraverso le politiche di rete e di qualificazione del territorio;
- promozione della funzione di osservatorio economico, attraverso il rafforzamento da un lato dei sistemi di rilevazione della Camera, e lo sviluppo dall'altro di sinergie con le principali indagini di livello regionale e nazionale;
- attivazione di progetti condivisi dal sistema camerale, anche attraverso il potenziamento della collaborazione con le Camere di Commercio Italiane all'Estero (CCIE);
- potenziamento delle attività di regolazione del mercato.

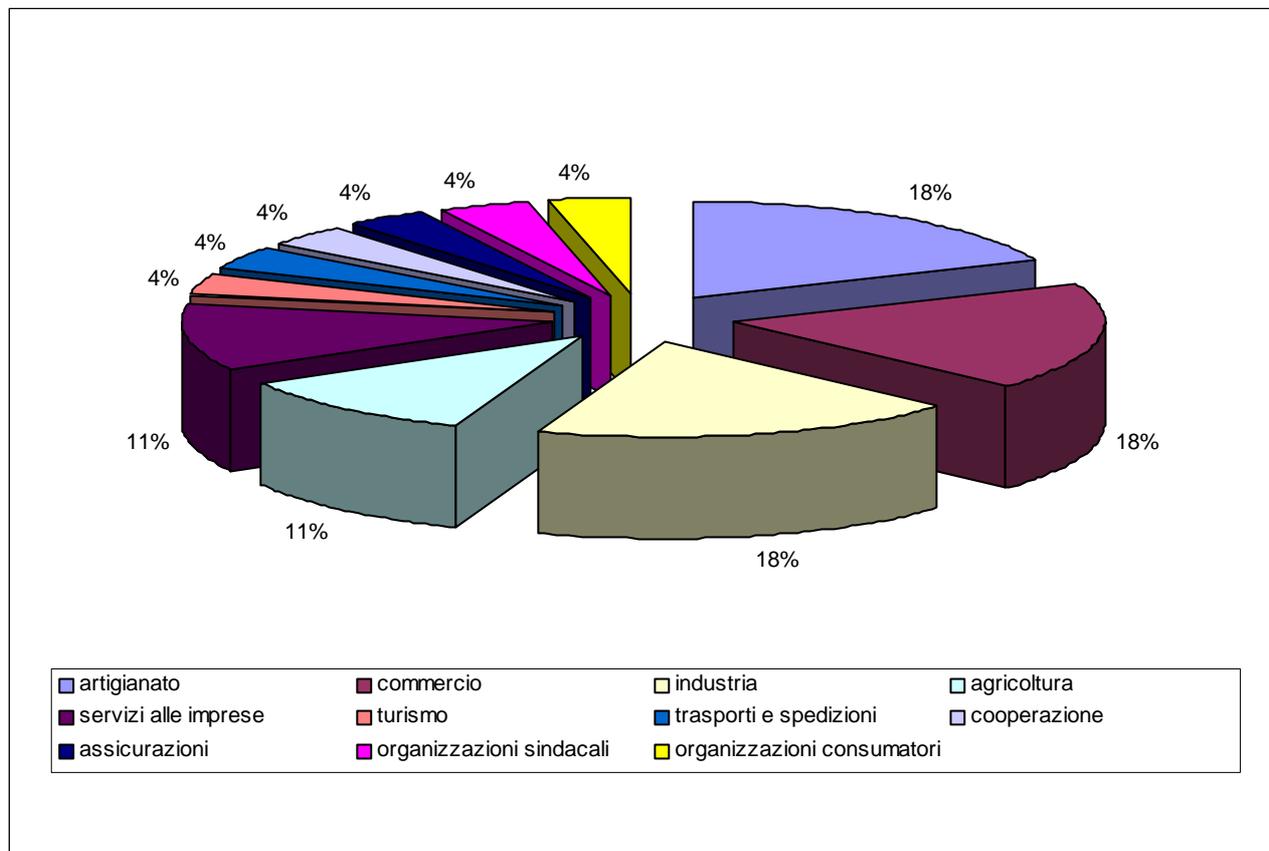
## 1.4 – L'ORDINAMENTO INTERNO

Il Consiglio camerale, la Giunta camerale, il Presidente e il Collegio dei revisori dei conti costituiscono gli organi statutari della Camera di Commercio di Perugia.

Il *Consiglio* determina gli indirizzi generali e approva il programma pluriennale di attività. Il numero dei suoi componenti viene determinato in base al numero delle imprese iscritte nel Registro delle Imprese e la composizione settoriale rispecchia le caratteristiche dell'economia provinciale. Attualmente è composto da 27 membri, 25 dei quali in rappresentanza delle associazioni di categoria imprenditoriali e 2 in rappresentanza rispettivamente delle organizzazioni sindacali e delle associazioni di tutela degli interessi dei consumatori.

Il Consiglio camerale (al 31.12.2007)		
Componenti	Ente di provenienza	Settore
Alviero Moretti (Presidente)	Confartigianato	Artigianato
Aldo Amoni	Confcommercio	Commercio
Paolo Arcelli	CNA	Artigianato
Giovanni Bartolini	CNA	Artigianato
Giovanni Bianchini	Confartigianato	Artigianato
Mario Bravi	CGIL Umbria	Organizzazioni sindacali
Arnaldo Caprai	Assindustria	Industria
Giancarlo Cardinali	CNA	Trasporti e Spedizioni
Franco Colaiacovo	Confindustria Perugia	Industria
Giovanni Conti	Confcommercio	Commercio
Angelo Corsetti	Coldiretti	Agricoltura
Luisa Ferretti	Confindustria Perugia	Industria
Amedeo Fiorucci	Confesercenti	Commercio
Andrea Fora	Confcooperative	Servizi alle imprese
Aurelio Forcignanò	Confindustria Perugia	Industria
Antonio Giorgetti	Confcommercio	Commercio
Pietro Giunti	Confindustria Perugia	Industria
Rodolfo La Sala	Adiconsum	Organizzazioni Consumatori
Giorgio Mencaroni	Confcommercio	Turismo
Sergio Mercuri	Confcommercio	Commercio
Massimo Nocetti	Confartigianato	Artigianato
Alberto Pacifici	ABI	Assicurazioni
Remigio Palini	Lega Coop	Cooperazione
Luigi Quaglia	CNA	Servizi alle imprese
Carlo Claudio Sagrini	Unione provinciale agricoltori	Agricoltura
Marcello Serafini	Confindustria Perugia	Servizi alle imprese
Walter Trivellizzi	CIA	Agricoltura

## COMPOSIZIONE DEL CONSIGLIO CAMERALE PER SETTORI DI RAPPRESENTANZA



La *Giunta* è l'organo collegiale di autogoverno dell'ente, rimane in carica cinque anni, come il Consiglio.

Il *Presidente* guida la politica generale della Camera di Commercio e ne ha la rappresentanza legale, politica e istituzionale.

Gli attuali organi statutari sono stati rinnovati nel 2004 e scadranno nel 2009. La presidenza è retta da **Alviero Moretti**.

La Giunta camerale (al 31.12.2007)	
Presidente	Alviero Moretti
Vice-Presidente	Franco Colaiacovo
Componenti	Paolo Arcelli
	Arnaldo Caprai
	Aurelio Forcignanò
	Antonio Giorgetti
	Giorgio Mencaroni
	Remigio Palini
	Carlo Claudio Sagrini
	Walter Trivellizzi

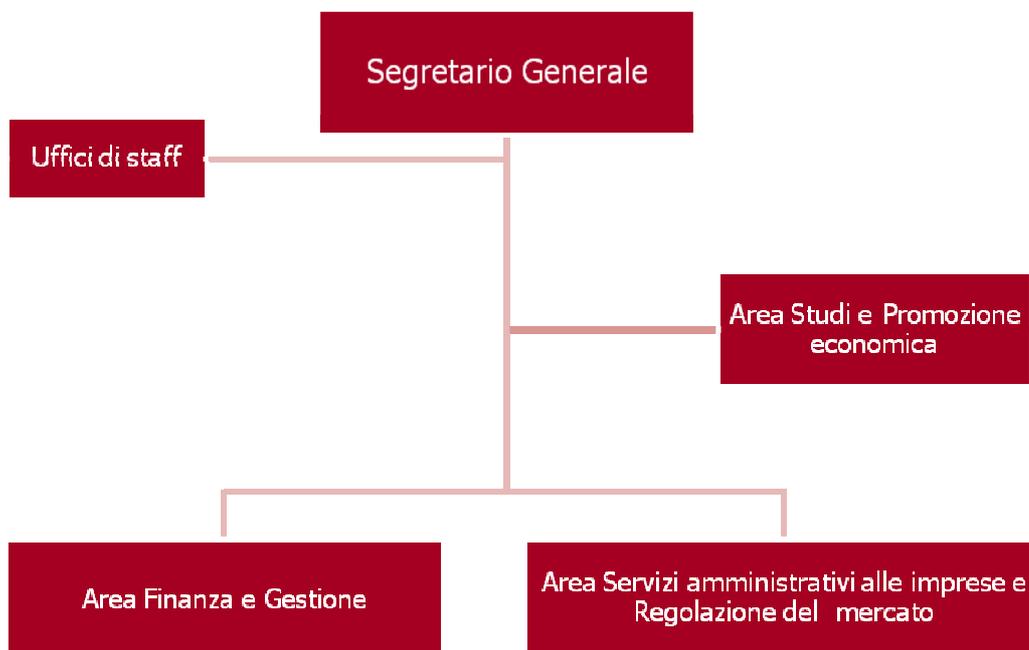
Il *Collegio dei revisori dei conti* è composto da tre membri effettivi e da due membri supplenti. Ha il compito di vigilare sulla regolarità finanziaria e contabile della gestione.

Il Collegio dei revisori dei conti (al 31.12.2007)	
Presidente	Francesco Maria Perrotta
Componenti effettivi	Rossana Mirabasso
	Lucio Secci
Componenti supplenti	Federico Federici
	Giuseppe Marinelli

Una figura di particolare rilevanza nella struttura camerale è il Segretario Generale, al quale competono le funzioni di vertice dell'amministrazione camerale: egli coordina l'attività dei dirigenti della Camera e sovrintende al personale ed alle sue attività, compiendo tutti gli atti di organizzazione e di gestione. Nel giugno 2007 è stato nominato Segretario Generale della Camera di Commercio il dott. **Andrea Sammarco**.

### La macro organizzazione della Camera di Commercio

L'organigramma della Camera di Commercio in vigore al 31 dicembre 2007 è articolato in 3 macro-aree organizzative, rispondenti alle principali attività dell'Ente, e la Segreteria Generale organizzata in unità di staff, con una dotazione dirigenziale complessiva di tre dirigenti, incluso il Segretario Generale



## 1.5 – IL SISTEMA DELLA CAMERA DI COMMERCIO

La Camera di Commercio ha una sede centrale a Perugia e una sede a Ponte San Giovanni, dove è stato costituito un polo camerale in grado di garantire l'erogazione di tutta la gamma dei servizi a cittadini e imprese.

Sul territorio provinciale la Camera è presente anche con **tre sportelli decentrati** nei Comuni di **Spoletto, Foligno e Città di Castello**; queste sedi offrono una parte rilevante dei servizi camerali, in particolare quelli anagrafici connessi con la tenuta del Registro delle Imprese e degli altri Albi.

Fanno parte del sistema camerale a livello territoriale: l'Azienda speciale Promocamera, il Centro di Formazione Imprenditoriale (CFI), il Consorzio Assonet, il Centro Estero dell'Umbria (CER) e l'Unione regionale delle Camere di Commercio dell'Umbria (Unioncamere Umbria).

### L'AZIENDA SPECIALE PROMOCAMERA

L'Azienda speciale Promocamera è stata istituita nel 1992 per supportare la Camera nella progettazione e gestione di interventi finalizzati allo sviluppo economico locale, anche attraverso la realizzazione di indagini, studi e analisi di settore.

Le funzioni svolte da Promocamera riguardano in particolare:

- la promozione economica, anche attraverso l'organizzazione e la partecipazione a eventi quali mostre, fiere e seminari in Italia e all'estero;
- l'attività di consulenza e assistenza in materia di distribuzione commerciale;
- la gestione di banche dati e osservatori;
- la gestione del Centro Congressi e di altre infrastrutture logistiche della Camera di Commercio;
- la gestione di attività di primo orientamento per l'imprenditorialità (imprenditoria giovanile, femminile);
- la gestione di strutture erogatrici di servizi per le imprese, quali la Borsa Merci Telematica, la Borsa Telematica del Recupero, lo Sportello Responsabilità sociale (CSR) e l'Info Point sulla certificazione etica.

### CENTRO DI FORMAZIONE IMPRENDITORIALE

Il Centro di Formazione Imprenditoriale è nato nel 1992 su iniziativa della Camera di Commercio di Perugia, della Regione Umbria, dell'Università degli Studi di Perugia e di Confindustria Perugia. Sono entrate successivamente a far parte della compagine dei soci anche la Camera di Commercio di Terni, la Provincia di Perugia, l'Università per Stranieri di Perugia e varie associazioni di categoria regionali.

Il Centro opera per la valorizzazione del tessuto imprenditoriale locale, per la crescita professionale dei giovani laureati e per lo sviluppo di una cultura manageriale nelle piccole e medie imprese.

Per il raggiungimento di questi obiettivi, il Centro organizza progetti:

- di formazione per dipendenti o aziende pubbliche;
- di formazione e consulenza per lo sviluppo dell'imprenditorialità;
- di sostegno e assistenza alle agenzie formative imprenditoriali.

Il Centro è associato all'ASFOR, Associazione per la formazione alla Direzione Aziendale.

## **CENTRO ESTERO DELLE CAMERE DI COMMERCIO DELL'UMBRIA**

Istituito nel 1969 fra le Camere di Commercio di Perugia e Terni, ha oggi sede legale a Perugia e uffici operativi a Perugia e Terni. Il Centro Estero delle Camere di Commercio dell'Umbria (CER) ha lo scopo di favorire l'internazionalizzazione delle imprese e dell'economia regionale, e in particolare:

- agevola e promuove la crescita di una cultura economica di sostegno alle imprese che operano sui mercati internazionali;
- favorisce, organizza e sostiene sia progetti di ricerca di collaborazioni industriali o commerciali cofinanziate dall'UE, sia iniziative promozionali e manifestazioni promosse dall'Istituto per il Commercio Estero (ICE), da Mondimpresa e da enti nazionali patrocinati dal Governo, d'intesa con le associazioni imprenditoriali della regione ed in collaborazione con i consorzi export ed altri organismi di emanazione pubblica e/o privata;
- promuove e favorisce contatti tra operatori esteri e imprese umbre, anche attraverso la partecipazione a progetti di partenariato;
- sviluppa la collaborazione e promuove il partenariato istituzionale con organi ed enti dello Stato e con il sistema nazionale ed estero delle Camere di Commercio, col sistema bancario, con le organizzazioni finanziarie che rappresentano possibili partner per l'attività di internazionalizzazione delle PMI.

Può inoltre svolgere, per le materie di propria competenza, deleghe ed incarichi per conto delle amministrazioni dello Stato, della Regione, degli Enti locali e di altri enti o organizzazioni pubbliche e private.

In rappresentanza del sistema camerale partecipa agli organismi pubblici di coordinamento delle attività di promozione all'estero e di internazionalizzazione delle imprese umbre.

## **CONSORZIO ASSONET**

La Camera di Commercio di Perugia nel 1998 ha deliberato la propria partecipazione alla costituzione di un Consorzio per la realizzazione e gestione di un centro servizi per l'accesso alla rete Internet ed in particolare per favorire la diffusione dei servizi camerale alle imprese della provincia.

E' nato così il Consorzio Assonet, sotto forma di società cooperativa consortile, che vede tra i soci fondatori anche la Confcommercio di Perugia e le società: Progetto impresa S.r.l., Artigianumbria S.r.l. Servizi reali artigianato e piccola media impresa, e Nova S.r.l.

Attualmente la Camera è impegnata nel rilancio dell'attività della società sul territorio, anche grazie alla rete di 42 postazioni dislocate su tutto il territorio della provincia di Perugia, grazie alle quali le imprese possono accedere direttamente ad alcuni servizi della Camera di Commercio quali il rilascio di dispositivi di firma digitale, l'elaborazione e l'invio telematico delle pratiche, il rilascio di certificati e visure.

## **UNIONE REGIONALE DELLE CAMERE DI COMMERCIO DELL'UMBRIA**

L'Unione regionale delle Camere di Commercio dell'Umbria rappresenta, con un ampio programma di attività, iniziative, servizi, il rapporto profondo che lega la regione alle sue Camere.

L'insieme delle attività di Unioncamere Umbria è costantemente arricchito dalla realizzazione di indagini dedicate ad approfondire la conoscenza del sistema socio-economico umbro: in questo ambito, l'Unione regionale è attiva da tempo quale punto di riferimento e partner privilegiato per gli organi di governo dell'economia, il sistema delle Camere di Commercio, la Regione dell'Umbria, le associazioni di categoria e le imprese, gli enti di ricerca e gli organi di informazione specializzati.

L'Unione realizza inoltre iniziative finalizzate a rafforzare l'impegno del sistema camerale umbro a beneficio del sistema delle imprese nei settori in cui più modesto si profila l'intervento diretto delle Camere di Commercio.

siamo di fronte ad investimenti realizzati in società in grado di fornire servizi direttamente all'Ente o a vantaggio delle imprese, nel rispetto dei fini istituzionali e coerenti con le politiche e le strategie dell'Ente.

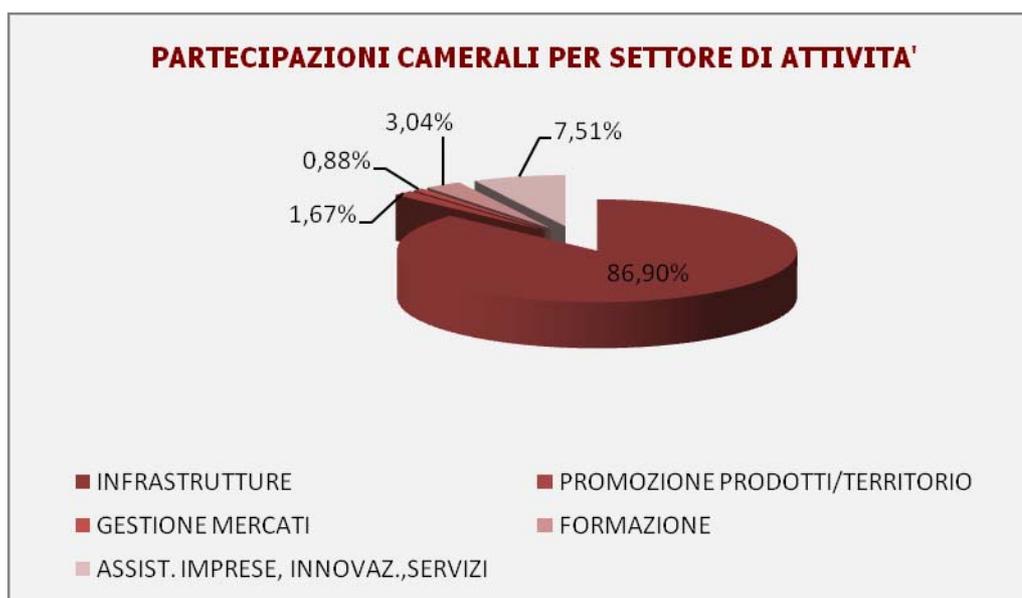
La Camera di Commercio inoltre ogni anno contribuisce, attraverso il versamento di quote associative, al funzionamento di fondazioni, associazioni e altri organismi che operano prevalentemente sul territorio della provincia di Perugia.

### **Società partecipate**

La Camera di Commercio detiene quote e azioni in 19 società caratterizzate dalla presenza nella compagine societaria di altri Enti locali operanti sul territorio o di altre Camere di Commercio. Molte di queste partecipazioni rientrano nell'ambito delle società che costituiscono rete camerale e che svolgono attività di supporto alle attività istituzionali delle Camere di Commercio. Altre partecipazioni sono di minoranza e a volte con funzione esclusivamente rappresentativa.

I settori di intervento sono stati raggruppati come segue: infrastrutture, promozione prodotti e territorio, gestione mercati, formazione, assistenza alle imprese-innovazione-servizi.

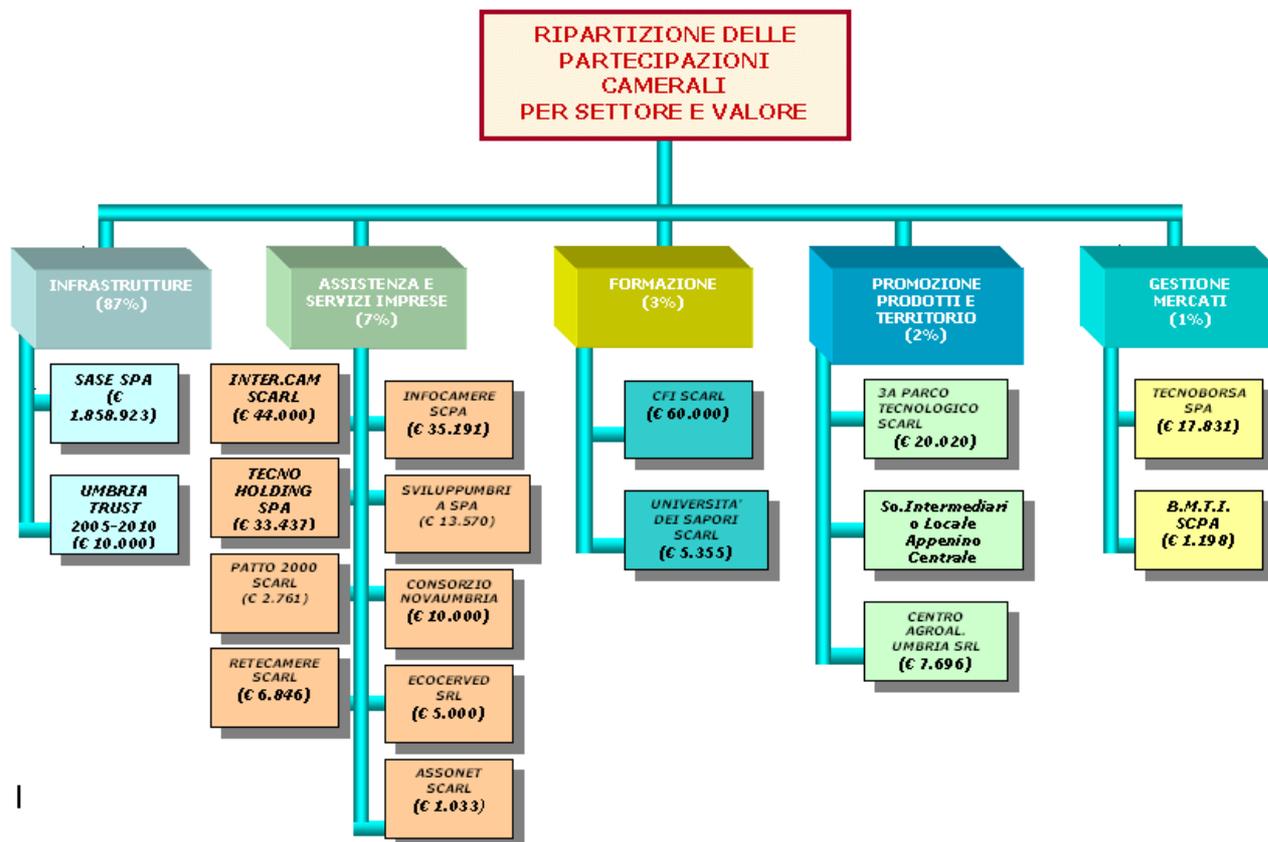
Gli investimenti, in termini di valore della partecipazione, si concentrano nel settore **Infrastrutture** (86,90%). A seguire i settori **Assistenza alle imprese-Innovazione-Servizi** (7,51%), **Formazione** (3,04%), **Promozione prodotti e territorio** (1,67%), **Gestione mercati** (0,88%).



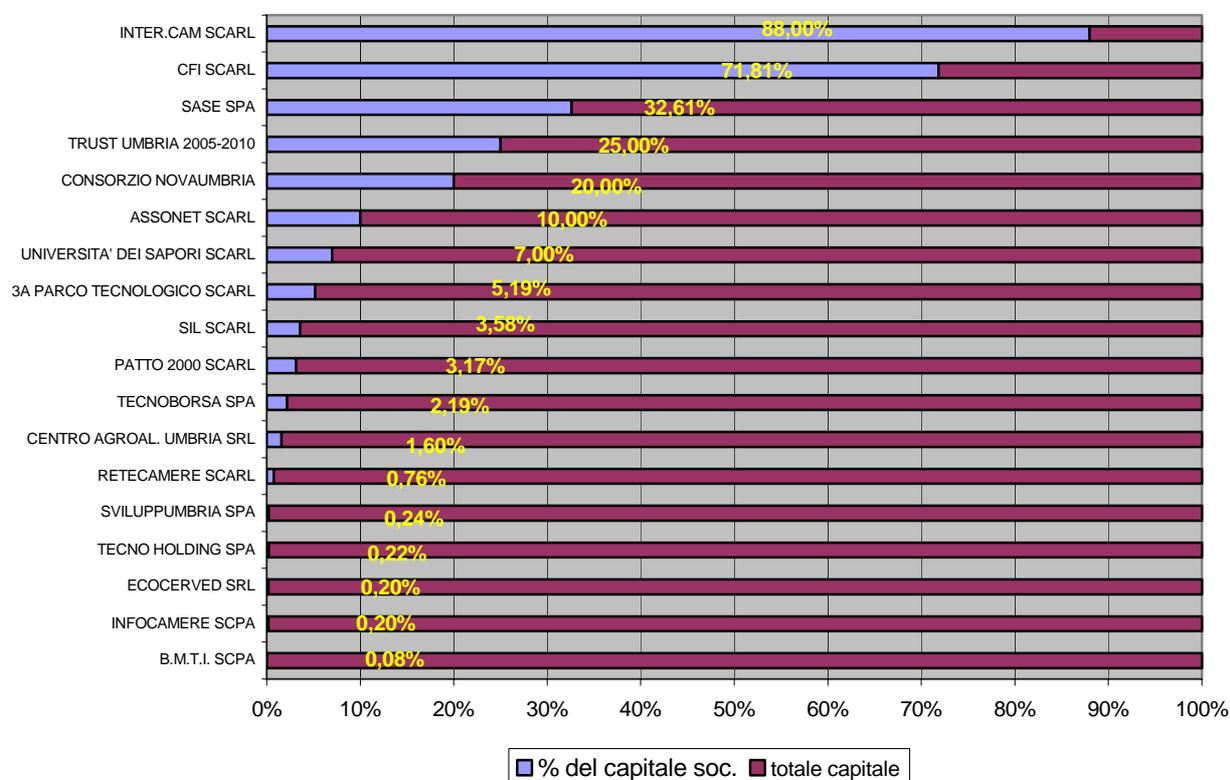
Nell'ambito del settore **Infrastrutture**, il 99% è rappresentato dall'investimento nella società **SASE SPA Società per la Gestione dell'Aeroporto di S. Egidio** della quale la Camera di Commercio è il principale azionista con una partecipazione pari a circa il 33% del capitale sociale con un investimento pari a circa 2 milioni di euro.

La gestione della società è piuttosto complessa e negli ultimi anni sono state registrate delle perdite consistenti alle quali si è fatto fronte con riduzioni del capitale sociale e successive ricapitalizzazioni. Risulta pertanto che il valore contabile della partecipazione è notevolmente ridotto rispetto al valore nominale della stessa (-64% rispetto al patrimonio netto risultante

dall'ultimo bilancio) e l'andamento per i prossimi tre anni sembra confermare una situazione di perdite seppur in diminuzione e con l'obiettivo del pareggio di bilancio nel termine medio-lungo.



### Partecipazioni camerali: % quota sul capitale sociale



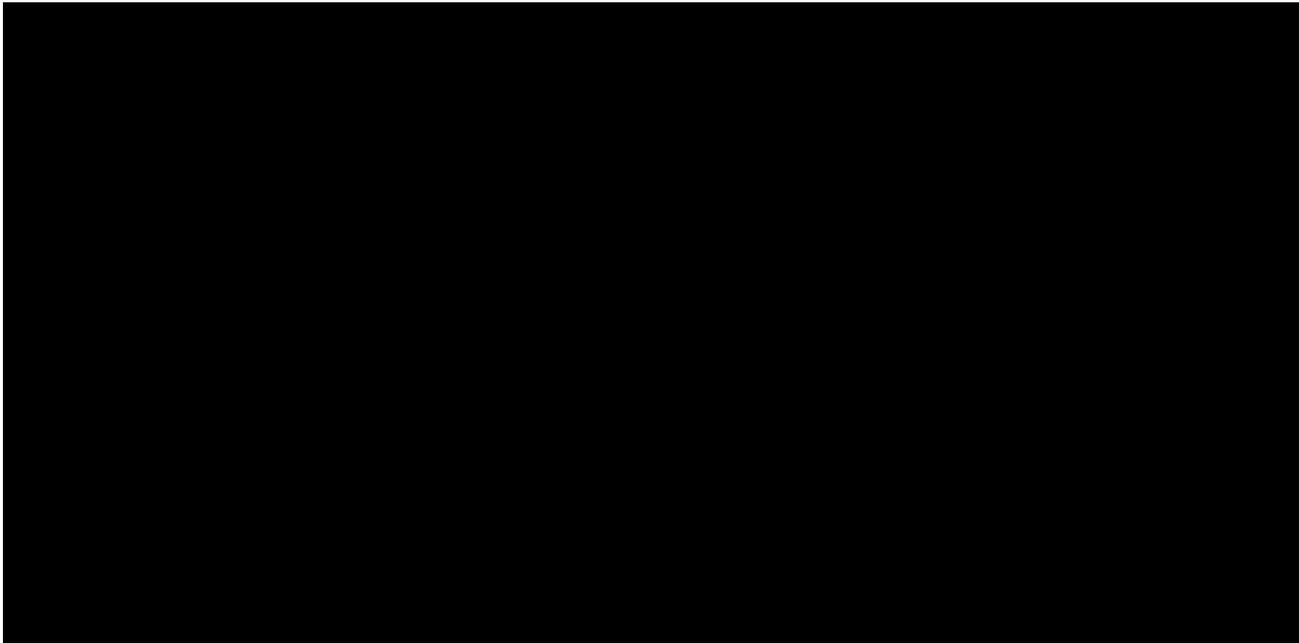
### Quote associative

La Camera di Commercio è anche presente in associazioni, fondazioni e altri organismi locali o nazionali operanti in settori diversificati.

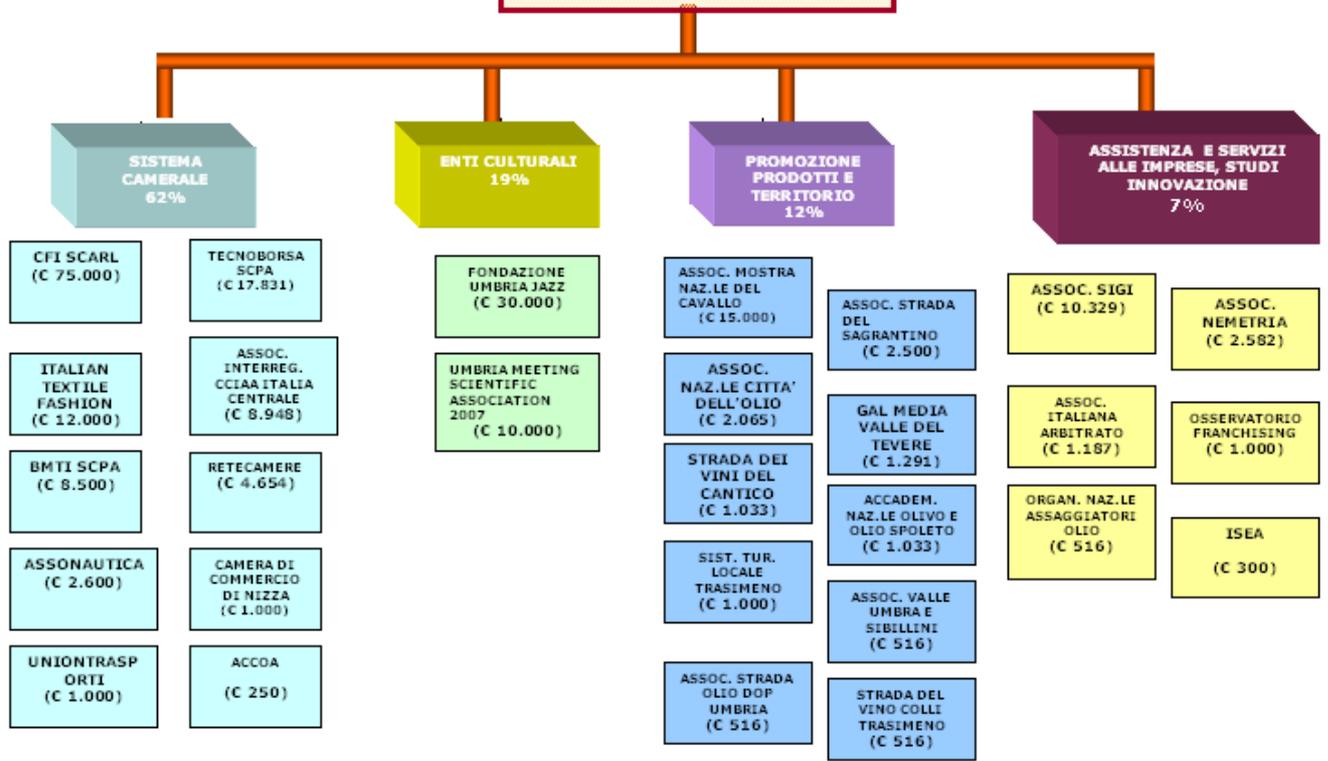
Le quote associative che la Camera di Commercio versa ogni anno sono imputate nel bilancio dell'Ente tra le spese di funzionamento e sono così suddivise:

- **quote obbligatorie:** quali il contributo ordinario Unioncamere, il contributo al Centro Regionale Commercio Estero e la quota associativa Unione Regionale Umbria per un totale liquidato nell'anno 2007 pari a circa € 1.250.000;
- **quote non obbligatorie:** versate a soggetti appartenenti al sistema camerale e ad altri organismi operanti a livello nazionale o locale per un totale liquidato nel 2007 di circa € 230.000.

Ai fini del Bilancio sociale sono state prese in considerazione esclusivamente le quote associative non obbligatorie. Dal grafico sottostante si evince che il sistema camerale assorbe gran parte delle quote associative versate annualmente dalla Camera di Commercio con il 62% del totale. A seguire il settore Enti culturali (19%), Promozione Prodotti e Territorio (12%) ed infine il settore Assistenza e servizi alle imprese, studi innovazione (7%).



**RIPARTIZIONE DELLE QUOTE ASSOCIATIVE PER SETTORE E VALORE**



## 1.6 – IL CONTESTO SOCIO-ECONOMICO

La provincia di Perugia presenta una popolazione di oltre 645.000 abitanti su una superficie di 6.334 kmq, con una densità abitativa (102 abitanti per kmq) che è poco più della metà di quella nazionale, soprattutto a causa delle caratteristiche morfologiche del territorio.

La provincia conta 59 comuni: Assisi, Bastia, Città di Castello, Foligno, Gubbio, Perugia e Spoleto sono i centri con più di 20.000 abitanti e la quota di popolazione che vi risiede (grado di urbanizzazione) è pari al 58% del totale provincia.

Principali dati demografici			
Indicatori	Provincia di Perugia	Umbria	Italia
Popolazione residente	645.000	872.967	59.131.287
Superficie (Kmq)	6.334	8.456	301.328
Densità (ab./Kmq)	102	103	196
N. Comuni (totali)	59	92	8.101
Grado di urbanizzazione (%)	58,2	60,3	52,8

FONTE: ISTITUTO G. TAGLIACARNE, ATLANTE DELLA COMPETITIVITÀ, 2007.

In provincia di Perugia si producono quasi i tre quarti del Valore aggiunto regionale (75,9% nel 2006); il terziario ha contribuito in misura prevalente alla formazione del Valore aggiunto perugino (69,8%), analogamente a quanto avviene per l'economia nazionale (71,4%). Il Valore aggiunto pro capite supera i 24.000 euro annui e si attesta al di sotto della media italiana. Gli indicatori fondamentali del mercato del lavoro presentano un quadro positivo rispetto alla situazione nazionale, con un tasso di occupazione del 64,3% e un tasso di disoccupazione pari al 5,2%.

Dati sul valore aggiunto (2004)				
Indicatori	Anno	Provincia di Perugia	Umbria	Italia
Valore aggiunto totale (MLN di euro)	2006	13.906	18.321	1.316.586
- di cui Primario (%)	2006	2,3	2,2	2,1
- di cui Secondario (%)	2006	27,9	27,7	26,6
- di cui Terziario (%)	2006	69,8	70,1	71,4
Valore aggiunto pro capite (euro)	2007	25.181,93	24.592,22	25.861,77
Occupati totali	2006	268.853	354.811	22.988.216
Tasso di occupazione 15-64 anni (%)	2006	64,3	62,9	58,4
Tasso di disoccupazione 15-64 (%)	2006	5,2	5,1	6,8

FONTE: VI GIORNATA DELL'ECONOMIA (CAMERA DI COMMERCIO DI PERUGIA) - ATLANTE DELLA COMPETITIVITÀ DELLE PROVINCE (ISTITUTO G. TAGLIACARNE) .

La dotazione infrastrutturale della provincia è piuttosto carente, anche a causa delle peculiarità del territorio.

Gli indicatori relativi alle varie tipologie di infrastrutture presentano un valore inferiore a 100 (convenzionalmente assegnato alla media nazionale), mettendo in evidenza carenze strutturali nei vari settori considerati.

L'indice di dotazione della rete ferroviaria è l'unica eccezione, con un valore pari a 173,6, che pone la provincia al quinto posto nazionale.

Indicatori di dotazione infrastrutturale della provincia (2007)			
Indicatori	Provincia di Perugia	Umbria	Italia
Dotazione della rete stradale	59,5	82,3	100,0
Dotazione della rete ferroviaria	173,6	187,7	100,0
Dotazione dei porti (e bacini di utenza)	0,0	0,0	100,0
Dotazione degli aeroporti (e bacini di utenza)	70,0	52,4	100,0
Dotazione di impianti e reti energetico-ambientali	79,6	83,2	100,0
Dotazione delle strutture e reti per la telefonia e la telematica	67,6	68,2	100,0
Dotazione delle reti bancarie e servizi vari	77,8	75,4	100,0
<b>Indice generale delle infrastrutture economiche</b>	<b>88,0</b>	<b>91,5</b>	<b>100,0</b>

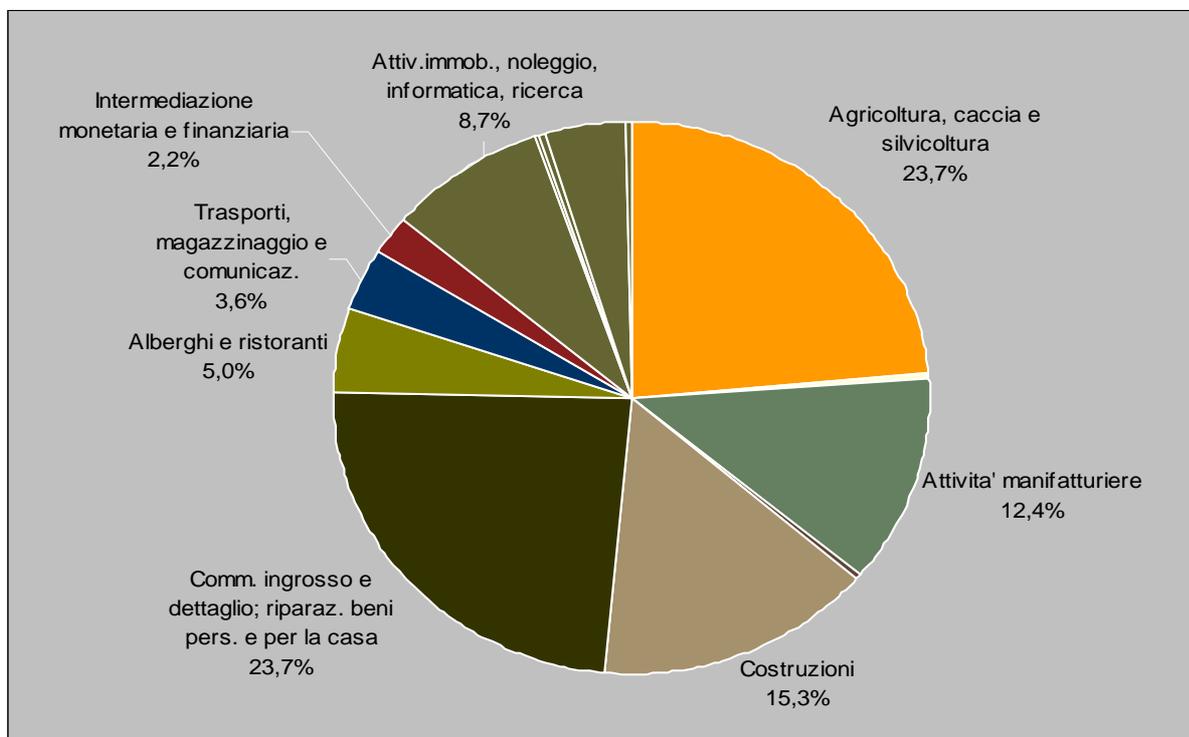
FONTE: VI GIORNATA DELL'ECONOMIA (CAMERA DI COMMERCIO DI PERUGIA)

Le imprese registrate in provincia nel 2007 ammontano a 72.988 unità, delle quali 63.706 sono quelle attive, concentrate principalmente nei settori del commercio, dell'agricoltura e delle costruzioni.

Distribuzione delle imprese della provincia per settore di attività (2007)				
Settore di attività	Imprese attive		Imprese registrate	
	N.	%	N.	%
Agricoltura, caccia e silvicoltura	15.109	23,7	15.240	20,9
Pesca, piscicoltura e servizi connessi	13	0,0	15	0,0
Estrazione di minerali	65	0,1	71	0,1
Attività manifatturiere	7.869	12,4	9.021	12,4
Produzione e distribuzione energia elettrica, gas e acqua	38	0,1	39	0,1
Costruzioni	9.728	15,3	10.426	14,3
Commercio ingrosso e dettaglio; riparazione beni personali e per la casa	15.119	23,7	16.388	22,5
Alberghi e ristoranti	3.161	5,0	3.583	4,9
Trasporti, magazzinaggio e comunicazione	2.273	3,6	2.425	3,3
Intermediazione monetaria e finanziaria	1.414	2,2	1.465	2,0
Attività immobiliare, noleggio, informatica, ricerca	5.553	8,7	6.106	8,4
Istruzione	224	0,4	245	0,3
Sanità e altri servizi sociali	211	0,3	227	0,3
Altri servizi pubblici, sociali e personali	2.666	4,2	2.804	3,8
Altre non classificate	263	0,4	4.933	6,8
<b>TOTALE</b>	<b>63.706</b>	<b>100,0</b>	<b>72.988</b>	<b>100,0</b>

FONTE: MOVIMPRESE (INFOCAMERE).

## DISTRIBUZIONE DELLE IMPRESE ATTIVE DELLA PROVINCIA SUDDIVISE PER SETTORE DI ATTIVITÀ (2007)



Le ditte individuali continuano ad essere la forma giuridica più diffusa: con 41.487 unità nel 2007 rappresentano il 56,8% delle imprese provinciali, un dato che conferma la larga diffusione di piccole e piccolissime realtà imprenditoriali nel territorio. Nell'ultimo decennio il loro peso percentuale, tuttavia, si è progressivamente ridotto, passando dal 62,8% del 1998 al 56,8% del 2007, a favore dell'incremento delle società di capitale.

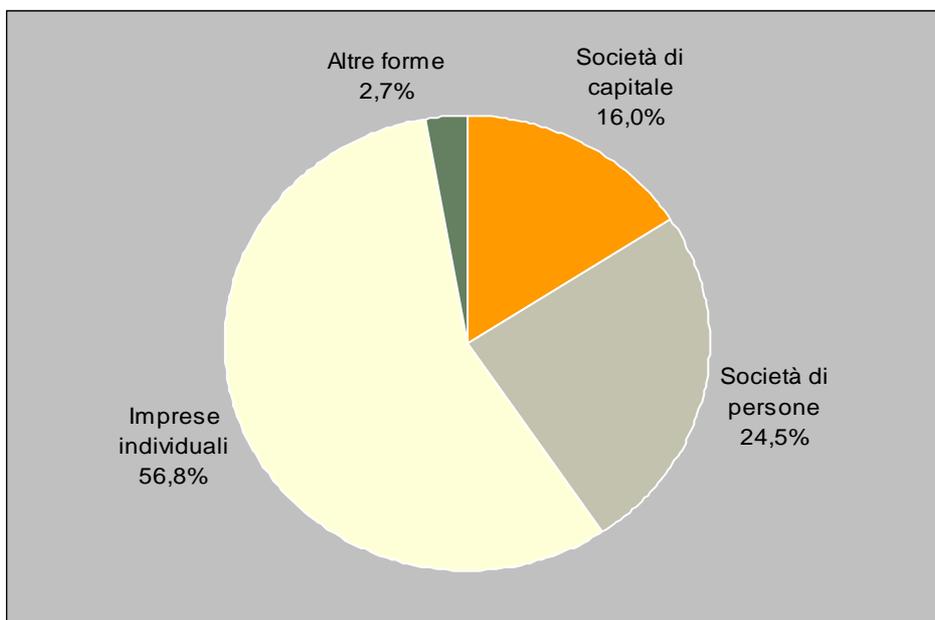
Continua la tendenza di lungo periodo, che ormai può essere considerata strutturale, all'aumento, sia in valore assoluto, sia in valore relativo, delle forme giuridiche più complesse: le società di capitale. Esse sono quasi raddoppiate in un decennio, passando da 6.930 imprese nel 1998 al 11.654 imprese nel 2007. Il loro peso percentuale ha registrato un incremento complessivo di oltre cinque punti percentuali, passando dal 10,6% del 1998 al 16% del 2007, pur rimanendo ancora al di sotto del valore nazionale.

### Distribuzione delle imprese registrate per forma giuridica (2007)

Forma giuridica	Provincia di Perugia		Umbria		Italia	
	N.	%	N.	%	N.	%
Società di capitale	11.654	16,0	15.457	16,3	1.231.270	20,1
Società di persone	17.863	24,5	22.542	23,8	1.224.989	20,0
Imprese individuali	41.487	56,8	54.205	57,2	3.464.920	56,6
Altre forme	1.984	2,7	2.636	2,8	202.093	3,3
<b>TOTALE</b>	<b>72.988</b>	<b>100,0</b>	<b>94.840</b>	<b>100,0</b>	<b>6.123.272</b>	<b>100,0</b>

FONTE: MOVIMPRESE (INFOCAMERE).

### COMPOSIZIONE DELLE IMPRESE ATTIVE PER NATURA GIURIDICA DELLA PROVINCIA DI PERUGIA (2007)



In provincia di Perugia il valore delle esportazioni nel 2007 è stato di 1,9 miliardi di euro, con un incremento del 17,2% rispetto al 2006, la variazione più elevata registrata nell'ultimo decennio, superiore 12 punti percentuali rispetto al +5,2% dello scorso anno. L'aumento delle esportazioni è ancora più positivo se visto alla luce delle variazioni registrate negli altri ambiti territoriali d'interesse, in particolare rispetto al +8% nazionale e al +7,3% del Centro.

Il tasso di copertura, dato dal rapporto percentuale tra le esportazioni e le importazioni, è passato da 137 del 2006 a 150 del 2007, risultando superiore al tasso nazionale (pari a 97) e a quello delle regioni del Centro (pari a 94). Esso evidenzia la presenza di una bilancia commerciale in attivo, con le esportazioni che superano le importazioni del 50%. Il 47,6% delle esportazioni ha interessato il settore metalmeccanico, il cui peso è inferiore al dato nazionale (52,8%) ma si è accentuato rispetto al 2006 (44,8%). Il 18,9% delle esportazioni riguarda il sistema moda; la quota provinciale risulta superiore al dato nazionale (11,7%), nonostante si sia ridotta rispetto allo scorso anno (20,5%). L'alimentare rappresenta l'11,5% delle

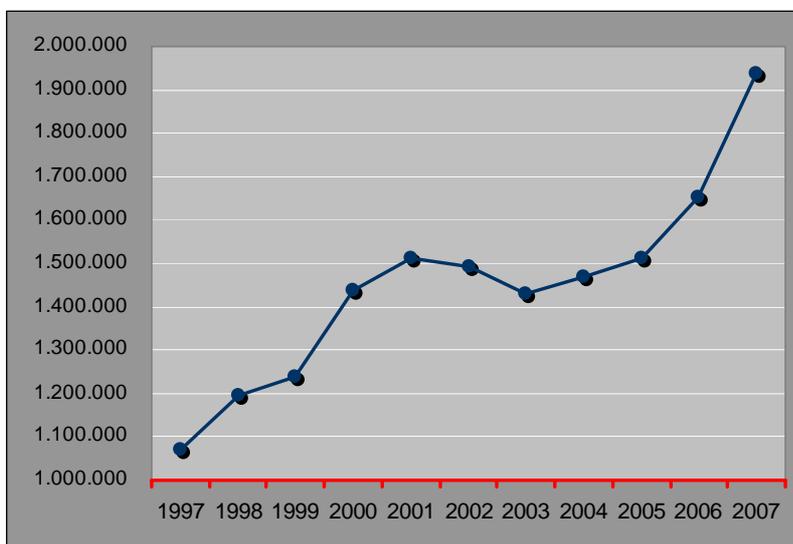
esportazioni provinciali e risulta decisamente superiore rispetto alla quota nazionale, pari al 5,3%, anche se il peso si è ridotto rispetto al 12,9% del 2006.

Per quanto riguarda l'analisi per Paesi di destinazione, il principale mercato di riferimento delle imprese perugine è l'Europa, per effetto della maggiore vicinanza fisica e culturale, per i rapporti costruiti negli anni, per l'eliminazione delle barriere doganali e per la propensione delle imprese a posizionare i propri prodotti nelle fasce alte di mercato, dove sono presenti stili di vita e modelli di consumo simili a quelli italiani. Il 53,8% delle esportazioni è destinato ai paesi dell'Unione Europea a 15, il loro peso è aumentato rispetto allo scorso anno (51,8%) e risulta superiore alla quota nazionale (51,2%). Il 18,8% è rappresentato dagli altri Paesi europei (appartenenti o non all'Unione Europea) il cui peso si è ridotto rispetto al 2006 e risulta inferiore alla quota nazionale (20,1%). Il 13% è il valore delle esportazioni relativo all'America Settentrionale, dato che, nonostante la riduzione rispetto al 14,5% dello scorso anno, si pone al di sopra della quota nazionale (7,6%).

Principali indicatori relativi al commercio estero (2006)			
Indicatori	Provincia di Perugia	Umbria	Italia
Grado di apertura dell'economia	20,8	32,9	51,3
Propensione all'esportazione	12	17,6	24,8
Grado di copertura (Export/Import)	1,36	1,15	0,94

FONTE: ATLANTE DELLA COMPETITIVITÀ DELLE PROVINCE (ISTITUTO G. TAGLIACARNE) .

## TREND DELLE ESPORTAZIONI 1997-2007



Export provinciale per categorie merceologiche (2007)		
Settore	Migliaia di Euro	%
agricoltura e pesca	85.083,52	4,4
alimentare	222.888,54	11,5
sistema moda	366.845,50	18,9
legno/carta	71.696,83	3,7
chimica gomma	130.035,17	6,7
metalmeccanico	923.594,62	47,6
altro industria	138.473,68	7,1
<b>TOTALE</b>	<b>1.938.617,86</b>	<b>100,0</b>

FONTE: VI GIORNATA DELL'ECONOMIA (CAMERA DI COMMERCIO DI PERUGIA) SU DATI ISTAT.

Mercati di sbocco: macro-aree		
Macro-area	Migl. di Euro	% sull'Export totale
UE a 15 paesi	1.043.228,70	53,8
paesi entrati in UE nel 2004	88.461,33	4,6
paesi entrati in UE nel 2007	73.891,76	3,8
Altri Paesi europei	201.655,89	10,4
Africa	80.078,56	4,1
America settentrionale	251.863,99	13,0
America centrale e meridionale	39.198,28	2,0
Medio Oriente	33.954,34	1,8
Asia escluso Medio Oriente	98.210,95	5,1
Oceania e altro	28.074,05	1,4
<b>TOTALE</b>	<b>1.938.617,86</b>	<b>100,0</b>

FONTE: VI GIORNATA DELL'ECONOMIA (CAMERA DI COMMERCIO DI PERUGIA) SU DATI ISTAT.

Mercati di sbocco: primi 10 Paesi per valore dell'export			
Paese	Migliaia di Euro	% sull'Export totale	Var. % sull'esercizio precedente
Francia	224.924,12	11,6	21,5
Stati Uniti	220.554,19	11,4	3,7
Germania	210.557,91	10,9	13,3
Regno Unito	157.823,89	8,1	22,6
Spagna	140.124,59	7,2	17,6
Belgio	98.188,66	5,1	39,8
Paesi Bassi	80.412,72	4,1	27,2
Romania	60.534,71	3,1	16,2
Svizzera	55.351,11	2,9	0,8
Russia	52.332,09	2,7	18,2

FONTE: VI GIORNATA DELL'ECONOMIA (CAMERA DI COMMERCIO DI PERUGIA) SU DATI ISTAT.

## 1.7 – L'IDENTIFICAZIONE DEGLI STAKEHOLDER

Il Bilancio sociale serve a rispondere alle esigenze conoscitive dei diversi **portatori di interesse** (*stakeholder*) – imprese, associazioni, istituzioni, altri soggetti – e ha l'obiettivo di favorire la comprensione e la valutazione degli effetti dell'azione amministrativa. Contribuisce, quindi, a “rendere conto” in maniera chiara e fruibile del proprio operato ai soggetti con i quali l'Ente interagisce.

Con questa seconda edizione del Bilancio sociale, la cui sperimentazione è stata avviata con la presentazione, nel 2006, del 1° Bilancio sociale per gli anni 2004-2005, la Camera sta consolidando una nuova modalità di rendicontazione con l'intento di fornire informazioni che vadano oltre il puro dato economico e servano ad evidenziare i risultati concreti conseguiti nel periodo di riferimento.

Gli *stakeholder* rilevanti ai fini della rendicontazione sociale sono stati così classificati:

- **il sistema economico-produttivo**
- **il sistema delle relazioni istituzionali**
- **il sistema sociale**
- **gli stakeholder interni**

Vediamo di seguito come sono composti questi gruppi di stakeholder:

### **Sistema economico-produttivo:**

- le **imprese**, destinatarie dirette di servizi e attività camerali;
- le **associazioni di categoria**, soggetti rappresentativi delle imprese stesse e interlocutore strategico dell'Ente;
- gli **utenti/clienti** ovvero coloro che, a vario titolo, usufruiscono dei servizi camerali pur non essendo imprenditori (in primo luogo gli studi professionali ma anche gli studenti e tutti quei soggetti che si rivolgono alla Camera per ottenere informazioni e servizi);
- i **consumatori** in quanto destinatari di nuovi servizi e funzioni assunti dalla Camera in materia di Regolazione del mercato (conciliazione fra imprese e consumatori, prezzi, controllo clausole vessatorie nei contratti);
- il **mondo del lavoro** e il **sistema scolastico-formativo**, interessati direttamente all'azione camerale per le ricadute delle attività di formazione erogate dalla Camera e dagli organismi ad essa collegati, e indirettamente per i benefici indotti dall'azione di promozione del sistema socio-economico in generale.

### **Sistema delle relazioni istituzionali**

- il **sistema camerale** di cui la Camera è parte;
- gli **attori istituzionali** con i quali la Camera interagisce e coopera.

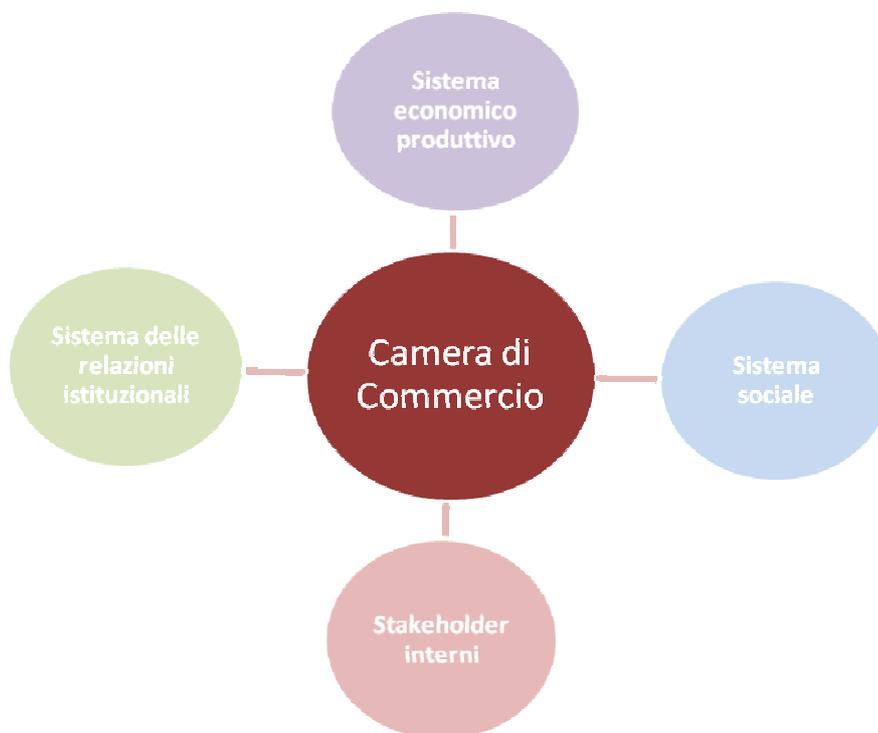
## Sistema sociale

- **organismi non profit** e altri soggetti, come le **Fondazioni a scopo etico-sociale**, e più in generale il cosiddetto "terzo settore", considerato anch'esso una delle leve fondamentali di sviluppo per il territorio.

## Stakeholder interni

- il personale e gli amministratori, che contribuiscono alla realizzazione delle attività e all'erogazione dei servizi e che sono al tempo stesso destinatari dalle politiche di gestione e di valorizzazione che l'Ente adotta nei loro confronti.

## GLI STAKEHOLDER DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI PERUGIA



## 2 – LA RELAZIONE SOCIALE: I RISULTATI 2006-2007

### 2.1 - I SERVIZI AMMINISTRATIVI

I servizi amministrativi riguardano la tenuta del Registro delle Imprese, dell'Albo delle Imprese Artigiane, di altri Albi, Ruoli ed Elenchi, nonché le competenze anagrafico-certificative in materia di ambiente, commercio estero e agroalimentare.

Per migliorare l'offerta di servizi alle imprese e agli altri utenti, è stato avviato un vasto processo di informatizzazione, che consente oggi di accedere per via telematica a molti servizi camerali.

La Camera è impegnata da tempo anche nel decentramento dei propri servizi sul territorio; questo processo ha trovato attuazione con la creazione di una sede decentrata a Ponte S. Giovanni e col potenziamento dei servizi erogati presso gli sportelli decentrati di Foligno, Città di Castello e Spoleto, ma anche con la creazione della rete **Assonet**, che conta oggi 42 terminali per le imprese, dislocati in vari Comuni della provincia, grazie ai quali gli utenti possono accedere direttamente ad alcuni servizi della Camera di Commercio quali il rilascio di dispositivi di firma digitale, l'elaborazione e l'invio telematico delle pratiche, il rilascio di certificati e visure.

#### Il Registro delle Imprese

Il **Registro delle Imprese** rappresenta l'anagrafe economica pubblica del sistema delle imprese, in cui sono iscritti i principali dati sulla vita dell'impresa (costituzione, modifica, cessazione); è grazie al Registro delle Imprese che le Camere di Commercio costituiscono la fonte ufficiale di conoscenza del tessuto imprenditoriale.

La funzione di informazione economica del Registro delle Imprese è completata dal Repertorio Economico-Amministrativo (REA), che riporta ulteriori notizie integrative sulle imprese, non previste all'atto della loro iscrizione nel Registro (come l'attività economica svolta, le unità locali, il numero degli addetti). Il REA contiene, inoltre, informazioni sui soggetti non tenuti all'iscrizione nel Registro delle Imprese che svolgono comunque un'attività economica (come le associazioni, le fondazioni, etc.).

Le imprese e gli utenti si rivolgono all'ufficio del Registro Imprese per:

- provvedere a tutti gli atti per i quali sia previsto il deposito, l'iscrizione o l'annotazione, compreso il deposito dei bilanci societari;
- ottenere il rilascio di copie degli atti depositati e dei bilanci;
- richiedere certificati, visure, elenchi delle imprese, certificati antimafia;
- provvedere alla vidimazione di libri e registri;
- richiedere le attestazioni sui parametri economico-finanziari per l'esercizio dell'attività imprenditoriale, necessarie per l'ottenimento del permesso di soggiorno per lavoro autonomo da parte di cittadini extracomunitari.

Il Registro delle Imprese provvede inoltre al riconoscimento dei requisiti professionali necessari per lo svolgimento di particolari attività, quali il commercio all'ingrosso, l'impiantistica, l'autoriparazione, l'attività di pulizie e di facchinaggio.

Le Società cooperative tramite il Registro delle Imprese presentano l'iscrizione all'*Albo delle società cooperative*, tenuto su base nazionale dal Ministero dello Sviluppo economico.

Sono inoltre iscritti nel Registro delle Imprese i fallimenti e le altre procedure concorsuali.

Principali indicatori riguardanti il Registro delle Imprese		
	2006	2007
Totale imprese registrate	72.525	72.988
Iscrizioni	3.531	3.408
Modifiche e cancellazioni	15.718	16.092
Riconoscimento requisiti professionali	384	534
N. vidimazioni libri contabili	932	1.411
Visure presso lo sportello	15.851	14.560
Certificati presso lo sportello	17.847	16.586
Certificati e visure Telemaco	27.963	33.742

### L'Albo delle Imprese Artigiane

La **Commissione Provinciale per l'Artigianato (CPA)**, istituita presso la Camera di Commercio con Decreto del Presidente della Giunta regionale, delibera su iscrizioni, modifiche e cancellazioni dall'Albo delle Imprese Artigiane (AIA) e verifica che le imprese iscritte siano in possesso dei requisiti previsti dalla legge quadro sull'artigianato (forma giuridica dell'impresa, rispetto dei limiti dimensionali, svolgimento di attività di produzione o di prestazione di servizi, prevalenza del lavoro personale del titolare o dei soci partecipanti).

Le delibere della Commissione Provinciale per l'Artigianato hanno effetti costitutivi anche ai fini previdenziali, assistenziali e assicurativi, e sono condizione per l'accesso alle agevolazioni e ai finanziamenti (anche di natura comunitaria) riservati alle imprese artigiane.

Fa capo alla CPA anche il riconoscimento del possesso di particolari requisiti tecnico-professionali richiesti da normative di settore per lo svolgimento di determinate attività artigianali (autoriparatore, installatore di impianti, estetista, acconciatore, impresa di pulizia e facchinaggio), di lavorazioni artistiche, tradizionali o dell'abbigliamento su misura.

Principali indicatori riguardanti l'Albo delle Imprese Artigiane (A.I.A.)		
	2006	2007
Totale imprese registrate	19.569	19.623
Iscrizioni	1.518	1635
Cessazioni	1.323	1612
Modifiche	2122	2358
Riconoscimento requisiti	352	363
Visure e certificati (Sportello)	1.765	2.245

## Il processo di informatizzazione

Con il loro patrimonio di oltre 6 milioni di aziende iscritte nel Registro delle Imprese (tutte in rete, grazie ad un processo di informatizzazione e semplificazione continuo sul quale investono da circa trent'anni) le Camere di Commercio danno un contributo determinante nella direzione dell'e-government. Tuttavia il sistema imprenditoriale italiano è composto da una presenza molto alta di imprese di piccole dimensioni che, proprio a causa della loro scarsa strutturazione, si trovano in difficoltà di fronte all'introduzione delle nuove tecnologie. Il sistema camerale perciò ha attivato diversi strumenti per supportare adeguatamente questa tipologia di imprese, per metterle in condizione di cogliere le opportunità offerte dalle nuove tecnologie.

Oggi gli utenti della Camera di Commercio utilizzano ampiamente le tecnologie informatiche nello svolgimento di molti adempimenti amministrativi: questo è stato possibile ad esempio grazie all'introduzione della **firma digitale**, che rappresenta l'equivalente della firma autografa per la sottoscrizione dei documenti informatici. L'utilizzo della firma digitale avviene attraverso la **smart card**, tessera magnetica a microprocessore personalizzata e dotata di codice segreto, contenente i dati identificativi del titolare. Attraverso un software gratuito (**Fedra**) gli utenti che hanno sottoscritto una convenzione **Telemaco** possono compilare le pratiche e i documenti da inviare telematicamente e apporre la firma digitale sui documenti inviati, evitando la produzione di materiale cartaceo.

Possano, inoltre, richiedere on-line il rilascio di certificati e visure, estrazioni di bilanci e copie degli atti depositati e, grazie al sistema di archiviazione ottica nazionale, anche copie di atti e bilanci depositati in tutte le Camere di Commercio italiane.

Registro Imprese e Albo Imprese Artigiane, pratiche suddivise per modalità di presentazione								
ANNO	Manuale		Telematica		Altre Modalità		TOTALE	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
2006	13.149	33,4	25.655	65,2	570	1,4	39.374	100,0
2007	13.667	33,3	26.605	64,9	711	1,7	40.983	100,0

Alla smart card si sono affiancate la **Carta Nazionale dei Servizi (CNS)** e la **Business Key**, che consentono non solo di firmare digitalmente i documenti ma anche di usufruire di altri servizi, quali ad esempio l'archiviazione dei documenti ufficiali dell'impresa e di quelli strettamente riservati del possessore, o la custodia delle proprie password.

Per favorire la divulgazione della Business key la Camera di Commercio ha organizzato un convegno, che si è tenuto il 13 luglio 2007, al quale hanno partecipato operatori del settore e rappresentanti degli ordini professionali.

La Camera di Commercio inoltre offre alle imprese la possibilità di attivare una casella di **posta elettronica certificata** (Legalmail) che ha lo stesso valore legale della raccomandata con avviso di ricevimento e sopperisce agli svantaggi della normale posta elettronica in materia di sicurezza: in particolare garantisce l'identificazione certa del mittente, l'integrità del messaggio e certifica l'avvenuto recapito dello stesso. Legalmail è la posta elettronica certificata offerta da Infocamere, soggetto autorizzato dal Comitato Nazionale per l'Informatica nella Pubblica Amministrazione (CNIPA).

L'applicazione della firma digitale ai servizi camerali ha determinato un significativo cambiamento nella modalità di presentazione delle pratiche, da quella cartacea a quella informatica: **negli anni 2006 e 2007 si è registrata una costante diminuzione delle pratiche cartacee presentate al Registro delle Imprese**: tale modalità di deposito è comunque destinata a scomparire con l'entrata in vigore della Comunicazione Unica (la cosiddetta "*impresa in un giorno*"), che estenderà la pratica telematica anche alle imprese individuali.

Nel corso degli anni 2006-2007 la Camera di Commercio ha proseguito nella distribuzione di smart card e CNS agli utenti, in particolare ad imprese e professionisti.

N. di Smart card / CNS emesse	
ANNO	N. Smart card emesse
2006	1048 ( di cui 3 CNS )
2007	850 (di cui 38 CNS)

N. di convenzioni Telemaco e di mandati di incarico alla distribuzione sottoscritti		
	2006	2007
Convenzioni Telemaco sottoscritte con studi commerciali e associazioni di categoria ed imprese	109	90

### Gli altri Albi, Ruoli ed Elenchi

Fra le funzioni amministrative svolte dalla Camera rientra la tenuta di alcuni Albi, Ruoli ed Elenchi che, in alcuni casi, hanno funzione abilitante per l'esercizio delle relative attività economiche; si tratta dell'Albo promotori finanziari, del Ruolo agenti d'affari in mediazione, del Ruolo agenti e rappresentanti e del Ruolo dei conducenti. In altri casi, l'iscrizione ha una finalità informativa, come per il Ruolo periti ed esperti e per l'Elenco verificatori d'impianti.

L'**Albo promotori finanziari** è tenuto dalla Commissione Nazionale per le Società e la Borsa (CONSOB) ed opera, a livello decentrato, tramite le Sezioni regionali e le apposite Commissioni, istituite in ogni regione presso la Camera di Commercio del capoluogo. L'iscrizione è obbligatoria per tutti i soggetti che, in qualità di dipendenti, agenti o mandatari, esercitano professionalmente l'attività di promozione e di collocamento fuori sede di strumenti finanziari e di servizi di investimento; l'iscrizione abilita allo svolgimento dell'attività su tutto il territorio nazionale. Le sessioni quadrimestrali di esami sono indette dalla CONSOB con apposito bando e si tengono presso la Camera di Commercio; sono finalizzate a verificare la competenza degli operatori per garantire che siano iscritti all'Albo solo soggetti adeguatamente qualificati e in possesso dei requisiti morali richiesti dalla legge.

Principali indicatori riguardanti l'Albo promotori finanziari		
	2006	2007
Iscrizioni	46	80
Consistenza dell'Albo	1.157	2.208
Candidati all'esame	147	194
Idonei	29	66
% idonei su candidati	19,7	34,0

Al **Ruolo agenti d'affari in mediazione** sono tenuti a iscriversi i soggetti che mettono in relazione due o più parti per la conclusione di un affare, non avendo alcun rapporto di dipendenza, rappresentanza o collaborazione con le parti stesse. Gli esami abilitanti per ottenere il requisito professionale all'iscrizione si tengono presso la Camera di Commercio due volte all'anno. Nel 2007 è stata realizzata la revisione quadriennale del Ruolo, che ha permesso di verificare i requisiti generali e morali, i casi di incompatibilità e il possesso della polizza assicurativa su 1138 iscritti; ne è risultato un elenco di 800 iscritti regolari, che la Camera ha pubblicato e diffuso quale utile strumento di trasparenza del mercato.

Al **Ruolo agenti e rappresentanti** devono invece iscriversi coloro che promuovono e concludono contratti per conto delle imprese.

Ruolo agenti d'affari in mediazione		
	2006	2007
Iscrizioni	96	81
Modifiche e cancellazioni	371	203
Consistenza iscritti	1348	1427
Domande d'esame	85	130
Idonei agli esami	67	76

Ruolo agenti e rappresentanti		
	2006	2007
Iscrizioni	211	228
Modifiche e cancellazioni	33	35
Consistenza iscritti	10064	10291

Al **Ruolo dei conducenti** devono iscriversi quei soggetti che svolgono l'attività di trasporto di persone mediante servizi pubblici non di linea (taxi, autonoleggio con conducente di autovetture, natanti e veicoli a trazione animale). L'iscrizione è propedeutica al rilascio dell'autorizzazione comunale per l'esercizio dell'attività.

Il **Ruolo periti ed esperti** contiene i nominativi dei soggetti che, potendo vantare competenze pratico-professionali in determinati settori, possono effettuare perizie su commissione. L'iscrizione al Ruolo non è obbligatoria e ha funzione di pubblicità; è necessaria, tuttavia, per essere nominati consulenti tecnici d'ufficio (c.t.u.) presso i Tribunali.

Ruolo dei conducenti		
	2006	2007
Iscrizioni	37	55
Consistenza iscritti	1008	1064

Ruolo periti ed esperti		
	2006	2007
Iscrizioni	13	19
Consistenza iscritti	521	540

L'**Elenco verificatori di impianti** è una lista di liberi professionisti che possono essere chiamati a eseguire collaudi per accertare la conformità degli impianti disciplinati dalla Legge n. 46/90 (i soggetti che hanno la facoltà di avvalersi dei verificatori d'impianti sono i Comuni, le ASL, i Comandi provinciali dei Vigili del Fuoco, l'Istituto Superiore per la Prevenzione e la Sicurezza del Lavoro).

### Le funzioni amministrative in materia ambientale

Le imprese che operano nel settore dei "rifiuti" devono iscriversi all'**Albo Nazionale dei Gestori Ambientali**, istituito presso il Ministero dell'Ambiente e articolato in sezioni regionali tenute dalla Camera di Commercio del capoluogo di regione. Sono tenute ad iscriversi all'Albo tutte le imprese che svolgono attività di: raccolta e trasporto di rifiuti (pericolosi o non pericolosi) avviati al recupero o allo smaltimento; bonifica dei siti; bonifica dei beni contenenti amianto; commercio ed intermediazione dei rifiuti; gestione di impianti di smaltimento e di recupero dei rifiuti di titolarità di terzi; gestione di impianti mobili di smaltimento e recupero dei rifiuti.

Dal 2006 sono tenute all'iscrizione anche tutte le imprese che svolgono attività di raccolta e trasporto di rifiuti propri (derivanti dalle lavorazioni dell'impresa) non pericolosi o pericolosi per quantità non eccedenti i 30Kg/l al giorno.

Ulteriore adempimento in materia ambientale è quello del **Modello Unico di Dichiarazione ambientale (MUD)** anche detto "740 ecologico", attraverso il quale devono essere denunciati annualmente i rifiuti pericolosi, da chiunque prodotti, e i rifiuti speciali non pericolosi, prodotti dalle imprese con più di 10 dipendenti.

Albo gestori ambientali		
	2006	2007
n. imprese iscritte	2.504	3.588
n. iscrizioni, modifiche, cancellazioni	2.277	3.325
n. denunce MUD presentate	7.062	6.590

MUD - denunce presentate				
	2006		2007	
	N.	%	N.	%
Cartaceo	673	9,5	652	9,9
Informativo	6.389	90,5	5.938	90,1
<b>TOTALE</b>	<b>7.062</b>	<b>100,0</b>	<b>6.590</b>	<b>100,0</b>

### Le funzioni amministrative per il commercio estero

Le Camere di Commercio sono titolari anche di alcuni adempimenti amministrativi finalizzati a facilitare gli operatori economici nei loro rapporti con l'estero.

Il **certificato comunitario di origine** viene rilasciato per comprovare la provenienza o origine delle merci esportate in Paesi non appartenenti all'Unione Europea.

L'**attestato di libera vendita** accompagna il prodotto commercializzato nei Paesi extra-comunitari, serve a dimostrare che uno o più prodotti fabbricati o commercializzati da una impresa sono liberamente venduti sul mercato italiano e sono conformi alla legislazione nazionale in materia di sanità pubblica.

L'**attestazione di conformità della firma** garantisce che la firma apposta su un documento da parte del titolare o di un legale rappresentante dell'impresa esportatrice è conforme a quella depositata in Camera di Commercio.

La **legalizzazione di firme su atti per l'estero** è un atto formale (visto) con cui un funzionario camerale autentica una firma precedentemente apposta su un documento da far valere all'estero.

I **Carnet TIR** accompagnano le merci che transitano su strada attraverso una o più frontiere di Paesi extra UE e permettono di non sottoporle a visite doganali intermedie oltre a quelle eseguite nel Paese di origine e in quello di destinazione. Dal 6 giugno del 2007 i Carnet TIR sono rilasciati solo da Unioncamere nazionale.

Il **Carnet ATA** è utilizzato nei Paesi aderenti a Convenzioni internazionali e consente alle imprese di far uscire temporaneamente le merci verso Paesi extra UE.

Il **numero meccanografico** è un codice alfanumerico ad otto caratteri, con finalità puramente statistiche, attribuito alle imprese che svolgono abitualmente un'attività di scambio merci o servizi con l'estero.

Dal 2007 la banca dati SDOE (Sistema Doganale Operatori con l'Estero) è stata sostituita dalla nuova banca dati **ITALIANCOM** (Italian Companies around the world): le nuove disposizioni prevedono che il numero meccanografico sia obbligatorio solo per le ditte in grado di dimostrare di essere **abituali** operatori con l'estero (almeno **una** operazione l'anno superiore a 12.500 euro) e che siano in regola con il pagamento del diritto annuale.

#### ITALIANCOM

Il nuovo archivio elettronico delle aziende che operano abitualmente con l'estero comprende esclusivamente le imprese attive iscritte al Registro delle Imprese e in regola con il pagamento del diritto annuale. Italiancom fornisce dati descrittivi più dettagliati e significativi per caratterizzare l'impresa locale nei confronti degli operatori stranieri. In questo modo veicola informazioni qualificate sulle attività economiche del territorio e le valorizza sui mercati internazionali.

Pratiche e certificati per il commercio estero		
	2006	2007
Certificato d'origine	3268	3915
Certificati di libera vendita	6	12
Visti di legalizzazione firma	135	90
Visti su fatture	516	539
Altri visti diversi	216	228
Carnet ATA	91	49
Carnet TIR*	2258	0
Rilascio numero meccanografico	36	26
<b>TOTALE ATTI E CERTIFICATI</b>	<b>6.526</b>	<b>4.859</b>

\* emessi fino a giugno 2006

### Le funzioni amministrative per il settore agricolo e agroalimentare

La Camera di Commercio cura anche Albi ed Elenchi relativi alle produzioni agricole e agroalimentari di qualità della provincia. Si tratta, in particolar modo, di attività legate a settori tradizionali della produzione agroalimentare locale, come quello viti-vinicolo e quello olivicolo.

In provincia di Perugia sono attualmente riconosciuti 7 vini a Denominazione di Origine Controllata (DOC) e 2 vini a Denominazione di Origine Controllata e Garantita (DOCG), oltre a 5 vini ad Indicazione Geografica Tipica (IGT).

I terreni destinati a queste produzioni vitivinicole devono essere iscritti rispettivamente nell'**Albo dei vigneti e vini DOC e DOCG e nell'Elenco delle vigne IGT**; questo adempimento – oltre al rispetto dei rispettivi disciplinari di produzione – è condizione necessaria per ottenere il riconoscimento della denominazione di origine.

Una ulteriore funzione amministrativa della Camera di Commercio in questo ambito è la **denuncia annuale** delle quantità di **uve** prodotte dai vigneti, iscritti preliminarmente nei rispettivi albi ed elenchi, necessaria per poter commercializzare i vini con la relativa denominazione.

Albo vigneti a D.O. ed Elenco vigne IGT		
	Annata 2005/2006	Annata 2006/2007
Metri quadri di terreno	21.395.271	30.847.701
Litri di vino	6.459.801	8.340.721

I Vini DOC, DOCG e IGT della provincia di Perugia	
<b>D.O.C.</b>	
Colli Altotiberini	
Colli Perugini	
Colli Martani	
Colli del Trasimeno	
Montefalco	
Torgiano	
Assisi	
<b>D.O.C.G.</b>	
Montefalco Sagrantino	
Torgiano Rosso Riserva	
<b>I.G.T</b>	
Umbria	
Assisi	
Bettona	
Cannara	
Spello	

A concludere il percorso della filiera vitivinicola (vigneto-uva-vino-bottiglia) c'è poi l'iscrizione dell'attività di imbottigliamento nell'**Albo degli imbottiglieri dei vini DOC, DOCG e IGT**. L'iscrizione degli stabilimenti è obbligatoria per chi esercita l'attività di imbottigliamento e rappresenta uno strumento di controllo per l'organo ministeriale ispettivo. Gli imbottiglieri iscritti sono tenuti annualmente a denunciare alla Camera di Commercio la quantità imbottigliata e i paesi di destinazione della stessa, per finalità statistiche e informative.

Albo imbottiglieri		
	2006	2007
Iscrizioni	26	18
Denunce di imbottigliamento	90	98

La Camera gestisce inoltre l'**Elenco dei tecnici e degli esperti degustatori vini DOC e DOCG**, nel quale sono iscritti i soggetti che possono far parte della **Commissione di degustazione di vini DOC e DOCG** operante presso la Camera di Commercio e incaricata di fare l'esame organolettico dei vini e la relativa certificazione. Nel biennio 2006-2007 la Commissione si è riunita 46 volte e sono stati degustati 770 campioni di vino.

Per quanto riguarda il settore olivicolo, la Camera è incaricata di raccogliere e comunicare le iscrizioni all'**Elenco dei tecnici ed esperti degli oli di oliva**, di competenza del Ministero delle Politiche Agricole e Forestali e delle Regioni. In questo elenco vengono iscritti i soggetti che possono far parte della Commissione regionale di degustazione per la classificazione merceologica dell'olio e la certificazione della DOP (Denominazione di Origine Protetta). Sempre in materia olivicola la Camera di Commercio è competente per il rilascio delle autorizzazioni all'abbattimento e allo spostamento di alberi di olivo.

Infine è tenuto presso la Camera l'**Albo della "Lenticchia di Castelluccio di Norcia"**, nel quale vengono iscritti i terreni che ricadono nell'ambito del disciplinare di produzione della Indicazione Geografica Protetta (IGP). L'iscrizione all'Albo è facoltativa, ma essenziale per commercializzare le lenticchie prodotte in queste zone secondo il relativo disciplinare. I produttori iscritti sono tenuti a comunicare annualmente alla Camera di Commercio la quantità e le superfici investite a lenticchia ai fini del controllo da parte dell'organo competente (il Parco Tecnologico 3 A dell'Umbria).

Albo della Lenticchia di Castelluccio		
	2006	2007
Iscrizioni nuove matricole terreni	7	2
Denunce annuali di produzione	52	55

Autorizzazioni abbattimento e spostamento alberi d'olivo		
	2006	2007
Istanze	71	176
Autorizzazioni rilasciate	35	58

## Il decentramento dei servizi sul territorio

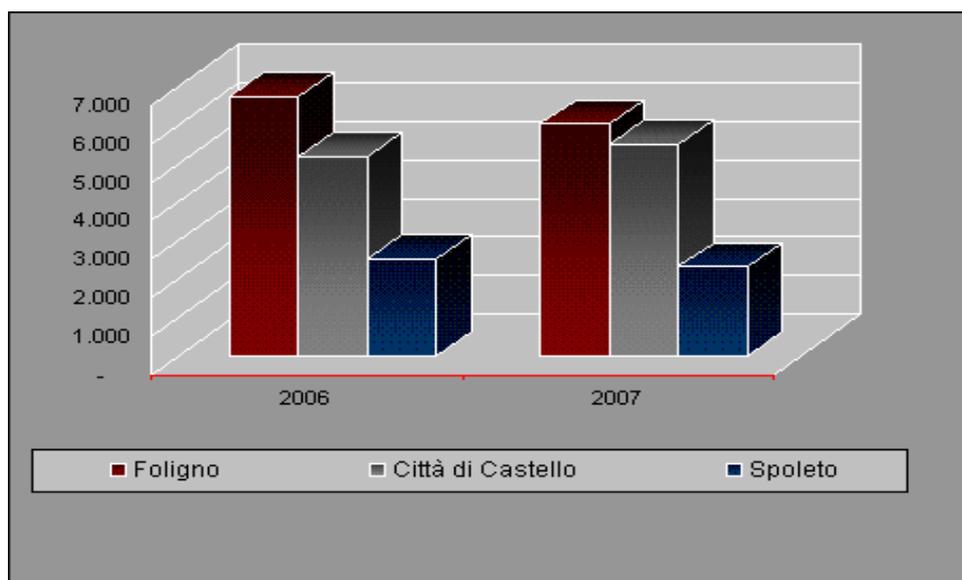
La Camera di Commercio ha cercato di agevolare la propria utenza non solo "dematerializzando" i servizi e consentendo di svolgerli telematicamente, ma anche valorizzando la rete di strutture sul territorio.

Oltre alla sede decentrata di **Ponte San Giovanni**, vero e proprio polo camerale di servizi, la Camera è presente sul territorio con **tre sportelli decentrati** nei Comuni di **Spoletto**, **Foligno** e **Città di Castello**; queste sedi offrono una parte rilevante di servizi camerali, in particolare quelli anagrafici connessi con la tenuta del Registro delle Imprese e degli altri Albi.

Grazie alla rete del Consorzio **Assonet**, che conta ad oggi 42 postazioni dislocate su tutto il territorio della provincia di Perugia, le imprese inoltre possono avere un contatto continuo con la Camera di Commercio e accedere ad alcuni servizi quali il rilascio di dispositivi di firma digitale, l'elaborazione e l'invio telematico delle pratiche, il rilascio di certificati e visure.

Certificati e visure emessi dalle sedi decentrate della Camera di Commercio				
Sedi	2006		2007	
	N. Certificati/Visure	%	N. Certificati/Visure	%
Foligno	6.773	46,7	6.043	43,5
Città di Castello	5.200	35,8	5.523	39,8
Spoletto	2.542	17,5	2.325	16,7
<b>Totale Certificati/Visure</b>	<b>14.515</b>	<b>100,0</b>	<b>13.891</b>	<b>100,0</b>

## ATTIVITÀ CERTIFICATIVA DEGLI SPORTELLI DECENTRATI



## 2.2 - LA REGOLAZIONE DEL MERCATO

La legge di riordino delle Camere di Commercio ha attribuito agli enti camerati poteri di regolazione del mercato: il legislatore ha riconosciuto pertanto alle Camere un ruolo di "garanti" della correttezza delle regole del gioco tra imprese e tra imprese e consumatori, in quanto enti pubblici rappresentativi di tutte le componenti economiche del mercato, le imprese da un lato ed i consumatori dall'altro.

Questo nuovo insieme di attribuzioni è andato ad affiancarsi ad altre competenze, già delle Camere di Commercio, in materia di regolazione del mercato.

Queste le principali funzioni della Camera di Commercio in materia di regolazione del mercato:

- gestione della Borsa Merci di Perugia, della Borsa Immobiliare dell'Umbria, della Borsa Merci Telematica, della Borsa Telematica del Recupero;
- gestione di strumenti di giustizia alternativa, attraverso la Camera Arbitrale ed il Servizio di Conciliazione;
- tutela della proprietà intellettuale, con la registrazione dei marchi e dei brevetti;
- controlli sugli strumenti di misurazione;
- pubblicazione dei protesti cambiari e dei listini dei prezzi;
- controllo sulla presenza di clausole vessatorie nei contratti;

### Le Borse

La **Borsa Merci** di Perugia è stata istituita nel 1961. Presso di essa vengono contrattati i prezzi di cereali, farine, cascami di frumento, legumi, olio, vino, sementi e animali da cortile.

Il Comitato di Borsa provvede all'accertamento dei prezzi di tali prodotti e alla loro pubblicazione del Listino di Borsa, consultabile anche sul sito della Camera di Commercio. Nel Listino vengono pubblicati anche i prezzi del bestiame bovino, suino, ovino ed equino, del fieno, della paglia e delle scorte morte, il cui accertamento viene curato da un'apposita Commissione camerale.

La **Borsa Immobiliare dell'Umbria**, istituita nel 1991, è un organismo al servizio di cittadini, agenti immobiliari, costruttori e cooperative edilizie, che ha lo scopo di agevolare l'incontro fra domanda e offerta di beni immobili in condizioni di trasparenza; sono oggetto di contrattazione presso la Borsa la compravendita e la locazione di ogni tipo di immobile. Trimestralmente la Borsa cura la pubblicazione di un listino dei prezzi degli immobili, disponibile presso il Centro Borsistico della Camera.

La Borsa, inoltre, avvalendosi della collaborazione di un pool di periti, offre ai cittadini e agli enti un servizio di stima del valore degli immobili.

In questo ambito la Camera di Commercio ha aderito anche ad alcuni progetti nazionali di sistema, il cui scopo è di favorire l'incontro fra domanda e offerta di alcuni tipi di beni, in condizioni di trasparenza.

La **Borsa Merci Telematica Italiana**, gestita a livello locale dall'Azienda speciale Promocamera, è un sistema per la contrattazione on line dei prodotti agricoli, agroalimentari e ittici. Il sistema consente di operare in tempo reale sui mercati

agroalimentari e di determinare i prezzi dei prodotti contrattati. L'obiettivo è quello di facilitare l'incontro tra domanda e offerta assicurando trasparenza e visibilità dei prezzi.

La **Borsa Telematica del Recupero**, anch'essa gestita da Promocamera, è una banca dati telematica finalizzata a promuovere l'incontro fra domanda e offerta di materiali recuperabili, beni a fine vita e materiali derivanti da precedenti attività di recupero.

La Camera di Commercio cura gratuitamente le iscrizioni alla Borsa, le inserzioni e le richieste di informazioni da parte degli operatori della provincia.

## **TECNOBORSA**

Società consortile per azioni senza fini di lucro, costruita nel 1997 per contribuire allo sviluppo, alla regolazione e alla trasparenza del mercato immobiliare italiano, Tecnoborsa vede la Camera di Commercio di Perugia fra i suoi soci fondatori.

Nel dicembre 2005 è stato firmato un protocollo d'intesa con Tecnoborsa per l'utilizzazione del servizio BORSA IMMOBILIARE ITALIANA e per il relativo accreditamento della BORSA IMMOBILIARE dell'UMBRIA.

Il Servizio consiste in una piattaforma informatica con cui si gestisce, telematicamente, una banca dati nazionale delle offerte immobiliari (compravendita o locazione di immobili di qualsiasi natura, negoziazione di diritti reali e/o attività imprenditoriali); rappresenta un contributo essenziale al miglioramento dell'efficienza e della trasparenza del mercato immobiliare, con conseguente maggior tutela del cittadino – consumatore all'interno del mercato immobiliare stesso.

L'immissione e l'aggiornamento dei dati relativi ai beni offerti per la negoziazione è riservata agli agenti immobiliari accreditati presso la Borsa Immobiliare Italiana; con l'accREDITAMENTO gli agenti si vincolano al rispetto di determinate regole di condotta (rispetto dei principi di correttezza, professionalità, diligenza, onorabilità nei rapporti con tutti gli operatori del mercato immobiliare) e si sottopongono al controllo disciplinare di Tecnoborsa.

Inoltre, gli operatori accreditati usufruiscono di una serie di servizi operativi comprendenti, oltre all'utilizzo del portale Borsa Immobiliare Italiana, uno specifico aggiornamento tecnico – normativo, la rassegna stampa e servizi informativi sull'evoluzione delle principali pratiche professionali nel settore immobiliare.

## **Gli strumenti di giustizia alternativa**

Gli strumenti di giustizia alternativa, utilizzabili dai consumatori e dalle imprese per la risoluzione di controversie economiche, si caratterizzano per informalità, rapidità dei tempi e costi contenuti. La Camera di Commercio ha istituito da diversi anni due organismi che hanno questa finalità:

### **La Camera Arbitrale**

L'**arbitrato** è una modalità di soluzione stra-giudiziale che permette di risolvere controversie commerciali, sia nazionali che internazionali, attribuendo a un soggetto terzo, definito arbitro, il potere di pronunciarsi sulla lite con una decisione (cd.

lodo arbitrale) vincolante come una sentenza per le parti coinvolte. Il lodo è suscettibile di ottenere efficacia di titolo esecutivo al pari della sentenza emessa dall'autorità giudiziaria ordinaria. L'arbitrato è ammesso se le parti hanno precedentemente inserito nel contratto oggetto della lite un'apposita clausola (cd. clausola compromissoria); altrimenti, la procedura arbitrale può intervenire a condizione che i soggetti interessati stipulino un accordo scritto di delega (cd. compromesso arbitrale).

I nominativi degli arbitri vengono registrati nel rispettivo Albo, tenuto dalla Camera di Commercio.

### **Il Servizio di Conciliazione**

La **conciliazione** viene utilizzata per risolvere controversie relative a rapporti giuridici di natura economica insorte tra imprese e tra imprese e consumatori. A differenza dell'arbitrato, questo procedimento è diretto ad ottenere non una risoluzione della lite, ma una mediazione degli interessi volta a sanare il contrasto tra le parti prima che inizi un procedimento giuridico. Con la conciliazione, infatti, viene nominato un soggetto neutrale (conciliatore), che media tra le parti in disaccordo e le supporta per trovare una soluzione in grado di soddisfarle reciprocamente. Il procedimento di conciliazione si instaura solo se c'è l'adesione di tutte le parti: altrimenti il tentativo fallisce. L'accordo, se trovato, è sottoscritto; se invece non si trova soluzione, le parti possono attivare la procedura arbitrale o rivolgersi al giudice ordinario.

In alcuni casi (per esempio in materia di subfornitura) la legge prevede che venga effettuato il tentativo di conciliazione prima di poter ricorrere all'autorità giudiziaria: in questi casi la conciliazione si definisce obbligatoria; negli altri casi invece è facoltativa.

I nominativi dei conciliatori vengono registrati nel rispettivo Elenco, tenuto dalla Camera di Commercio.

<b>Procedure di Arbitrato e Conciliazione</b>				
	2006		2007	
	Presentate	Concluse	Presentate	Concluse
Camera Arbitrale	4	4*	2	2**
Sportello Conciliazione	18	18***	6	6***

\* 3 si sono concluse con il lodo arbitrale, 1 senza.

\*\* Si sono concluse entrambe con il lodo arbitrale.

\*\*\* Si sono concluse tutte senza verbale, per mancata adesione della controparte

Iscritti Albo arbitri ed Elenco conciliatori		
	2006	2007
Albo arbitri	98	109
Elenco conciliatori	174	178

### La Settimana della Conciliazione

Per avvicinare in maniera sempre più capillare professionisti, imprese e consumatori agli strumenti di risoluzione alternativa delle controversie civili e commerciali, Unioncamere nazionale organizza, già da quattro anni, un evento di comunicazione che vede coinvolte tutte le Camere di Commercio delle diverse province. L'appuntamento annuale con la Settimana della Conciliazione rappresenta un'occasione unica di incontro e dialogo tra istituzioni, soggetti economici, consumatori e associazioni di categoria ed è anche il momento per fare il punto sui numeri del sistema: quante domande sono state inoltrate nell'ultimo anno, quali sono i settori produttivi maggiormente interessati, la percentuale di casi risolti, la durata media e il valore economico delle conciliazioni giunte a buon fine.

Nel 2007 la Camera ha allestito desk informativi in tutte le proprie sedi (Perugia, Spoleto, Foligno e Città di Castello), presso le quali sono stati collocati gli espositori personalizzati per la distribuzione del nuovo regolamento di conciliazione e del fumetto "Conciliator", appositamente ideato per far conoscere la Conciliazione al vasto pubblico.

La campagna informativa è stata supportata anche da passaggi radio su Radio Subasio durante tutta la settimana.

### La tutela della proprietà intellettuale

L'Ufficio Marchi e Brevetti della Camera di Commercio accoglie le domande di:

- deposito e rinnovo dei brevetti per invenzioni industriali;
- registrazione di marchi, disegni o modelli;
- trascrizione di atti di modifica della titolarità del marchio;
- variazione, integrazione e rettifica di marchi e brevetti.

Il **marchio** è il segno distintivo dei prodotti e dei servizi di un'impresa. Requisiti essenziali del marchio sono la novità, la liceità, la verità e la capacità distintiva.

Accanto al marchio di fabbrica esiste anche il **marchio collettivo**, l'unico tipo di marchio che può derogare al divieto per i marchi di fabbrica di contenere indicazioni geografiche sulla provenienza. Il marchio collettivo, infatti, individua e garantisce l'origine, la natura o la qualità di determinati prodotti o servizi e ne è titolare una persona giuridica privata o pubblica che abbia come finalità la tutela degli elementi suddetti. La registrazione dei marchi è effettuata dall'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (UIBM) sulla base del deposito e dell'invio operato tramite l'ufficio Marchi e Brevetti della Camera

di Commercio; la registrazione ha validità sul territorio nazionale, con il correlato diritto di priorità. Presso la Camera può essere registrato anche il **marchio internazionale**.

Il **brevetto** conferisce un diritto di esclusiva e protegge contro la contraffazione e sfruttamento non autorizzato dell'invenzione contro e al di fuori di ogni autorizzazione del legittimo titolare. I requisiti sono: novità e assenza di divulgazione; attività inventiva originale, nel senso che l'invenzione non deve risultare in modo evidente dallo stato della tecnica, industrialità dell'invenzione.

Il brevetto, a differenza del marchio, che è sempre rinnovabile dopo i primi 10 anni, decade con la scadenza dei 20 anni (25 anni per i disegni e modelli - 10 anni per i modelli di utilità).

La domanda per il deposito del brevetto può essere presentata in Italia tramite l'ufficio Marchi e Brevetti della Camera di Commercio o direttamente all'UIBM, cui spetta decidere in ordine alla brevettabilità e ai requisiti previsti dal Codice di Proprietà Industriale per la concessione del brevetto. Le convenzioni internazionali per la registrazione all'estero o internazionale dei brevetti quali la convenzione di Unione di Parigi, il Patent Cooperation Treaty di Washington del 1970 (PCT) o la Convenzione di Monaco sul brevetto europeo (CBE) hanno lo scopo di sopperire alla mancanza di una estensione nei Paesi esteri della domanda regolata dalla legge del paese in cui la stessa viene presentata, in modo da non dover richiedere un brevetto in ogni paese. Gli utenti possono effettuare presso l'Ufficio Marchi e Brevetti le ricerche di anteriorità riguardanti l'esistenza di marchi, modelli e brevetti.

Attività dell'Ufficio marchi e brevetti		
	2006	2007
Invenzioni	86	71
Modelli di utilità	19	19
Marchi	628	675
Marchi internazionali	6	9
Modelli ornamentali	23	21
Istanze varie	7	5
Trascrizioni	15	17

### I controlli sugli strumenti di misurazione

La Camera, attraverso l'Ufficio metrico, effettua controlli sulla corretta applicazione delle disposizioni in materia di metrologia legale, disciplina che si occupa delle unità di misura, dei metodi e degli strumenti di misurazione.

Svolge compiti quali:

- la verifica, iniziale e periodica, degli strumenti a funzionamento non automatico (bilance, distributori di carburanti, misuratori volumetrici, etc.) per accertarne la conformità a svolgere correttamente la funzione assegnata;
- la verifica dei preimbalaggi, per accertare che le quantità dei prodotti posti in vendita nei singoli involucri non siano state alterate;
- il rilascio delle carte tachigrafiche, che vengono montate sui veicoli adibiti al trasporto su strada di viaggiatori o merci e permettono la registrazione e memorizzazione dei dati sui tempi di marcia;

- la concessione del marchio d'identificazione per metalli preziosi ai produttori e agli importatori di platino, palladio, argento e oro.

Attività dell'Ufficio Metrico		
	2006	2007
Bacino utenti	11.767	11.802
N. sopralluoghi presso il domicilio degli utenti per la verifica degli strumenti metrici	1.575	1.642
Rinnovi e nuove concessioni per metalli preziosi	93	101

### La pubblicazione dei protesti cambiari e dei listini prezzi

La Camera di Commercio provvede alla **pubblicazione dell'Elenco ufficiale dei protesti**. Gli ufficiali incaricati della levata del protesto inviano il primo giorno di ogni mese, al Presidente della Camera di Commercio, l'elenco dei protesti levati per il mancato pagamento di pagherò cambiari, cambiali, tratte accettate ed assegni bancari, nonché l'elenco dei protesti per mancata accettazione di cambiali.

La pubblicazione è effettuata da parte della Camera di Commercio con l'inserimento dei protesti nel **Registro informatico**: con la registrazione informatica viene assicurata completezza, omogeneità e tempestività delle informazioni su tutto il territorio nazionale. Le informazioni sui protesti vengono conservate per cinque anni dalla data di registrazione nel Registro informatico che contribuisce così ad accrescere il livello di certezza e di trasparenza dei rapporti commerciali. Le notizie sui protesti cambiari sono messe a disposizione del pubblico mediante accesso ai terminali delle Camere di Commercio e ai terminali (remoti) collegati ad InfoCamere.

N. di nominativi inseriti e cancellati dall'Elenco Protesti cambiari		
	2006	2007
Nominativi inseriti	15.945	15.247
-di cui tratte non accettate	2.554	2.439
Nominativi cancellati - rettificati	1.575	1.522

La Camera di Commercio di Perugia provvede anche alla pubblicazione di:

- un Listino dei prezzi all'ingrosso per prodotti agricoli e destinati all'agricoltura, prodotti legnosi e per l'edilizia;
- un Listino dei prezzi praticati al consumo per i prodotti petroliferi commercializzati nella provincia.

Le imprese inoltre possono depositare volontariamente i propri listini e richiedere il visto di conformità sui prezzi esposti in fatture, preventivi e offerte.

Listini dei prezzi curati dalla Camera di Commercio			
Tipo/Titolo listini	Cadenza	Contenuti	Modalità
Listino Borsa merci	settimanale	prezzi prodotti agricoli e del bestiame	on-line
Listino Immobiliare	trimestrale	quotazioni immobili (locazioni e affitti)	cartaceo
Listino prezzi ingrosso	mensile	prezzi prodotti agricoli, legnosi, destinati all'agricoltura e per l'edilizia	on-line
Listino prezzi prodotti petroliferi	quindicinale	Prezzi gasolio da riscaldamento, olio combustibile fluido ad uso industriale, gasolio per l'agricoltura, kerosene e GPL	on-line

### Altre competenze in materia di Regolazione del mercato

L'Ente camerale ha ereditato alcune competenze in materia ispettiva, prima attribuite agli **Uffici Provinciali Industria Commercio Artigianato (UPICA)**. Si tratta di controlli effettuati presso le sedi delle imprese e possono portare all'emissione di una ordinanza che impone una pena pecuniaria al trasgressore, oppure all'archiviazione del procedimento nel caso non sussistano condizioni che configurino l'illecito amministrativo. Il procedimento si conclude con l'emissione di un'ordinanza che può essere di due tipi: ordinanza - ingiunzione, qualora si irroghi al trasgressore una sanzione pecuniaria tra un minimo e un massimo edittale insieme, eventualmente, a previste sanzioni accessorie; di archiviazione, nel caso in cui non sussistano le condizioni che configurino l'illecito amministrativo.

Nel 2006 e nel 2007 sono state emesse rispettivamente 306 e 388 ordinanze.

Spetta inoltre ad un funzionario incaricato della Camera di Commercio il compito, quando richiesto, di garantire la **regolarità delle manifestazioni a premio**. Per manifestazione a premio s'intende qualsiasi concorso o operazione rivolta al pubblico, consistente nella promessa di premi con lo scopo di promuovere per fini commerciali la conoscenza di prodotti, marchi o servizi.

La Camera infine svolge un'attività di **controllo sui contratti standard** (conclusi su moduli o formulari) tra imprese o professionisti e consumatori, per accertare la presenza di eventuali clausole vessatorie.

Se il controllo ha esito positivo, una Commissione tecnica rilascia un certificato attestante il buon esito della verifica; in caso contrario viene diffidato l'impiego futuro delle clausole oggetto d'esame. Questo servizio è integrato dalla **predisposizione di contratti tipo** (o clausole tipo), il cui scopo è di favorire un più equo svolgimento dei rapporti contrattuali. In questo ambito l'ente camerale può:

- costituirsi parte civile nei giudizi relativi ai delitti contro l'economia pubblica, l'industria e il commercio.
- promuovere l'azione per la repressione della concorrenza sleale ai sensi dell'articolo 2601 del codice civile.
- formulare pareri e proposte alle amministrazioni dello Stato, alle regioni e agli enti locali sulle questioni che comunque interessano le imprese della circoscrizione territoriale di competenza.

## 2.3 – LA PROMOZIONE DEL SISTEMA SOCIO-ECONOMICO

La Camera di Commercio di Perugia è impegnata in attività promozionali per il supporto e lo sviluppo delle imprese operanti nei diversi settori economici della provincia. Svolge azioni per incentivare le relazioni d'affari, anche internazionali; organizza manifestazioni, finanzia progetti innovativi e offre servizi di documentazione economica e statistica.

I più importanti campi d'intervento sono:

- **l'internazionalizzazione**, con azioni volte a promuovere lo sviluppo delle attività delle imprese al di fuori dei confini nazionali;
- **la formazione, l'innovazione e la qualità** al fine di promuovere il capitale umano delle imprese, nonché favorire la diffusione dell'innovazione e della cultura della qualità;
- **le infrastrutture**, per contribuire a migliorare la dotazione della provincia in termini di sistemi di comunicazione, logistica e servizi;
- **gli studi e l'informazione economica** attraverso la realizzazione di ricerche e la divulgazione di pubblicazioni sui temi economici;
- **l'orientamento all'imprenditoria**, per far crescere la cultura d'impresa e aiutare i nuovi imprenditori e quelli che vogliono diventarlo;
- **la promozione integrata e lo sviluppo locale**, con interventi finalizzati alla promozione turistica e alla valorizzazione delle produzioni tipiche;
- **i contributi e l'accesso al credito**, per sostenere il sistema delle imprese provinciali e migliorarne le condizioni di accesso alle fonti di finanziamento per gli investimenti.

### L'internazionalizzazione

L'attuale realtà globalizzata impone alle imprese sforzi significativi per rimanere sul mercato e richiede capacità di adattamento ai nuovi scenari, caratterizzati da un elevato numero di competitors.

L'entrata in mercati esteri, tuttavia, non è sempre una strada facilmente praticabile: gli operatori possono essere penalizzati da un'organizzazione inadeguata e spesso necessitano di supporto per affrontare le sfide e le opportunità offerte dall'internazionalizzazione.

Diventano allora necessari interventi che assicurino alle imprese un adeguato sostegno sui mercati internazionali, anche attraverso lo sviluppo di partnership con operatori esteri. La Camera si è impegnata in questa direzione, predisponendo servizi di assistenza e promuovendo azioni promozionali finalizzate a:

- rafforzare l'immagine dell'Umbria a livello internazionale;
- permettere alle imprese di sfruttare le opportunità offerte dal mercato europeo allargato;
- realizzare eventi promozionali per creare nuove e proficue opportunità commerciali.

Nella strategia di internazionalizzazione della Camera riveste un ruolo importante il **Centro Estero delle Camere di Commercio dell'Umbria**, che è titolare di svariati interventi finalizzati allo sviluppo di partenariati e reti di informazione, assistenza e promozione delle imprese umbre sui mercati internazionali, nonché di iniziative di tipo promozionale.

**Attività realizzate dal CER nel biennio 2006-2007**

Anno	Attività	
2006	Partecipazione all'Accordo di Programma MAP – Regione ed intervento in favore del conseguente programma operativo ICE – Regione	
	Partecipazione agli Accordi di programma MAP - Unioncamere	
	Gestione dello Sportello Provinciale per l'Internazionalizzazione delle Imprese	
	Banca dati ItalianCom	
	Progetto Ercole Olivario	
	Programma AL-INVEST III	
	Rete COPECO	
	Progetto Export	
	Sistema Bancario italiano – Centro Estero	
	APE-NET: progetto di formazione comunitaria	
	Partecipazione del Centro all'UNIDO	
	Bulgaria: partecipazione al forum economico	
	Informazioni comunitarie	
	Assistenza ed informazioni alle imprese	
	2007	Azioni e proposte di riforma del sistema regionale a sostegno dell'internazionalizzazione delle imprese
		Partecipazione all'Accordo di Programma MAP – Regione ed intervento in favore del conseguente programma operativo ICE – Regione;
		Seminari info paese: APE-NET; La Cina: le regole del gioco
Seminari info paese: Prospettive del mercato bulgaro		
Seminario info paese: L'esame delle opportunità offerte alle imprese umbre nel mercato slovacco		
Progetto Chamber Link: Centro America – accordo con il responsabile dell'area ACCA per promuovere il partenariato fra imprese umbre e imprese locali;		
Progetto Chamber Link: Australia – incontro con gli operatori umbri del settore agroalimentare per la promozione nel mercato australiano		
Promozione dell'iniziativa: Missione di una delegazione Palestinese in Umbria		
Promozione dell'iniziativa: Partecipazione alla fiera FHIIV internazionale dell'Avana (Cuba).		
Partecipazione al nuovo bando europeo EEN (Enterprise Europe Network)		
Gestione dello Sportello Provinciale per l'Internazionalizzazione delle Imprese		
Assistenza ed informazioni alle imprese		
"Progetto Rete" delle Camere di Commercio Italiane all'Estero		
Informazioni comunitarie		

**Assistenza alle imprese biennio 2006/2007**

Gran parte dell'attività del Centro è indirizzata all'assistenza delle imprese.

A tal fine è opportuno ricordare che il Centro nel 2006 si è dotato di un rapporto consulenziale permanente con gli uffici UE di Bruxelles. L'obiettivo è di poter disporre di un'informazione tempestiva sui programmi comunitari, ma soprattutto di poter fare affidamento su una costante presenza nei luoghi decisionali al fine di assicurare il buon esito delle proposte e dei progetti presentati dal Centro a valere sui programmi comunitari.

Riguardo all'attività informativa - consulenziale, anche nel 2007 il Centro ha assicurato l'assistenza a circa 400 aziende in ordine a quesiti in materia doganale, economico-legislativa, statistica, commerciale e di ricerca partner esteri. Sono stati oltre 16.000 gli utenti che da tutto il mondo hanno visitato il sito internet del Centro Estero, nel quale sono state pubblicate quotidianamente pagine web relative a news, iniziative e manifestazioni in Italia e all'estero.

### **Sportello Provinciale Internazionalizzazione**

Nel biennio di riferimento è proseguita l'attività dello Sportello Internazionalizzazione, gestito dalla Camera di Commercio attraverso il Centro Estero dell'Umbria, la cui principale missione è di fornire assistenza all'internazionalizzazione delle imprese. Lo Sportello fa parte del network di strutture camerali che, con il supporto dell'Unioncamere nazionale, partecipano alla individuazione delle iniziative promozionali previste dallo schema di Accordo di programma Ministero Commercio Internazionale – Unioncamere.

<b>Quesiti richiesti allo Sportello Internazionalizzazione e loro ripartizione per materia</b>		
<b>Materie dei quesiti</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>
Ricerca partner	58	71
Informazioni specialistiche/doganali e amministrative	143	156
Paesi/settori/mercati	52	45
Strumenti finanziari per l'internazionalizzazione	9	11
Fiere all'estero	16	24
Opportunità di Business	38	63
Altro	0	19
<b>TOTALE QUESITI</b>	<b>316</b>	<b>389</b>

### **Progetto Rete**

La Camera di Commercio di Perugia, in collaborazione con il Centro Estero dell'Umbria, ha inoltre lanciato il progetto **Rete delle Camere di Commercio Italiane all'Estero (CCIE)**, che ha la finalità promuovere lo sviluppo di relazioni commerciali tra operatori locali e stranieri in Paesi esteri di particolare interesse per l'economia locale. Il progetto Rete prevede a tale scopo la definizione di accordi stabili di collaborazione con le CCIE presenti in questi Paesi.

In particolare, le Camere estere convenzionate forniscono agli operatori della provincia una variegata gamma di servizi:

- elenchi di indirizzi e potenziali partner commerciali;
- informazioni economiche, doganali, finanziarie, legislative e fiscali;
- prima assistenza in loco;
- materiale informativo;
- assistenza a eventi promozionali (missioni, delegazioni, etc).

Le Camere coinvolte nell'iniziativa a partire del 15 Ottobre 2006 sono state le seguenti:

1. Camera di Commercio Italiana per l'Ungheria - Budapest
2. Camera di Commercio Italiana per la Francia - Parigi
3. Camera di Commercio Italiana per la Germania - Berlino
4. Camera di Commercio Italiana per la Gran Bretagna - Londra
5. Camera di Commercio Italiana per la Spagna – Barcellona
6. Camera di Commercio Italiana per la Svizzera – Zurigo
7. Camera di Commercio Italiana per il Belgio – Bruxelles
8. Camera di Commercio Italiana per la Francia – Lione

Il 15 aprile 2007 la Camera ha avviato un ulteriore rapporto della durata di 6 mesi con:

9. Italy-America Chamber of Commerce West – Los Angeles

Per la selezione delle Camere estere si è proceduto, in primo luogo, ad individuare, tra le Camere europee di maggiore interesse per le imprese umbre, quelle che potessero dare le maggiori garanzie in termini di qualità e tipologia dei servizi resi; inoltre si è tenuto conto dell'esperienza con esse maturata nel corso delle precedenti annualità.

Fra i principali **eventi di promozione** realizzati nell'ambito del progetto Rete possiamo citare:

- una **missione conoscitiva a Lione**, organizzata dal 19 al 23 settembre 2006, per conoscere il tessuto economico di questa zona, a cui hanno fatto seguito alcuni incontri per creare un collegamento fra gli aeroporti delle due città e rafforzare la collaborazione tra i due enti;
- una **Conferenza informativa sulle biomasse**, frutto del partenariato fra la Camera di Commercio di Perugia e la Camera di Commercio Italiana per la Germania, Ufficio di Berlino, e della collaborazione con il Centro Ricerca sulle Biomasse, l'Agenzia Regionale per l'Ambiente dell'Umbria (Arpa) e le associazioni di categoria della provincia. La Conferenza, che si è tenuta a Perugia il 21 novembre 2006, ha permesso di offrire a pubblici decisori ed a soggetti privati della Regione Umbria una base informativa attuale sul settore della bioenergia in Germania, approfondendo la conoscenza dei fattori che sono risultati necessari allo sviluppo del settore in uno specifico ambito territoriale: la Regione Nord Reno Vestfalia. A seguito di questa prima conferenza, che ha riscosso un rilevante interesse da parte delle aziende e delle istituzioni provinciali, la Camera di Commercio ha poi organizzato un incontro ad **Hannover** nell'ambito del progetto tedesco "Acquirenti italiani incontrano fornitori tedeschi ad Hannover", progetto specificatamente indirizzato ad aziende con fabbisogno d'acquisto nel settore delle bioenergie/biomasse, interessate ad instaurare rapporti commerciali con aziende tedesche;
- la promozione dell'artigianato locale all'interno del **Museo Nazionale Svizzero di Zurigo**, in collaborazione con la Camera di Commercio Italiana per la Svizzera, ospitata nella suggestiva Mellingerstube (la Sala del Consiglio di Mellinger risalente al 1467) e nel Kreuzgang dell'ala medievale del Museo, dal 29 novembre al 10 dicembre 2006, dove sono stati presentati i prodotti dell'artigianato tradizionale di eccellenza dei settori del Legno, dei Tessuti,

della Ceramica, della Gioielleria e dei Complementi d'arredo, attraverso l'allestimento di tre tavole imbandite appartenenti a tre diversi periodi storici (Medioevo, Rinascimento, Età Contemporanea);

- la **presentazione del documentario su Braccio Fortebraccio da Montone presso la Maison de l'UNESCO a Parigi**, occasione in cui è stato organizzato anche l'intervento di studiosi di storia medievale e una degustazione dei vini e dei prodotti tipici della provincia di Perugia;
- l'organizzazione di un **seminario sulle caratteristiche organolettiche e nutrizionali dell'olio extravergine di oliva di qualità ed una degustazione guidata**, in collaborazione con la Camera di Commercio di Bruxelles e di Lussemburgo; le due iniziative, che si sono svolte dal 5 al 7 giugno 2007, sono state finalizzate alla **promozione degli oli vincitori del Concorso nazionale Ercole Olivario**;
- la collaborazione per la realizzazione di **"Umbria in Argentina"**, evento che si è tenuto dal 1° al 6 dicembre 2007, per favorire la creazione di partenariati industriali e commerciali fra imprese nei settori delle energie rinnovabili con la collaborazione della Camera di Commercio Italiana di Buenos Aires;
- l'adesione al **progetto "Chamber Link"** che ha visto la presenza del Segretario Generale della Camera di Commercio Italiana di Barcellona presso la sede della Camera di Commercio di Perugia per circa una settimana, durante la quale sono stati organizzati incontri con le associazioni di categoria e la visita al territorio;
- l'adesione alla proposta della **Camera di Commercio Italiana a Los Angeles** relativa all'opportunità di penetrazione commerciale in California per le aziende del comparto "casa" (arredamenti, rivestimenti, tessuti ed oggetti da decorazione). A tale scopo si sta valutando la possibilità di rendere disponibile alle aziende perugine uno spazio espositivo all'interno del "Pacific Design Center" di Los Angeles;
- l'allestimento di uno spazio espositivo dedicato alle produzioni tipiche (mobili, ceramiche, tessuti), in rappresentanza dei territori umbri a maggior vocazione artigianale, che è realizzato nell'ambito della **fiera "La Dolce Vita"**, a **Londra**, dall'8 all'11 marzo 2007, concordato in sede di definizione degli Accordi di Programma ICE - Regione Umbria

Grazie anche ad un'azione di comunicazione strutturata, la conoscenza del **"Progetto Rete"** quale utile strumento di contatto e conoscenza dei mercati stranieri ha avuto una buona diffusione tra le aziende del territorio. Il progetto è stato promosso dalla Camera con un insieme integrato e diversificato di strumenti: una brochure informativa, distribuita ad oltre 600 aziende del territorio provinciale; la comunicazione web, attraverso il sito della Camera, con informazioni riguardanti le Camere di Commercio Italiane all'estero, notizie provenienti dai Paesi convenzionati su opportunità d'affari, flash economici e fiere; un bollettino informativo, inviato periodicamente alle associazioni di categoria, ai consorzi export e ad alcune aziende della provincia.

### **Altre iniziative per l'internazionalizzazione**

La Camera di Commercio di Perugia interviene anche a supporto dei **Consorzi Export** della provincia con la concessione di contributi, grazie ai quali le imprese consorziate possono usufruire di servizi a condizioni più vantaggiose per la partecipazione a fiere estere, per l'organizzazione di missioni commerciali e per l'accoglienza di delegazioni straniere.

In questo stesso ambito di interventi, è necessario ricordare il rinnovato slancio conferito al **bando per la concessione di contributi alle imprese del settore manifatturiero che partecipano a fiere e mostre internazionali in Italia ed all'estero**, finalizzato a migliorare la conoscenza dei mercati italiani ed internazionali e ad incentivare i processi di internazionalizzazione delle imprese.

L'intervento è nato tre anni fa nella convinzione che per le aziende la partecipazione ad un evento fieristico non è soltanto una vetrina di esposizione di prodotti, ma anche un'occasione di incontro con altre realtà produttive per condividere esperienze diverse e per confrontarsi con altre realtà produttive. Le attività oggetto del contributo camerale consistono nella partecipazione, con un proprio stand, alle manifestazioni fieristiche di rilevanza internazionale che hanno luogo in Italia e all'estero.

La somma erogata nell'anno 2007, è stata di € 150.000. Complessivamente, sono state presentate 204 domande, di cui 181 ammesse al contributo e 173 liquidate. In considerazione dell'elevato numero di domande pervenute, i fondi del bando sono stati incrementati, con due successive delibere, del valore di € 250.000 ai quali è stato aggiunto un residuo di € 53.480,16 non utilizzato nella prima annualità del progetto.

Globalmente, le risorse disponibili sono state pari a € 453.480,16, di cui € 288.290,21 liquidati nel corso del 2007.

### **La formazione, l'innovazione e la qualità**

La Camera di Commercio di Perugia ha posto particolare attenzione, fra i fattori strategici per la competitività del sistema economico-produttivo della provincia, alla formazione e qualificazione delle risorse umane, alla diffusione dell'innovazione fra le imprese e alla cultura della qualità.

Formazione, innovazione e qualità sono, dunque, concetti legati tra loro, nella consapevolezza che, per una realtà come quella umbra, la sfida del mercato globale si gioca soprattutto sulla combinazione di questi fattori.

### **Formazione**

Nel quadro dei programmi di sviluppo dell'istruzione e della formazione professionale, la collaborazione e l'interscambio tra il mondo della scuola, quello universitario e il sistema delle imprese sta assumendo un ruolo di sempre maggiore rilievo.

In particolare, è fondamentale per la Camera approfondire il già intenso rapporto con il mondo universitario, affinché possa svolgere la tipica funzione di trasmissione della conoscenza al servizio del sistema economico. Per il raggiungimento di questo obiettivo la Camera si è avvalsa anche delle specifiche competenze del Centro di Formazione Imprenditoriale, che per sua missione contribuisce alla diffusione di una moderna cultura d'impresa.

Fra le iniziative di formazione che hanno visto un intervento diretto della Camera, va menzionato il contributo per la realizzazione della terza edizione del **Master Internazionale in Olivicoltura ed Elaiotecnica**. Organizzato dalla Facoltà di Agraria dell'Università degli Studi di Perugia e dall'Associazione Spoleto Ricerca, il Master (unico di questo livello in Italia

e secondo in tutta Europa) gode del patrocinio del Consiglio Olivicolo Internazionale ed è una iniziativa che conferisce all'Umbria un ruolo strategico nell'alta formazione per il settore dell'olivicoltura.

Nel 2007 l'Ente camerale ha inoltre finanziato un intervento di formazione dal titolo "**Azioni Formative Alta Valle del Tevere**". Il pacchetto formativo, orientato alle aree del marketing, della logistica internazionale e dell'innovazione di processi, è destinato, rispettivamente, a giovani laureati e a dipendenti di aziende; rientra nell'intervento formativo anche l'erogazione di 25 borse di studio - destinate in parte ai partecipanti ai corsi di formazione ed in parte a soggetti di provenienza esterna - per lo svolgimento di otto mesi di stage in azienda.

L'iniziativa si propone di rafforzare il livello di competenze presenti nelle aziende del territorio, da un lato, consentendo ai giovani neolaureati di inserirsi nel tessuto imprenditoriale locale dopo aver ricevuto una formazione specialistica sulle tematiche dell'internazionalizzazione e del marketing, dall'altro, aggiornando le competenze professionali di soggetti già operanti nel contesto produttivo di riferimento.

Il coordinamento e la gestione di queste iniziative formative sono affidate ad una Associazione Temporanea di Imprese (ATI) costituita dalla società Sistemi Formativi Confindustria Umbria e da Euroservizi Srl (Verso l'Europa), che opereranno in stretto rapporto con Confindustria, CNA e Confartigianato del territorio dell'Alta Valle del Tevere.

Attraverso il **Centro di Formazione Imprenditoriale** la Camera ha consolidato il suo impegno per la messa a regime dei percorsi di Alternanza Scuola-Lavoro, promuovendo ulteriormente le attività di orientamento al lavoro anche attraverso i tirocini formativi e realizzando interventi formativi specialistici destinati a giovani in uscita dai percorsi di studi superiori o già occupati. Di particolare rilievo è inoltre il nuovo ciclo del Master per Manager di PMI, che ha visto l'apertura dell'11a edizione con il bando dell'ottobre 2007. Il tratto caratteristico di questa nuova edizione del Master è senz'altro la centratura sulle problematiche legate ai fenomeni di delocalizzazione produttiva e dell'outsourcing.

Il progetto **Alternanza Scuola Lavoro**, finanziato dal Fondo Perequativo Unioncamere, ha concluso nell'aprile 2007 il suo triennio sperimentale d'attività. I percorsi in alternanza sono stati in prevalenza formalizzati con le modalità dell'impresa formativa simulata e del tirocinio formativo.

Ecco come è composta la "**rete**" dell'Alternanza che, grazie a questo progetto, si è ad oggi costruita nella nostra provincia:

#### **Istituzioni**

- Camera di Commercio di Perugia
- Ufficio Scolastico Regionale per l'Umbria
- Centro di Formazione Imprenditoriale Scarl
- Provincia di Perugia - Assessorato Lavoro Formazione Istruzione.

#### **Istituti di Istruzione Secondaria Superiore**

- I.T.I.S. " A.Volta" - Perugia
- I.I.S. "A.Pieralli" - Perugia
- I.I.S. " E. Orfini" - Foligno (PG)

- I.T.C.G." R.Bonghi" - S.M.Angeli (PG)
- Licei Scientifico Statale "G.Marconi" - Foligno (PG)
- I.P.S.A.R.C.T. "F.Cavallotti" - Città di Castello (PG)
- I.I.S. " M.Gattapone" - Gubbio
- I.I.S. "L.Salvatorelli"- Marsciano" (PG)

#### Associazioni d'Impresa

- Api Perugia
- Associazione Industriali Prov.Perugia
- CNA Perugia
- Confommercio della provincia di Perugia
- Confartigiano Prov.le di Perugia
- Confesercenti Provinciale Perugia
- Legacoop Perugia
- Confederazione Italiana Agricoltori Perugia
- Confagricoltura Perugia
- Confcoopoperative Perugia
- Federazione Prov.le Coltivatori Diretti Perugia

#### Centri di Formazione Professionale

- Jobcity
- Scuola Operaia "Bufalini"
- CNOS FAP Regione Umbria
- Scuola Edile

Progetto alternanza scuola lavoro					
Annualità	Istituti Scolastici	Percorsi sperimentali	Studenti	Imprese/enti	Docenti/Dirigenti/ Tutor scolastici e aziendali in formazione
2006	8	16	334	135	52
2007	8	9	165	145	35
2007 Percorsi ASL a regime	27	40			48

**Progetti di formazione e orientamento realizzati tramite il Centro di Formazione Imprenditoriale**

Titolo Progetto	N. Partecipanti	Durata (ore)	Anno
MASTER PER MANAGER DI PMI	25	1500	2007-2008
Corso di alta formazione per Addetto alla gestione dei processi aziendali con sistemi ERP	8	660	2007-2008
L'IMPRESA DELLE DONNE: UMBRE ED IMMIGRATE INSIEME	29	150	2007
Corso di alta formazione per ESPERTO IN CERTIFICAZIONE E REVISIONE DI BILANCIO	12	700	2007-2008
Progetto PAL "Key For Job" La chiave per il lavoro – progetto integrato di formazione e work experiences per l'innovazione tecnologica e di processo per le PMI	27 partecipanti	74	2007-2008
Progetto PAL "Key For Job" La chiave per il lavoro – progetto integrato di formazione e work experiences per il management delle PMI	249 utenti complessivi candidati per work experiences	104	
Corso per Responsabile Tecnico delle Imprese che effettuano la gestione dei Rifiuti	37	84 56	2007-2008
Progetto InTenditori: Tecnico Specialista d'offerta per gare e appalti nazionali e internazionali - settore servizi -	10	486	2006/2007
Corso di specializzazione "Manager dei Processi Formativi"	14	264	2006-2007
Progetto "Alternanza Scuola Lavoro : Sperimentazioni Applicative della Legge di Riforma n. 53" <i>Soggetto attuatore: CCIAA Perugia- Centro di Formazione Imprenditoriale scarl</i>	662 studenti 8 Istituti scolastici 42 Tutor scolastici/aziendali in formazione	1 anno	2006-2007
Sportello Tirocini per l'inserimento al lavoro di studenti e giovani in cerca di occupazione". <i>Soggetto attuatore: CCIAA Perugia- Centro di Formazione Imprenditoriale scarl</i>	12 Istituti Scolastici 1.336 studenti 38 tirocini attivati	1 anno	2006/2007
"Alternanza Scuola Lavoro e ifts : messa a regime e sviluppo di percorsi formativi in attuazione dell'Art. 4 della Legge 53/03 e protocollo d'intesa Unioncamere-MIUR" <i>Soggetto attuatore: CCIAA Perugia- Centro di Formazione Imprenditoriale scarl</i>	27 Istituti scolastici superiori della provincia di Perugia 40 Percorsi ASL attivati a regime 48 tutor scolastici e aziendali formati	1 anno	2007-2008
"Sportello Tirocini per l'inserimento al lavoro di studenti e giovani in cerca di occupazione". <i>Soggetto attuatore: CCIAA Perugia- Centro di Formazione Imprenditoriale scarl</i>	23 Istituti Scolastici 2.127 studenti 11 tirocini attivati	1 anno	2007-2008

### Altri interventi formativi sostenuti o promossi dalla Camera di Commercio attraverso il CFI

Progetto	n. partecipanti	ore di formazione	anno
Progetto "IMPRESA ETICA: migliorare la competitività e comunicare i valori dell'impresa"	38	65	2007-2008
Autunno <i>ir</i> formazione – corsi di formazione per donne imprenditrici <i>In collaborazione con Comitato Imprenditorialità femminile CdC Perugia</i>	15	24	2007
Progetto "JUMP": creare condizioni per inserire soggetti deboli sul mercato del lavoro umbro " Programma Comunitario Equal -Regione Umbria		2 anni	2005-2007
Strategia e innovazione per le PMI <i>Soggetto promotore: Camera di Commercio di Perugia</i>	290	468	2006-2007

Con il progetto "**Sportello Tirocini per l'inserimento al lavoro di studenti e giovani in cerca di occupazione**" sono state realizzate anche azioni di diffusione delle tematiche di riferimento (cultura d'impresa, dinamiche del mercato del lavoro nazionale e locale, modalità di ingresso nel mercato del lavoro, fabbisogni professionali secondo l'analisi Excelsior, sistema della formazione professionale a finanziamento pubblico) in collaborazione con altri enti pubblici locali, coinvolgendo educatori e famiglie.

L'obiettivo originario di costituire una "rete" per la diffusione di azioni di orientamento/tirocinio intese a facilitare l'ingresso dei giovani in uscita dai percorsi scolastici e universitari nel mercato del lavoro, ha guidato anche la terza annualità di questo progetto, terminata nell'aprile del 2007, che ha coinvolto 2.838 studenti, 49 aziende e 24 scuole superiori della provincia di Perugia.

#### **Innovazione**

L'innovazione, intesa non solo dal punto di vista tecnologico ma anche da quello dell'acquisizione e della diffusione di modelli innovativi di gestione, è un fattore chiave per lo sviluppo.

In base a questa logica, la Camera ha creato uno **Sportello per la Responsabilità Sociale delle imprese** a disposizione delle aziende per offrire un servizio gratuito di orientamento sulla certificazione SA8000, sul progetto del Ministero del Welfare CSR-SC e su tutti gli strumenti attinenti al tema. Scopo del progetto è di contribuire a diffondere una cultura della responsabilità sociale delle imprese presso tutti gli interlocutori sociali, economici ed istituzionali, attivando una forte azione di sensibilizzazione sulle tematiche sociali, ambientali e della sostenibilità, per stimolare l'adozione di comportamenti socialmente responsabili.

## LO SPORTELLO RESPONSABILITA' SOCIALE

Lo Sportello Responsabilità Sociale delle Imprese, gestito dall'Azienda speciale Promocamera, è stato istituito sin dal 2002 ed offre i seguenti servizi:

- assistenza ed informazioni alle imprese;
- diffusione di materiale informativo;
- organizzazione di eventi informativi e formativi rivolti alle imprese;
- attività di monitoraggio sul territorio, anche allo scopo di individuare opportunità ed esigenze di potenziamento dello sportello stesso;
- informazioni su eventuali agevolazioni, finanziamenti e iniziative in ambito responsabilità sociale;
- informazioni su altri strumenti attinenti al tema della responsabilità sociale delle imprese.

## EVENTI IN AMBITO DI RESPONSABILITA' SOCIALE

La Camera partecipa, dalla sua istituzione, al **Premio Unioncamere "Danilo Longhi" per l'impresa socialmente responsabile**.

Nel 2006 è stata un'impresa della provincia di Perugia – la Sirci s.p.a. di Gubbio – a vincere il 1° Premio nazionale.

Nel 2007 la Camera di Commercio di Perugia è stata inoltre presente a Roma alla **"Giornata delle Buone pratiche di CSR"** presentando tre imprese della provincia impegnate con successo in azioni di responsabilità sociale.

L'impegno per lo sviluppo e la diffusione dell'innovazione tra le imprese della provincia ha indotto la Camera ad impegnare nuove risorse per il finanziamento del **Bando "Sviluppo e diffusione dell'innovazione tecnologica nel sistema produttivo locale"**, in collaborazione con la Fondazione Cassa di Risparmio di Perugia. Le risorse messe in campo col bando concorrono al sostegno di progetti di ricerca proposti all'Università degli Studi di Perugia da imprese che hanno sede nella provincia e che si impegnano al co-finanziamento del progetto.

Duplica la finalità del progetto: da un lato, contribuire allo sviluppo delle imprese locali, attraverso la diffusione dell'innovazione e migliorandone la capacità competitiva; dall'altro, incentivare rapporti di fattiva collaborazione tra mondo universitario e mondo delle imprese.

### Qualità

La qualità è un fattore decisivo per la competitività delle imprese e dei sistemi economici, a maggior ragione per una piccola regione come l'Umbria.

Rientra in questa visione la tradizionale azione della Camera di Commercio per la diffusione e il sostegno della qualità, intesa come elemento trasversale all'intero sistema economico, coniugata quindi con le tematiche dell'ambiente, della sicurezza, dell'eticità dei comportamenti e della responsabilità sociale dell'impresa.

Cambiare il modo di pensare, puntando su questo nuovo ed esteso concetto di qualità, è il modo migliore per cambiare le prospettive di sviluppo del territorio provinciale.

Nel corso del 2006-2007 è stata portata a conclusione l'attività del **Bando per la certificazione di qualità nel settore turismo**; possono beneficiare di questa misura di sostegno, introdotta già dal 2004, gli alberghi, le residenze d'epoca, le agenzie viaggio, le agenzie di turismo congressuale e i campeggi della provincia, che realizzano attività di progettazione, implementazione e certificazione del Sistema Qualità a fronte della norma internazionale UNI EN ISO 9001, UNI EN ISO 14001, del regolamento comunitario EMAS II o della normativa sul marchio Ecolabel europeo per il servizio di ricettività turistica.

Il bando prevedeva un contributo in conto capitale pari al 40% dei costi di certificazione con un tetto massimo di contributo di 4.000 euro. A chiusura del progetto sono state finanziate **7 strutture** del comparto turistico per un ammontare di contributi pari a 23.495,60 euro.

### **ITF Italian Textile Fashion**

L'obiettivo del progetto di rintracciabilità a marchio ITF – Italian Textile Fashion (organismo intercamerale di tutela della filiera moda) nasce per rispondere all'esigenza, sempre più sentita dalle Pmi del settore tessile, di differenziare e valorizzare la propria produzione, fornendo al consumatore alcune informazioni sulla qualità del prodotto che lo metta in condizione di fare una scelta consapevole. La finalità è quella di costruire un sistema di etichettatura volontaria che vada oltre ai requisiti obbligatori, previsti dalla legislazione vigente, un campo nel quale già le Camere di Commercio operano essendo chiamate a svolgere un ruolo di controllo e di ispezione. Lo scopo del progetto, dunque, è quello di sviluppare un sistema che miri ad individuare e valorizzare requisiti non obbligatori che possono qualificare il prodotto differenziandolo da quello convenzionale e rendendolo maggiormente appetibile sul mercato. Tra questi requisiti assume valore prioritario quello dell'origine dei prodotti. Tutte le informazioni sulla lavorazione dovranno servire per differenziare il prodotto sia sul mercato interno che su quello internazionale, grazie anche ad una adeguata promozione del sistema di tracciabilità ITF.

I principali interventi realizzati nel 2006 e nel 2007 da ITF e quindi dalla Camera di Commercio di Perugia, attraverso la propria Azienda speciale Promocamera, per la definizione e l'implementazione del modello di tracciabilità sono:

- predisposizione del Modello di tracciabilità;
- validazione del Modello di tracciabilità, ovvero un suo collaudo su alcune aziende;
- condivisione con gli organismi interessati. A tale scopo è stato istituito un "tavolo tecnico" cui partecipano ITF, i rappresentanti nazionali delle Associazioni dei produttori del comparto moda, Dintec, Centrocot;
- definizione del sistema di controllo.

### **Le infrastrutture**

Il sistema infrastrutturale per l'ente camerale è una delle priorità d'intervento per lo sviluppo economico e sociale del territorio. Per questo motivo la Camera di Commercio da anni si adopera per migliorare la dotazione infrastrutturale della provincia, che risulta piuttosto carente anche a causa delle caratteristiche del territorio.

Per rispondere concretamente agli interessi della popolazione, alle esigenze logistiche delle imprese, ai bisogni di una migliore viabilità, l'ente prende parte ad azioni per il miglioramento e l'ammodernamento della dotazione infrastrutturale

del territorio. In particolare la Camera di Commercio di Perugia è uno dei partner degli accordi con enti pubblici e privati per la progettazione e l'ammodernamento di vie di comunicazione di rilevanza strategica per il territorio provinciale.

#### **Principali interventi infrastrutturali nel biennio 2006-2007:**

- sigla del Protocollo d'Intesa, insieme a Regione Umbria, Rete Ferroviaria Italiana s.p.a., Fondazione Cassa di Risparmio di Perugia e Fondazione Cassa di Risparmio di Foligno, per il **potenziamento della linea ferroviaria Foligno – Perugia – Terontola**
- **ricapitalizzazione della società di gestione dell'Aeroporto Internazionale di S.Egidio**: l'intervento di ricapitalizzazione è stato finalizzato al consolidamento e allo sviluppo dello scalo aeroportuale, consentendo all'Ente di mantenere il ruolo di primo azionista della società;
- intervento a favore di **Quadrilatero Marche Umbria Spa**: nel corso dell'intero anno 2007 sono proseguiti i contatti con gli organi direttivi al fine di perfezionare opportune modalità di intervento a favore della Società che si occupa dell'adeguamento del sistema viario e stradale di collegamento tra l'Umbria e le Marche.

In questo stesso ambito di interventi, finalizzati al progressivo ammodernamento delle strutture camerali, va segnalato anche il progetto di **ristrutturazione dei locali della ex Borsa Merci di via Mazzini**, avviato nel mese di novembre 2006 e portato a termine a fine 2007; il progetto è stato concepito per offrire al territorio un centro di rappresentanza per le istituzioni, luogo di incontro e di scambio non più di prodotti agricoli - come anticamente era la Borsa Merci - ma di idee, di informazioni, di creazioni artistiche, di prodotti di eccellenza e di servizi.

La nuova struttura è stata denominata "**Centro Servizi Camerali Galeazzo Alessi**".

#### **Gli studi e l'informazione economica**

La valorizzazione del grande patrimonio di informazioni sulla struttura imprenditoriale detenuto dalla Camera di Commercio è da sempre uno degli obiettivi fondamentali dell'ente.

Accanto alle elaborazioni economico-statistiche sulla consistenza e la dinamica imprenditoriale, la Camera cura e/o finanzia altri studi, ricerche ed indagini finalizzati all'approfondimento di specifici temi d'interesse per il territorio.

#### **Studi, ricerche e pubblicazioni**

In vista dell'entrata in vigore dei nuovi criteri internazionali conosciuti sotto il nome di Basilea 2, la Camera di Commercio di Perugia, in collaborazione con il Consorzio camerale per il credito e la finanza, ha realizzato due ricerche per valutare l'affidabilità creditizia delle imprese della provincia e stimare gli effetti che le innovazioni apportate dai nuovi accordi, in termini di valutazione del rischio e di assorbimento di capitale da parte delle banche, avrebbero avuto sull'accesso al credito da parte delle PMI.

La ricerca dal titolo "**Affidabilità delle Imprese Minori della provincia di Perugia**" è strutturata in due parti: nella prima, sono state esaminate le caratteristiche oggettive del campione (costituito da 300 società di persone e ditte individuali), ovvero gli aspetti organizzativi, il mercato di riferimento, la struttura finanziaria e i rapporti con il sistema

creditizio. Nella seconda, sono stati, invece, illustrati i risultati di una simulazione volta a verificare la rischiosità delle imprese del campione, risultati declinati dapprima a livello di campione complessivo e, successivamente, tenendo conto di alcune variabili di base, quali: forma giuridica, settore macro-economico, anno di fondazione, mercato di riferimento, numero di collaboratori, numero di fornitori e fatturato.

La valutazione delle imprese del campione ha evidenziato una situazione soddisfacente: il 96% delle aziende della provincia di Perugia si pone ad un livello di rischiosità bassa o molto bassa e il 9% circa presenta ottimi "fondamentali".

Dall'analisi è emersa una correlazione diretta tra alcune variabili e il grado di rischiosità delle imprese del campione. La forma giuridica, il settore di riferimento, l'apertura del mercato, l'anzianità delle imprese si sono dimostrati indicatori importanti ai fini della distribuzione delle aziende lungo la scala di ranking.

Il campione ha confermato sostanzialmente le principali linee di tendenza già emerse nell'indagine a livello nazionale. Si può citare, ad esempio, l'esistenza di un rapporto tra impresa e sistema bancario che non è fatto di multi-affidamenti e di elevato "turn-over" ma che, al contrario, è caratterizzato dalla fedeltà alla propria banca di riferimento e dalla costruzione di rapporti duraturi.

Nella prospettiva di Basilea 2, le imprese del campione sembrano presentare delle buone credenziali in termini di affidabilità, anche se vengono evidenziate delle criticità legate soprattutto ad elementi strutturali prima ancora che operativi.

La seconda ricerca "**Gli effetti di Basilea 2 sulle società di capitali della provincia di Perugia**" è stata condotta su un campione di 200 società di capitale della provincia di Perugia, con fatturato non superiore a 10 milioni di euro, attraverso l'esame dei bilanci riclassificati relativi all'anno 2004 e l'applicazione di alcuni indicatori di tipo economico-patrimoniale.

I risultati dell'indagine evidenziano che:

- oltre un terzo del campione si colloca su livelli quindi di notevole affidabilità finanziaria;
- il 21% del campione si pone su una sorta di "crinale" tra il gruppo di imprese vulnerabili e il gruppo di imprese con criticità e, quindi, rischiosità crescenti;
- infine il 21% del campione si colloca in una posizione di elevato livelli di rischio.

Ne consegue che circa un quinto del campione potrebbe trovare difficoltà a essere affidato dal sistema bancario.

I risultati delle due ricerche sono stati presentati e discussi nel dicembre 2006 in occasione di un convegno dal titolo "Le imprese perugine di fronte a Basilea 2", organizzato in collaborazione con ABI Umbria, al quale hanno preso parte i rappresentanti dei confidi e del sistema bancario locale.

La Camera pubblica poi annualmente il rapporto relativo al Sistema Informativo **Excelsior**, realizzato da Unioncamere in collaborazione con le singole Camere di Commercio e in accordo con il Ministero del Lavoro e l'Unione Europea. Giunta nel 2007 alla sua decima edizione, l'indagine è ormai una fonte statistica riconosciuta per quanto riguarda il mercato del lavoro in Italia. In particolare, Excelsior fornisce una conoscenza aggiornata circa la domanda di figure professionali richieste dalle imprese e le caratteristiche ad essa associate: età, titolo di studio, sesso, esperienza lavorativa, conoscenza informatica, ecc. Nel 2007, in occasione della presentazione dei dati Excelsior, è stato organizzato anche un seminario di studi in cui sono stati approfonditi i dati occupazionali sulle donne, i giovani e gli stranieri.

In occasione della **Giornata dell'Economia**, evento nazionale che coinvolge l'intero sistema delle Camere di Commercio italiane, viene pubblicato annualmente, dal 2003, il **Rapporto sull'economia provinciale**. Esso rappresenta una fotografia sullo stato di salute e sulle tendenze del sistema economico e produttivo provinciale, con approfondimenti particolari sui temi legati alla competitività, alle risorse umane e all'innovazione. La Camera di Commercio di Perugia, nel 2007, in occasione della V Giornata dell'economia, ha voluto mettere a fuoco il tema del turismo, cui è stato dedicato uno specifico approfondimento curato dall'Isnart (Istituto Nazionale Ricerche Turistiche) con la realizzazione di un Dossier Turismo, distribuito insieme al Rapporto economico provinciale.

Fra le altre pubblicazioni periodiche a carattere economico-statistico la Camera cura, dal 2005, l'**Osservatorio congiunturale sul settore manifatturiero** della provincia di Perugia. Sono stati realizzati e pubblicati 4 report trimestrali sull'andamento di alcune variabili economiche del settore, quali produzione, fatturato e ordinativi.

La rivista "**Obiettivo Impresa**" è un fondamentale strumento di comunicazione e informazione con il quale la Camera di Commercio si propone non solo di diffondere presso un ampio pubblico le informazioni fondamentali sulle proprie attività, sulle strategie di azione e sui progetti messi in campo nell'ambito della propria missione, ma anche di stimolare dibattiti di approfondimento sui principali temi dell'agenda locale e nazionale. La rivista ha cadenza bimestrale, una tiratura di 5.000 copie ed è distribuita gratuitamente ad un pubblico differenziato composto da imprese, enti, sistema camerale, associazioni e privati.

#### **Sportello di informazione economico-statistica**

Presso la Camera è operativo lo **Sportello di informazione economico-statistica**, istituito per offrire all'utenza informazioni sul contesto economico provinciale, grazie all'utilizzo di banche dati e di collegamenti a siti internet specializzati.

Lo Sportello fa parte di **Starnet**, il portale nazionale del sistema camerale che mette in rete le informazioni di tutti gli Uffici Studi e Statistica delle Camere di Commercio italiane.

L'attività informativa dello Sportello si avvale del supporto del Centro di documentazione funzionante presso la Biblioteca, per la consultazione del suo patrimonio informativo e per l'accesso ai siti specializzati.

Richieste di informazioni	
Anno	N. richieste
2006	337
2007	591

#### **Biblioteca - Centro di documentazione**

La Camera di Commercio dispone di una **Biblioteca**, che funziona anche come Centro di documentazione e dispone di un ingente patrimonio informativo sui temi economici e giuridici.

Il corpus documentario comprende le pubblicazioni realizzate dalla Camera e da altri soggetti del sistema camerale, oltre a repertori, monografie, periodici, settimanali e quotidiani. Tra i vari servizi offerti, è possibile anche la consultazione di

documentazione legislativa e di banche dati relative non solo al contesto economico locale, ma anche nazionale e internazionale.

La Biblioteca è aperta al pubblico e, dal 2004, è possibile accedere al **catalogo on-line** delle pubblicazioni attraverso il sito web della Camera di Commercio.

Documentazione consultabile presso la Biblioteca della Camera di Commercio	
Tipologia	Principali Pubblicazioni / Banche dati
Studi, Ricerche e Rapporti	Quaderni della Camera di Commercio Rapporto economico provinciale - Giornata dell'economia (annuale) Obiettivo Impresa (trimestrale) Osservatorio congiunturale sul manifatturiero (trimestrale) Sistema Informativo Excelsior: le previsioni e i fabbisogni occupazionali per la provincia di Perugia (annuale) Studi sugli effetti di Basilea 2
Repertori	Guide Monaci Kompass Annuario Seat Guida mondiale delle Fiere
Monografie e periodici	circa 14.000 monografie circa 1.100 testate periodiche
Quotidiani e settimanali	a diffusione nazionale: La Repubblica, Il Corriere della Sera, Il Sole 24 Ore, Italia oggi, La Nazione, Il Messaggero, Agrisole a diffusione regionale: Il Giornale dell'Umbria, Il Corriere dell'Umbria, UmbriaSettegiorni
Documentazione legislativa	cartacea (Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana, Bollettino regionale della Regione Umbria, Gazzetta Ufficiale delle Comunità europee) su supporto informatico: Leggi d'Italia, Diritto comunitario, Foro italiano

### L'orientamento all'imprenditoria

Per promuovere e sostenere lo sviluppo imprenditoriale del territorio, orientare e informare su opportunità e problematiche relative alla creazione di nuove imprese, la Camera di Commercio di Perugia si avvale di diversi servizi di informazione, assistenza e orientamento per aspiranti imprenditori o per particolari tipologie di imprese. Rientrano in questo ambito di attività:

- lo Sportello per l'imprenditoria, che assicura servizi di informazione e orientamento alla creazione d'impresa;
- il Comitato per l'imprenditorialità femminile, per il consolidamento del ruolo delle donne nel mondo imprenditoriale.

#### **Sportello per l'imprenditoria**

Lo Sportello per l'imprenditoria offre servizi di informazione e orientamento sia agli aspiranti imprenditori, nella fase del percorso iniziale di progettazione, sia agli imprenditori già operativi che sono intenzionati a consolidare la loro impresa.

Eroga informazioni sulle procedure per avviare una impresa e sugli strumenti di agevolazione alla creazione d'impresa, e supporta gli utenti nell'individuazione della fonte di finanziamento più adeguata alle caratteristiche dello specifico progetto di business.

#### **Contatti gestiti dallo Sportello**

Anno 2006: 168  
Anno 2007: 110

### Comitato per l'imprenditorialità femminile

il **Comitato per l'imprenditorialità femminile** è composto da rappresentanti dei diversi settori economici, delle organizzazioni sindacali, del sistema del credito e allargato anche alla partecipazione del Centro Pari Opportunità della Regione e della Provincia ed alla Agenzia regionale Sviluppumbria, ed ha lo scopo di:

- favorire lo sviluppo e la qualificazione della presenza delle donne nel mondo dell'imprenditoria, indagando anche sulle cause che ostacolano l'accesso;
- promuovere iniziative per favorire lo sviluppo dell'imprenditoria femminile;
- proporre attività di formazione imprenditoriale e professionale.

Oltre all'attività di sportello a favore delle donne imprenditrici o aspiranti tali, nel biennio 2006-2007, sono da citare:

- la promozione della convenzione stipulata con istituti bancari, consorzi fidi e soggetti istituzionali in base alla quale le imprenditrici possono ottenere finanziamenti a condizioni più favorevoli rispetto a quelle praticate sul mercato, con l'ulteriore vantaggio della garanzia prestata dai Consorzi fidi;
- la realizzazione di corsi di formazione nelle seguenti aree: amministrazione, controllo e finanza come supporto all'azione manageriale; comunicazione e leadership per capi e quadri intermedi; competitività e innovazione di processo e di prodotto;
- l'elaborazione di un progetto di legge regionale a supporto dell'imprenditoria femminile in Umbria;
- la collaborazione allo studio "Capitale Donna", indagine sull'occupazione femminile in Umbria;
- la partecipazione ai tavoli del Patto per lo sviluppo regionale;
- l'aggiornamento della Guida "Lo sportello che fa per te", un percorso ragionato sui punti di informazione in materia di imprenditoria presenti nella provincia di Perugia.

### **COMPOSIZIONE DEL COMITATO IMPRENDITORIA FEMMINILE**

Nadia Libera	Imbrogliani	Sviluppumbria	Presidente
Francesca Augusta	Vignaroli	A.I.D.D.A.	Vice Presidente
Danila	Bizzarri	A.B.I. - associazione bancaria italiana	
Valentina	Caliani	agricoltura	
Edi	Cicchi	cooperazione	
Liana	Cicchi	cooperazione	
Luisa	Ferretti	Consiglio Camera di Commercio di Perugia	
Francesca	Fiorucci	organizzazione sindacale	
Maria Angela	Locchi	artigianato	
Mary	Mancinelli	artigianato	
Sonia	Marsella	commercio	
Jacqueline	Orilio	organizzazione sindacale	
Valeria	Paoletti	Centro Pari Opportunità della Regione Umbria	
Lorena	Pesaresi	Ufficio Pari Opportunità della Provincia di Perugia	
Paola	Petrini	industria	
Anna	Santilli	industria	
Daniela	Sarnari	agricoltura	
Nela	Turkovich Giulietti	commercio	
Maria	Zappelli Cardarelli	agricoltura	

Presso la Camera di Commercio è stato istituito anche il **Comitato Giovani Imprenditori**, al quale si deve la realizzazione di un'indagine sull'imprenditoria giovanile nella provincia di Perugia, che si è incentrata sull'analisi di opportunità, problematiche, criticità e difficoltà del passaggio generazionale. I risultati dell'indagine, che ha coinvolto oltre 500 giovani imprenditori, sono stati presentati nel corso di un convegno tenutosi presso la Camera di Commercio nel maggio 2006.

### **Il Consorzio Novaumbria**

Il Consorzio Novaumbria, costituito nel 2003 fra Sviluppumbria spa, Gepafin Spa, Bic Umbria Spa, Camera di Commercio di Perugia e Camera di Commercio di Terni, ha strutturato le proprie attività come **servizi integrati per definire un percorso di accompagnamento costante del neo-imprenditore**.

Questo, nel complesso, il ventaglio delle attività svolte:

- attività di orientamento ed informazione per l'accesso ai servizi, garantita attraverso 12 sportelli POP (Point Of Presence) dislocati sul territorio regionale;
- comunicazione e animazione territoriale per la promozione dei servizi;
- formazione sui temi della creazione d'impresa;
- tutoraggio ed accompagnamento pre e post-costituzione aziendale;
- erogazione di incentivi economici;
- interventi di consolidamento del tessuto imprenditoriale regionale attraverso il supporto allo spin-off aziendale, al ricambio generazionale e all'internazionalizzazione;
- monitoraggio e vigilanza.

Destinatari dei servizi del Consorzio sono stati sia gli aspiranti imprenditori che le neo imprese umbre costituite da non più di dodici mesi.

Agli **aspiranti imprenditori** è stato offerto un percorso integrato e personalizzato di crescita imprenditoriale costituito da: orientamento, assistenza, formazione, consulenza per la costituzione dell'impresa, informazioni su strumenti di incentivazione finanziaria.

Alle **imprese neo-costituite** è stato fornito invece un percorso integrato e personalizzato di sostegno nella fase di start-up costituito da: orientamento, assistenza, tutoraggio post-costituzione dell'impresa, incentivi finanziari (esclusivamente per le imprese localizzate nelle aree Non Docup Ob. 2 – Comune di Perugia).

### **IMPRESE UTENTI DEL CONSORZIO NOVAUMBRIA**

Su un totale di 5.446 idee d'impresa presentate, grazie all'accompagnamento degli sportelli Novaumbria si sono costituite **411** imprese.

La forma giuridica prevalente è risultata essere la ditta individuale (203 imprese), seguita dalla società in nome collettivo (121 imprese).

Il settore di attività prevalente è stato quello dei servizi alle imprese (114), seguito dalle attività commerciali all'ingrosso e al dettaglio (81) e dalle attività manifatturiere, prevalentemente sotto forma di piccolo artigianato (61). Un posto di rilievo spetta anche al settore dei servizi pubblici, personali e sociali (41).

Per quanto riguarda la localizzazione, risulta che la maggior parte delle imprese costituite ha sede operativa nella provincia di Perugia (338 imprese), in particolare nei comuni di Perugia (124), Foligno (26), Città di Castello (16), Spoleto (33), Gubbio (13), Umbertide (12), mentre nella provincia ternana sono state localizzate 36 imprese nel comune di Terni e 24 in quello di Orvieto.

## La promozione integrata e lo sviluppo locale

Ogni valutazione sullo sviluppo economico non può certo prescindere dalle dovute considerazioni sull'ampio patrimonio di risorse di cui l'Umbria dispone, sulle effettive vocazioni del territorio, sulle specificità delle sue imprese, sul capitale umano ed istituzionale, in un'ottica di coesione sociale e territoriale, di saldatura tra territori maggiormente sviluppati e aree marginali, di valorizzazione di competenze.

E' noto come la promozione del territorio e del turismo, e con essi la valorizzazione delle risorse culturali, ambientali, paesaggistiche, artigianali, enogastronomiche e naturali, rappresentano fattori di elevata attenzione anche per l'ente camerale, che nell'ultimo decennio ha rafforzato e messo a sistema i propri interventi di promozione in un più ampio contesto di valorizzazione del territorio e delle produzioni di eccellenza da questo espresse.

L'intervento camerale in questo ambito si snoda pertanto in una notevole varietà di azioni che vanno dalla promozione e valorizzazione delle produzioni di qualità, con particolare riguardo al settore agro-alimentare, alla promozione turistica ed al sostegno delle grandi manifestazioni culturali di animazione del territorio.

### Concorso nazionale Ercole Olivario

Dal 1993 l'ente promuove il **Concorso nazionale Ercole Olivario**. L'iniziativa è nata per valorizzare l'olio extravergine d'oliva, un prodotto che, nel panorama della produzione agroalimentare umbra, riveste un ruolo basilare, sia da un punto di vista economico che culturale: la coltivazione dell'olivo, infatti, è al tempo stesso un elemento caratteristico del paesaggio e un prodotto tipico per eccellenza.

L'Ercole Olivario ha accompagnato il processo di crescita del settore e di valorizzazione dell'olio di oliva di qualità italiano, ed è diventato attualmente l'appuntamento più prestigioso per i produttori olivicoli italiani, che in numero sempre crescente prendono parte agli eventi organizzati a Spoleto. Il successo del premio è testimoniato dalle cifre dei primi 15 anni: quasi 4.000 le adesioni alle selezioni regionali; più di 700 i finalisti di Spoleto; un centinaio i vincitori delle diverse edizioni.

L'iniziativa è partecipata da numerosi enti ed istituzioni: Unioncamere nazionale, Unioni regionali dell'Abruzzo, della Campania, del Lazio, delle Marche, della Sardegna, della Sicilia, dell'Umbria, Camere di Commercio di Perugia, Terni, Ministero per le Politiche agricole e forestali, Coordinamento degli Assessori all'Agricoltura delle Regioni, Accademia Nazionale dell'Olivo e dell'Olio, Istituto per il Commercio Estero, Ministero delle Attività Produttive, Unione Nazionale Associazioni dei Produttori di Olive, Consorzio Nazionale Olivicoltori, Unione Nazionale Associazioni Coltivatori Olivicoli.

La promozione dei migliori oli italiani non si esaurisce nella settimana finale del concorso, ma prosegue nel corso dell'anno con la presentazione degli oli vincitori a fiere e manifestazioni specializzate. E' stato inoltre messo a punto e già sperimentato in più occasioni un format particolare per la presentazione degli oli all'estero: un workshop durante il quale viene offerta agli operatori (buyers e ristoratori) la possibilità di apprendere le tecniche di assaggio degli oli e le caratteristiche delle diverse tipologie di olio italiano. A seguire, viene proposto un assaggio guidato degli oli vincitori dell'ultima edizione del concorso e la possibilità di incontrare i produttori.

### **Concorso per gli oli DOP "Umbria"**

In collaborazione con l'Unioncamere Regionale, la Camera ha realizzato, attraverso l'Azienda speciale Promocamera, il **Concorso per gli oli DOP "Umbria"**, che vede ogni anno la premiazione dei migliori DOP delle cinque sottozone in cui è divisa la regione. Il concorso serve innanzitutto a favorire la conoscenza dei prodotti tra i consumatori, a rafforzarne la presenza sui mercati e anche a fornire un forte impulso al miglioramento delle tecniche produttive.

Sono state inoltre realizzate, in collaborazione con la Regione Umbria, mostre e workshop in Italia per promuovere i prodotti agroalimentari della provincia, in particolare i prodotti biologici, i vini DOC, DOCG e IGT, i prodotti con riconoscimento DOP e IGP (olio, prosciutto di Norcia, lenticchia di Castelluccio di Norcia, vitellone bianco dell'Appennino centrale).

### **Quality Hotels & Restaurants**

La Camera di Commercio di Perugia è inserita nel circuito dei **marchi di qualità del settore alberghiero e della ristorazione** sin dalle prime annualità del progetto nazionale promosso dal Sistema camerale e in particolare dall'ISNART. Gli obiettivi di questo progetto sono individuabili a vari livelli: creare un marchio di qualità quale forma di comunicazione fra domanda e offerta, attivare modelli di ospitalità efficaci e innovativi, trasmettere al mercato nazionale e internazionale una nuova attenzione al cliente.

Il progetto, che coinvolge oltre 60 province italiane, offre agli imprenditori del settore alberghiero e della ristorazione la possibilità di accreditare la propria struttura attraverso un marchio rappresentativo di un'offerta di servizi qualificata.

I parametri di qualità delle strutture sono definiti da uno specifico regolamento di partecipazione. A partire dal 2001 76 imprese alberghiere attive in provincia hanno ottenuto il riconoscimento di qualità e sono state inserite nella guida a diffusione nazionale "Quality Hotels". Parallelamente, è stato avviato il progetto per l'assegnazione del "Marchio di qualità alle imprese ristorative", giunto alla terza edizione, con un totale complessivo di ristoranti accreditati pari a 58.

Le imprese alberghiere e i ristoranti che hanno ottenuto nelle ultime edizioni il riconoscimento di qualità, sono state inserite nelle guide a diffusione nazionale curate dall'ISNART e nella Guida provinciale "Quality Hotels & Restaurant della provincia di Perugia", consultabili anche accedendo al Sito internet della Camera [www.pg.camcom.it](http://www.pg.camcom.it) o dell'Isnart [www.10q.it](http://www.10q.it)

### **Progetto Turismo**

L'assegnazione del Marchio di qualità alle strutture ricettive non è l'unico intervento della Camera di Commercio a sostegno del settore: a decorrere dall'anno 2001 l'ente destina una consistente quota di risorse al sostegno dei flussi turistici della provincia attraverso la realizzazione del **Progetto Turismo**. Questa è la denominazione con cui viene individuato un complesso di attività che la Camera finanzia e coordina, in collaborazione con tutte le associazioni di categoria della provincia, per la realizzazione di un vasto programma di iniziative finalizzate alla promozione del territorio.

Il progetto è nato dalla consapevolezza che il turismo, per la trasversalità con cui attraversa il panorama economico del territorio, costituisce uno dei settori più significativi e strategici per il rilancio dell'economia regionale.

Ogni anno la Giunta camerale approva un piano operativo, condiviso tutte le associazioni di categoria della provincia, che viene realizzato in un predeterminato arco temporale di riferimento dalle stesse associazioni, dalle loro strutture operative oppure direttamente dalla Camera.

Possiamo raggruppare le iniziative in due ambiti di attività: azioni di comunicazione e promozione, in cui rientrano varie iniziative, quali ad esempio la produzione di prodotti editoriali da diffondere presso l'utenza professionale o privata; azioni sul mercato, in cui sono raggruppate le iniziative rivolte sia al mercato degli operatori che al pubblico più vasto dei consumatori, per incrementare la conoscenza del territorio e creare forme di fidelizzazione della clientela.

Fra le principali iniziative possiamo citare la realizzazione di una campagna promozionale verso il mercato inglese, finalizzata ad incrementare i flussi di visitatori provenienti dalla Gran Bretagna grazie all'attivazione del nuovo collegamento aereo Perugia-Londra; l'azione – messa in campo nel periodo luglio-agosto 2007 – è consistita in una **campagna pubblicitaria sui quotidiani Financial Times e Metro**, nelle sezioni specializzate sul turismo. Altra iniziativa di rilievo è stato il **Bando per la concessione di contributi per progetti di incoming** verso la provincia di Perugia. Finalizzato a sostenere progetti di promozione del territorio attraverso la pubblicazione di cataloghi e brochure, la messa in linea di portali dedicati e l'offerta di pacchetti turistici, il bando era indirizzato ad agenzie di viaggio e tour operator della provincia.

Per la realizzazione del progetto Turismo 2006 sono stati stanziati 288.000 euro, mentre per l'edizione 2007 il finanziamento globale è stato di 150.000 euro.

In questo settore si colloca inoltre l'impegno di € 18.000 a favore dell'Agenzia di Promozione Turistica dell'Umbria per la realizzazione della Borsa del Turismo Umbro.

## TIPICAMENTEUMBRIA

*Tipicamente Umbria* è un progetto di promozione che si sviluppa tramite la gestione del portale

[www.tipicamenteumbria.it](http://www.tipicamenteumbria.it) una guida on line per tutti coloro che desiderano conoscere le produzioni ed i prodotti tipici dell'Umbria unitamente ad acquisire informazioni su ristorazione tipica e di qualità, eventi, manifestazioni ed iniziative di promozione. L'Azienda speciale Promocamera cura la gestione, l'implementazione e l'aggiornamento del sito.

Anno 2006: Visite	7.000	Contatti	20.000
-------------------	-------	----------	--------

Anno 2007: Visite	104.744	Contatti	1.554.418
-------------------	---------	----------	-----------

### Animazione del territorio

La promozione del territorio passa anche attraverso il sostegno agli eventi di animazione, che contribuiscono ad accrescerne l'attrattività.

Non si tratta solo dei grandi appuntamenti con risonanza nazionale e internazionale, che hanno contribuito a rendere rinomate la provincia di Perugia e l'intera regione: Eurochocolate, Umbria Jazz, Festival dei Due Mondi di Spoleto. Sono da menzionare anche le rassegne-evento nei territori di Norcia, Foligno, Marsciano, Città di Castello, Gubbio, Assisi e nell'area del Trasimeno.

Il sostegno economico dell'Ente viene assicurato, infine, anche a iniziative organizzate da Amministrazioni Comunali, Comunità montane, Associazioni pro loco, che hanno una ricaduta più circoscritta al contesto locale (ad esempio, la Mostra del tartufo di Città di Castello, la Primavera dell'artigianato ma anche iniziative di promozione turistica come Coloriamo i cieli, il Gran Premio Mongolfieristico, ecc).

### **Turismo congressuale**

Obiettivo del progetto, curato dall'Azienda speciale Promocamera, è stato di realizzare un pacchetto turistico completo e strutturato, che coniugasse il momento congressuale e la valorizzazione delle eccellenze umbre, sia storico-artistiche che enogastronomiche.

Per i Comuni pilota prescelti (Norcia, Città della Pieve, Deruta, Cannara), è stata realizzata una *Brochure* completa di notizie storiche, artistico-culturali, strutture alberghiere e ristoranti aderenti all'iniziativa, oltre alle informazioni sull'offerta turistico-congressuale con itinerari, prezzi, sale per convegni, escursioni, visite museali, intrattenimento e tutto il necessario per la stesura del pacchetto. Il cofanetto promozionale è stato distribuito ad alcuni target mirati di utenti ed ha avuto positivi riscontri presso il pubblico.

### **I contributi e l'accesso al credito**

La Camera di Commercio di Perugia ha realizzato azioni di sostegno finanziario per le imprese e volte a facilitare l'accesso al credito da parte del sistema imprenditoriale.

L'Ente ha erogato direttamente contributi alle PMI della provincia; ha sostenuto gli organismi di garanzia, che hanno una funzione di intermediazione tra banche e imprese; ha gestito il procedimento per la concessione di incentivi fiscali alle imprese commerciali e turistiche.

### **Contributi per le PMI**

I contributi erogati direttamente a favore delle PMI nel biennio 2006-2007 sono stati destinati prevalentemente al settore manifatturiero. Già a partire dall'anno 2005, nell'ambito delle politiche di sostegno dell'internazionalizzazione delle imprese, la Camera ha introdotto un'iniziativa finalizzata ad incentivare la partecipazione a fiere di rilevanza internazionale a beneficio di questo comparto.

L'intervento è nato dalla considerazione che per le aziende la partecipazione ad un evento fieristico non è solo una vetrina di esposizione di prodotti, ma anche un'occasione per condividere esperienze diverse e confrontarsi con altre realtà produttive. Partendo da queste considerazioni è nato un progetto di incentivazione, finalizzato a migliorare i processi di conoscenza dei mercati italiani ed internazionali e ad incentivare i processi di internazionalizzazione delle imprese, che prevede la concessione di contributi volti a sostenere la partecipazione delle nostre imprese a fiere e a mostre sia in Italia che all'estero.

Il contributo viene concesso a ciascuna impresa, per un massimo di tre partecipazioni nel periodo di operatività del bando; la misura del contributo è diversa a seconda del luogo di svolgimento della fiera e del numero di domande presentate.

Nelle annualità considerate la risposta delle imprese si è dimostrata molto positiva, come attesta il numero crescente di istanze presentate.

<b>Bando per la partecipazione a fiere in Italia e all'estero</b>		
	Numero domande ammissibili	Importo liquidato (euro)
Annualità 2005 – 2006	124	246.377,84
Annualità 2006 – 2007	175	449.559,13

Dalle risultanze del bando emerge che le imprese della provincia di Perugia si sono rivolte in pari misura alle fiere realizzate in Italia e a quelle realizzate all'estero.

<b>Bando per la partecipazione a fiere in Italia e all'estero - Paesi di destinazione</b>		
<b>Luogo di svolgimento</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>
Italia	63	87
Unione Europea	30	41
Paesi Extraeuropei	31	47

Per quanto riguarda i settori di maggiore interesse, possiamo rilevare come, sul mercato italiano, le imprese abbiamo preferito le fiere dei settori dell'oggettistica - articoli da regalo e della meccanica.

<b>Fiera</b>	<b>Sede</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>
<b>Abbigliamento e pellicceria</b>			
Pitti immagine Uomo	Firenze	1	1
Milano Moda Donna	Milano	1	
MIFUR - Salone Internazionale della Pellicceria e della Pelle	Milano	1	1
<b>Agricoltura, Zootecnia, Pesca e Relativi Macchinari</b>			
EIMA - EIMA Garden. Esposizione Internazionale delle Industrie di Macchine per l'Agricoltura e Giardinaggio	Bologna	1	3
<b>Alimenti, Bevande e Relative Tecnologie</b>			
TUTTOFOOD - Milano World Food Exhibition <i>Biennale</i>	Milano		3
CIBUS - Salone internazionale dell'alimentazione	Parma	1	
SIGEP - Salone internazionale della gelateria, pasticceria e panificazione artigianali.	Rimini		1
CIBUS - Salone internazionale dell'alimentazione	Roma		3
Vinitaly - Salone internazionale del vino e dei distillati	Verona	1	1
Enolitech - Salone internazionale delle tecniche per la viticoltura, l'enologia e delle tecniche olivicole ed olearie	Verona	1	1
<b>Ambiente, Infrastrutture, Protezione Civile e Sicurezza</b>			
SICURTECH EXPO	Milano	1	
Enermotive Livinluce	Milano		1
Ecomondo- Fiera internazionale del recupero di materia ed energia e dello sviluppo sostenibile	Rimini		1

Fiera	Sede	2006	2007
<b>Arte, Antiquariato, Filatelia e numismatica</b>			
Restauro – Salone dell'Arte del Restauro e della Conservazione dei Beni Culturali e Ambientali	Ferrara	1	
Luxury & Yachts - Salone internazionale del lusso	Verona	1	1
<b>Articoli da Regalo, Casalinghi, Oggettistica, Bigiotteria</b>			
MACEF PRIMAVERA - CHIBI & CART 2007 - Mostra Internazionale per la Tavola, Casalinghi e da Regalo, Argenteria, oreficeria, Orologeria	Milano	13	11
MACEF - BIJOUX - Mostra Internazionale per la Tavola, Casalinghi e da Regalo, Argenteria, oreficeria, Orologeria	Milano	8	8
VEBO - Salone Nazionale delle bomboniere e degli articoli da Regalo	Napoli	1	
SABOPIU' - Salone Nazionale dell'innovazione e della tendenza nel Regalo	Viterbo	2	
<b>Artigianato</b>			
Koinè - Rassegna di arredi, oggetti liturgici e componenti per l'edilizia di culto	Vicenza		1
Mostra Mercato Internazionale Artigianato	Firenze	1	1
<b>Attrezzature per il Commercio, Comunità, Alberghi</b>			
FRANCHISING & TRADE - Salone Internazionale del Franchising e del Commercio	Milano		2
SIA GUEST – Salone Internazionale dell'Ospitalità	Rimini	1	
Calzature e pelletteria			
EXPO RIVA SHUH	Trento	1	
<b>Cosmesi, Profumeria, Erboristeria</b>			
Cosmoprof – Salone internazionale della profumeria e della cosmesi	Bologna	2	1
<b>Edilizia e Cantieri</b>			
SAIE – Salone internazionale dell'industrializzazione edilizia	Bologna	1	1
CERSAIE – Salone internazionale della ceramica per edilizia e dell'arredobagno	Bologna	1	
Saiedue - Saloni internazionali dell'architettura, delle finiture d'interni, del recupero e delle tecnologie per l'edilizia	Bologna	2	4
Progetto fuoco - Mostra internazionale di impianti ed attrezzature per la produzione di calore ed energia dalla combustione di legna e suoi derivati	Verona	1	
Marmomacc - Mostra internazionale di pietre, desing, tecnologie	Verona	1	1
Legno & Edilizia - Mostra professionale internazionale sull'impiego del legno nell'edilizia	Verona		1
<b>Fiere campionarie</b>			
Fiera Internazionale della Sardegna	Cagliari	1	
<b>Florovivaismo</b>			
Flormart - Miflor. Salone internazionale florovivaismo, attrezzature e giardinaggio	Padova	1	

Fiera	Sede	2006	2007
<b>Meccanica Strumentale, Macchinari e Tecnologie per l'Industria</b>			
Quadrum Saca – Aste, cornici, grafica e tecnologie	Bologna	1	
IPACK-IMA. Processing, Packaging and Material Handling	Milano		
VITRUM 2007 - Salone internazionale specializzato delle macchine, attrezzature ed impianti del vetro piano e cavo del vetro e dei prodotti trasformati per l'industria	Milano		1
MECSPE - Meccanica specializzata: trattamenti e finiture delle superfici; fonderia e presso-fusione, trasmissioni di potenza, utensili, incisione dei metalli, fasteners, sicurezza dei lavoratori nel settore metalmeccanico macchine per stampi, automazione	Parma		20
Tecnargilla - Salone internazionale delle tecnologie e delle forniture per l'industria ceramica e del laterizio	Rimini		2
<b>Minerali, Idrocarburi, Chimica e Relativi Macchinari ed Attrezzature</b>			
Geofluid - Mostra internazionale delle tecnologie ed attrezzature per la ricerca, estrazione e trasporto dei fluidi sotterranei	Piacenza	1	
<b>Mobili ed Arredamento per Casa e Ufficio</b>			
Salone Internazionale del mobile e del complewmento d'arredo	Milano	4	2
Abitare il tempo - Giornate internazionali dell'arredo	Verona	2	2
Collezione Casa	Viterbo	1	
<b>Oreficeria, Orologeria, Gioielleria, Gemmologia</b>			
Orocapital	Roma	1	
Vicenzaoro Winter - Mostra internazionale di oreficeria, gioielleria, argenteria, orologeria e gemmologia	Vicenza	1	2
Orogemma	Vicenza	1	
<b>Oreficeria, Orologeria, Gioielleria, Gemmologia</b>			
Vicenzaoro spring - Mostra internazionale di oreficeria, gioielleria, argenteria, orologeria e gemmologia	Vicenza	1	1
Vicenzaoro autumn - Mostra internazionale di oreficeria, gioielleria, argenteria, orologeria e gemmologia	Vicenza		1
<b>Plurisettoriale</b>			
EXA - Mostra Armi Sportive e dell'Outdoor	Brescia		1
HOST - Salone Internazionale dell'ospitalità professionale (SIC - Salone internazionale del caffè ; HOTEL EMOTION - Innovazione nell'industria alberghiera)	Milano		1
L'artigiano in fiera	Milano		2
<b>Sport, Tempo Libero e Giochi</b>			
FESTIVITY - Salone Internazionale del giocattolo - G! COME GIOCARE	Milano		1
GIO SUN - Salone internazionale del giocattolo e dei giochi all'aria aperta	Rimini		1
Planet creativity – Salone professionale delle arti manuali	Rimini		1

Fiera	Sede	2006	2007
<b>Turismo</b>			
Mondo Natura – Salone internazionale del camper, caravan, campeggio, turismo all'aria aperta	Rimini		1
<b>Attrezzature e Prodotti Medico-Ospedalieri e Sanitari</b>			
Tecnologie e prodotti per ospedali, ortopedia, informatica sanitaria, apparecchiature e prodotti per la diagnosi			
Exposanità - Mostra internazionale al servizio della sanità e della salute	Bologna	2	
<b>Veicoli, Trasporti e Relative Attrezzature</b>			
Bus & Bus business - Salone internazionale del trasporto in autobus	Verona	1	
<b>TOTALE</b>		<b>63</b>	<b>87</b>

#### **Sostegno ai consorzi fidi**

Il sostegno ai Consorzi fidi, organismi che svolgono una fondamentale funzione di intermediazione tra il sistema creditizio e il sistema delle imprese, permette a queste ultime un più agevole accesso al credito.

L'intervento della Camera di Commercio di Perugia, che mette a disposizione ogni anno ingenti risorse per la concessione di contributi ai Consorzi e alle Cooperative di garanzia, è ormai consolidato ed ha permesso a questa tipologia di intermediari creditizi di accrescere le proprie potenzialità operative, con evidenti benefici per le imprese. Queste ultime, in virtù della garanzia sussidiaria prestata dagli organismi di garanzia, hanno potuto così ottenere migliori condizioni di credito dagli Istituti bancari.

La Camera è anche intervenuta per ridurre l'attuale frammentarietà organizzativa e per favorire un'aggregazione "a sistema" dei Consorzi. A tale scopo la Camera ha istituito un fondo per sostenere le spese che i Consorzi o le Cooperative di garanzia della provincia devono affrontare per realizzare eventuali operazioni di fusione.

Contributo annuale per Fondo Rischi - anno 2006: 450.000 euro

Contributo annuale per Fondo Rischi - anno 2007: 450.000 euro

#### **Fondo di Garanzia per le Imprese Agricole**

Nel biennio di riferimento ha operato anche il Fondo di garanzia per le Imprese Agricole, costituito già negli anni precedenti per sostenere la capacità di investimento delle imprese agricole della provincia. Il Fondo facilita la concessione di garanzie alle piccole e medie imprese agricole per l'accensione di finanziamenti presso gli Istituti di credito, finalizzati ad investimenti ed al consolidamento della loro struttura finanziaria.

Con questo intervento la Camera ha esteso quindi la propria azione per favorire l'accesso al credito anche al settore dell'agricoltura. Infatti, con il consueto intervento camerale ad integrazione del fondo rischi dei consorzi fidi, il settore agricolo era rimasto fino ad oggi escluso dal beneficio poiché nella provincia di Perugia non esiste una struttura, appartenente al settore agricolo, che svolga attività di prestazione di garanzie collettive. Da qui l'iniziativa, concertata con le associazioni di categoria dell'agricoltura, di costituire un apposito fondo di garanzia, la cui gestione è stata affidata al Consorzio Regionale Fidi – CO.FI.RE. Umbria.

## 2.4 - I RAPPORTI ISTITUZIONALI

Il riconoscimento dell'autonomia funzionale ha conferito alla Camera di Commercio un ruolo istituzionale di primo piano, sia per quanto riguarda la governance del territorio sia per quanto riguarda le iniziative "di sistema" promosse dalla rete camerale.

Attraverso una consolidata rete di rapporti, soprattutto con i soggetti istituzionali locali, l'ente camerale ha indirizzato la propria attività verso azioni in grado di produrre un effetto moltiplicativo sui risultati conseguiti da ciascuno, cercando quindi di evitare la sovrapposizione degli interventi, nel rispetto del principio di sussidiarietà, ed assumendo piuttosto il ruolo di "soggetto integratore" delle strategie e delle politiche di sviluppo del sistema economico.

### **I partner istituzionali**

Va premesso che l'attività istituzionale e di servizio dell'ente si esplica pienamente anche attraverso le strutture del sistema ad esso collegate: Azienda speciale Promocamera, Centro Estero dell'Umbria, Unione Regionale, Centro di Formazione Imprenditoriale, Assonet.

I rapporti di collaborazione con le amministrazioni locali (Regione, Provincia, alle quali si aggiungono un considerevole numero di amministrazioni comunali) hanno segnato un continuo progresso ed hanno visto la presenza della Camera di Commercio di Perugia non solo al "Tavolo Generale del Patto per lo Sviluppo dell'Umbria" ma a tutti i "Tavoli" istituzionali per la programmazione economica regionale.

Per rendere il più possibile proficua l'integrazione dell'attività camerale con gli obiettivi perseguiti dalla Regione Umbria, nel corso del 2007 sono stati istituiti all'interno della Camera di Commercio alcuni gruppi di lavoro che hanno visto la partecipazione di personale appartenente alle diverse aree funzionali.

Inoltre negli ultimi anni l'Ente ha intensificato i rapporti anche con le altre autonomie funzionali del territorio (le Università) e con altri organismi pubblici.

Per quanto riguarda infine le intese sviluppate all'interno della rete camerale, accanto ad alcuni progetti "di sistema", finanziati dal Fondo di Perequazione nazionale, negli ultimi anni la Camera ha sperimentato con grande successo la partecipazione alle intese operative ICE-Unioncamere, condividendo con altre Camere del territorio italiano un'importante esperienza di valorizzazione delle produzioni agroalimentari di eccellenza.

La collaborazione tra l'Ente e l'Università ha riguardato in particolare la diffusione della ricerca economica e scientifica, dell'innovazione tecnologica, oltre che la realizzazione di iniziative di alta formazione, finalizzate a qualificare il capitale umano della provincia.

Di rilievo infine l'azione promossa dalla Camera di Commercio verso 7 comuni della nostra provincia (Perugia, Città di Castello, Gubbio, Spoleto, Bevagna, Spello, Todi) diretta alla promozione di iniziative di riqualificazione e rifunzionalizzazione dei centri storici.

### **Le iniziative nell'ambito del Sistema camerale**

Le relazioni con gli altri soggetti del Sistema camerale, sia regionale che nazionale, costituiscono un patrimonio che la Camera di Commercio di Perugia investe nel proprio contesto di riferimento attraverso la condivisione del *know-how* e delle competenze. Questo ha permesso di realizzare attività e iniziative di ampio respiro a sostegno del sistema economico e imprenditoriale della provincia.

Grazie alla forza della rete, numerose sono state le iniziative che hanno avuto ricadute concrete per il territorio e per le imprese. Nei due anni di riferimento del Bilancio sociale, occorre ricordare in particolar modo l'impegno della Camera sui seguenti progetti di sistema:

- Sviluppo dei servizi e delle azioni del sistema italiano delle Camere di Commercio per migliorare l'accesso e la partecipazione ai programmi europei (APE-net);
- Promozione del Marchio di qualità per il settore alberghiero e ristorativo;
- Tracciabilità-etichettatura nel settore del tessile e dell'abbigliamento;
- Informazioni, formazione e servizi per agevolare l'accesso al credito delle PMI, con riguardo a Basilea 2;
- Alternanza scuola-lavoro;
- Sportello tirocini per l'inserimento al lavoro;
- Promozione della Carta Nazionale dei Servizi (CNS);
- Bilancio sociale 2004-2005 e 2006-2007.

#### **IL SISTEMA CAMERALE**

- 105 Camere di Commercio
- 1 Unione italiana
- 19 Unioni regionali
- 16 Società di sistema
- 66 Camere Arbitrali
- 103 Camere di Conciliazione
- 21 Laboratori chimico-merceologici
- 38 Borse Merci e Sale di contrattazione
- 46 Sedi distaccate per l'erogazione di servizi sul territorio
- 144 Aziende speciali per la gestione di servizi promozionali e infrastrutture
- 607 Partecipazioni con altri soggetti pubblici e privati in infrastrutture
- 9 Centri per il commercio estero
- 65 Eurosportelli
- 74 Camere di Commercio italiane all'estero
- 32 Camere di Commercio italo-estere

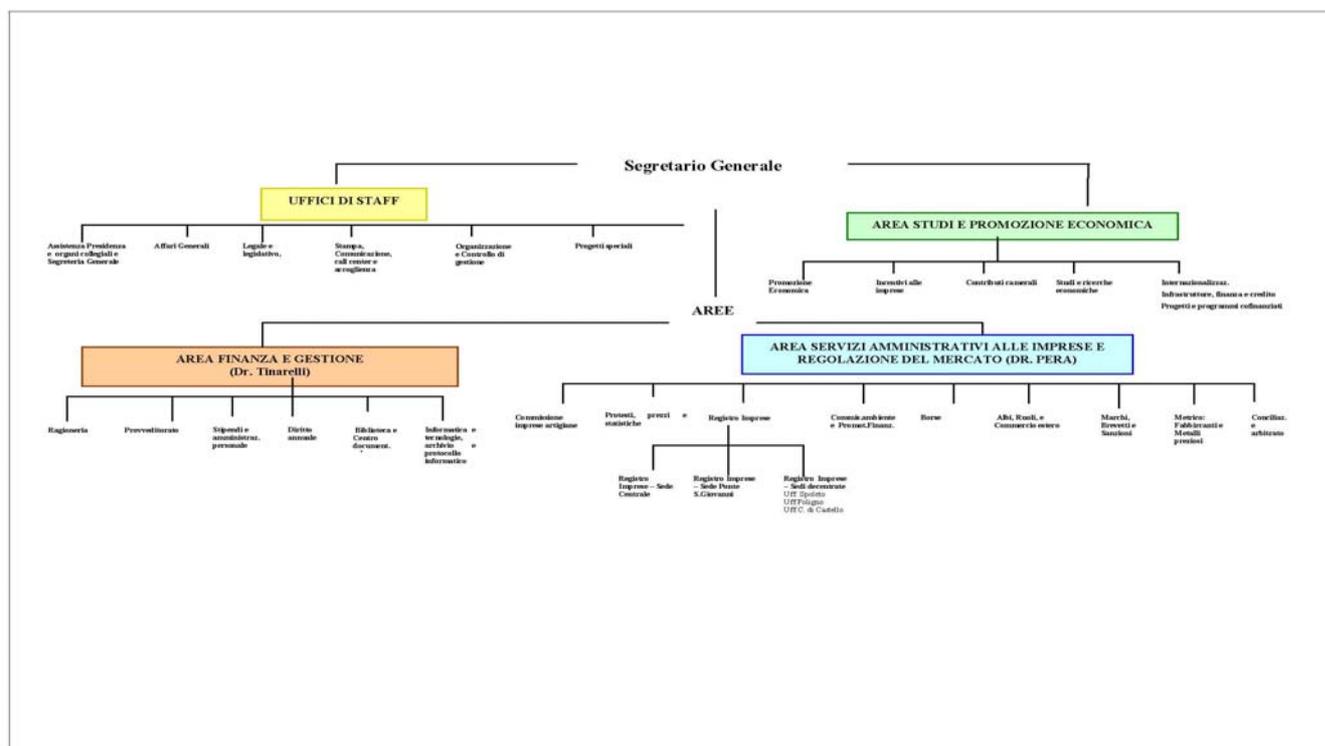
## 2.5 – LA MODERNIZZAZIONE E IL CAPITALE UMANO

Negli ultimi anni la Camera di Commercio di Perugia ha adottato una politica di gestione delle risorse umane improntata ad orientare il personale verso una logica di servizio agli utenti. Accanto alle competenze dell'area più squisitamente giuridico-amministrativa, sono state sviluppate anche competenze specialistiche, abilità relazionali, in un'ottica di maggiore orientamento al risultato e di perseguimento degli obiettivi programmatici.

### La gestione del capitale umano

L'attuale organigramma dell'ente è in vigore dal 1° dicembre 2007; esso prevede 3 macro-aree organizzative e la Segreteria Generale organizzata in unità di staff, con una dotazione dirigenziale complessiva di tre dirigenti incluso il Segretario Generale, che ricopre l'incarico ad interim di una delle tre macro-aree:

- Area Finanza e Gestione (24,4% del personale di ruolo)
- Area Servizi amministrativi alle imprese e Regolazione del mercato (55,1% del personale di ruolo)
- Area Studi e Promozione Economica (6,4% del personale di ruolo)
- Segreteria Generale, organizzata in cinque unità di staff (14,1% del personale di ruolo)



Con la delibera n. 153 del 04.10.2007 la Giunta ha affidato gli incarichi dirigenziali di durata triennale ai due vicesegretari, mentre con successiva determinazione del Segretario Generale n. 704 del 21.12.2007 e n. 11 del 10.01.2008, sono state assegnate n. 11 posizioni organizzative e n. 2 alte professionalità, di durata annuale.

Alle posizioni organizzative è stata attribuita una retribuzione di posizione differenziata su tre livelli (elevato, intermedio, di base) in relazione all'ampiezza, diversificazione delle attività, variabilità della complessità dei procedimenti amministrativi, impatto sull'esterno.

Il totale degli addetti al 31.12.2007, a seguito dell'attivazione di una pluralità di strumenti contrattuali (con esclusione del personale di Centro Estero, Azienda Speciale, Centro di Formazione Imprenditoriale e Unione Regionale), ammonta a 105 unità, di cui 79 dipendenti camerale, 19 assunti tramite il Consorzio Intercam, 4 a comando, 2 tramite Con.Ser. e 1 addetto tramite IC Service.

La metà circa del personale camerale appartiene alla categoria C, il 45% alla D, il resto alla categoria B e alla qualifica dirigenziale.

Ripartizione del personale per profilo professionale (risorse contrattualizzate a tempo indeterminato)			2006	2007
CdC	Impiegati	Profilo A		
		Profilo B	2	2
		Profilo C	40	39
		Profilo D	35	35
	Dirigenti		2	3
TOTALE			79	79
As Promocamera		Livello 3	1	1
		Livello 2	3	3
		Livello 1	1	1
	Quadri		2	2
	TOTALE			7

Oltre la metà del personale camerale ha un'età compresa fra i 35 ed i 44 anni; per quanto attiene al genere, si riscontra una prevalenza di donne, in entrambi gli anni di riferimento.

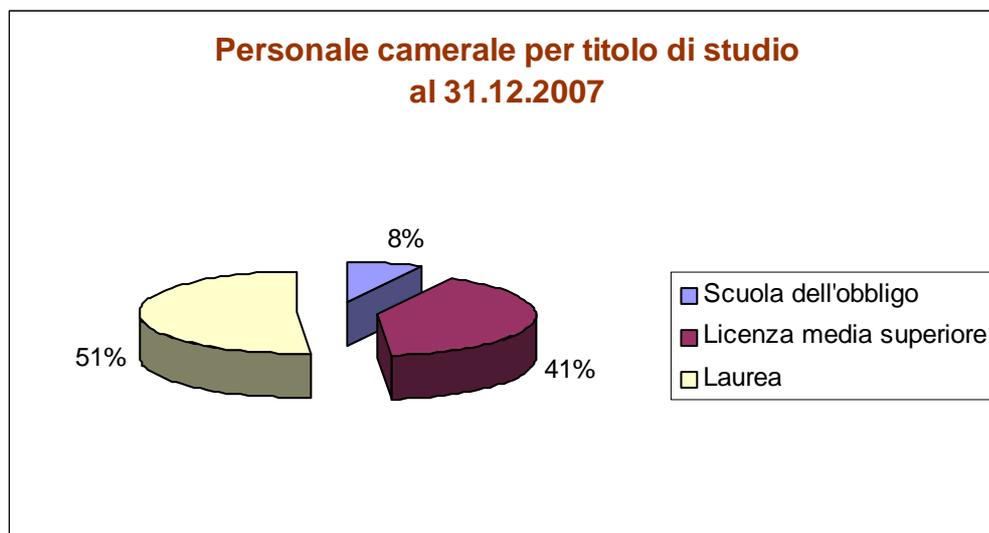
Composizione del personale per classi di età													
		Fino a 19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	oltre 65	TOTALE
2006	CdC	0	0	1	4	16	27	9	10	10	2		79
	As Promocamera			1	2		2	2					7
	TOTALE	0	0	2	6	16	29	11	10	10	2	0	86
2007	CdC				4	11	31	7	12	9	3	1	79
	As Promocamera			1	2		2	2					7
	TOTALE	0	0	1	6	11	33	9	12	9	3	1	85

Il 55,8% del personale è presente presso la sede di Perugia, mentre quella di Ponte S. Giovanni ne ospita il 34,6% , gli uffici distaccati di Foligno, Spoleto e Città di Castello rispettivamente il 4,8%, l'1% e 3,8%.

Per quanto attiene la distribuzione del personale tra settori di attività, ai servizi anagrafico-certificativi è addetto il 43,2% del totale, ai servizi di staff il 10,6%, a quelli di supporto (amministrativi interni) il 21,2%, agli ausiliari il 5,8%, ai servizi di regolazione del mercato il 13,5%, ai servizi promozionali e di studio il 5,8%.

Composizione del personale per genere						
	2006			2007		
	Donne	Uomini	TOT.	Donne	Uomini	TOT.
CdC	49	31	79	48	31	79
As Promocamera	4	3	7	4	3	7

Composizione del personale per anzianità di servizio											
		0-5	6-10	11-15	16-20	21-25	26-30	31-35	36-40	> 40	TOTALE
2006	CdC	2	20	27	13	4	4	8	0	1	79
	As Promocamera	3	4								7
	<b>TOTALE</b>	<b>5</b>	<b>24</b>	<b>27</b>	<b>13</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>86</b>
2007	CdC	2	21	28	14	3	4	6	0	1	79
	As Promocamera	3	4								7
	<b>TOTALE</b>	<b>5</b>	<b>25</b>	<b>28</b>	<b>14</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>86</b>



A fronte delle segnalate difficoltà e delle modifiche introdotte dal decreto legge 10 gennaio 2006 n. 4 alla disciplina delle assunzioni a tempo determinato è stato necessario, da un lato, attuare processi di riorganizzazione interna concentrando

le risorse umane sulle attività strategiche e riqualificando le risorse umane in servizio, dall'altro, si è scelto di procedere all'esternalizzazione di servizi indiretti e di alcuni servizi di supporto. Relativamente a quest'ultimo aspetto la Camera di Commercio di Perugia, con gli altri enti del sistema camerale regionale, ha dato vita alla società consortile **InterCam** s.r.l., il cui scopo è di fornire ai soci quei servizi a basso valore aggiunto che erano già esternalizzati in convenzione ad una pluralità di soggetti.

Nel biennio di riferimento è proseguita l'attività di formazione, finalizzata alla valorizzazione del capitale umano e al miglioramento continuo delle performance, per permettere al personale camerale di rispondere adeguatamente ai processi di cambiamento che negli ultimi anni stanno investendo la pubblica amministrazione.

A fine biennio sono stati svolti 43 corsi di formazione, per un totale di 64 partecipanti e 72 giornate formative.

Corsi di formazione per aree tematiche						
Area tematica	2006			2007		
	N. partecipanti	N. Giornate	N. Corsi	N. partecipanti	N. Giornate	N. Corsi
Giuridica e normativa generale	3	4	2	2	1	1
Organizzazione e personale	4	8	5	1	2	1
Comunicazione	1	4	2	2	3	1
Economia e finanza				2	1	1
Controllo di gestione	2	5	3			
Informativa e telematica	6	4	3	5	1	1
Tecnico-specialistica (*)	30	32	19	6	7	4
<b>Totale</b>	<b>46</b>	<b>57</b>	<b>34</b>	<b>18</b>	<b>15</b>	<b>9</b>

(\*) corsi per accesso alla dirigenza, corsi concorso per le varie qualifiche e corsi di riqualificazione

### **“Camera InForma”**

Nel corso dell'anno 2007 la Camera ha messo a punto il programma di formazione “Camera inForma” rivolto a tutto il personale, nella consapevolezza che le risorse umane costituiscono il più importante ed insostituibile strumento per la realizzazione di una azione amministrativa efficiente, efficace e rapida nel rispondere alle esigenze degli imprenditori e dei cittadini utenti.

Il programma del corso è finalizzato ad incrementare il livello di consapevolezza, appartenenza e conoscenza della Camera, a favorire le interazioni tra uffici, ad attivare nuovi laboratori di sperimentazione dell'innovazione, ad promuovere atteggiamenti più partecipi e proattivi da parte del personale.

Il piano formativo parte dall'analisi delle problematiche connesse alla complessità organizzativa e analizza i processi trasversali che interessano l'operatività di tutti gli uffici.

Sono 3 i temi trasversali individuati, sui quali verte il piano di intervento:

- il controllo dei processi di lavoro
- il miglioramento dei processi attraverso la condivisione degli strumenti
- l'integrazione delle competenze attraverso la stimolazione di capacità propositive individuali, il confronto e lo sviluppo della creatività nella dimensione progettuale

L'intervento formativo è stato esteso anche al personale delle strutture esistenti all'interno della Camera, in considerazione dello stretto coinvolgimento degli stessi all'interno di numerose attività dell'ente; l'invito a partecipare è stato così rivolto anche al personale del Centro Estero dell'Umbria, dell'Unione Regionale, dell'Azienda speciale Promocamera, del Centro di Formazione Imprenditoriale, del consorzio INTER.CAM.

## La modernizzazione della Camera di Commercio

La Camera di Commercio ha mostrato una forte propensione al miglioramento delle proprie performance avviando un percorso di modernizzazione della struttura e dei servizi. I momenti più emblematici di tale percorso sono il potenziamento del processo di *e-government*, che ha coinvolto peraltro l'intera Pubblica Amministrazione, e l'adozione di un Piano di comunicazione, passo fondamentale nell'ottica di una gestione trasparente nei confronti dei propri interlocutori.

La presenza molto alta di imprese di piccole dimensioni che, proprio a causa della loro scarsa strutturazione, si trovano in difficoltà di fronte all'introduzione delle nuove tecnologie ha spinto il sistema camerale ad attivare diversi strumenti per supportare adeguatamente questa tipologia di imprese, per metterle in condizione di cogliere le opportunità offerte dalle nuove tecnologie. La Camera di Commercio di Perugia in particolare si è impegnata in questi ultimi anni per favorire l'utilizzo delle tecnologie informatiche nello svolgimento di molti adempimenti amministrativi, promuovendo l'uso della **firma digitale**, che rappresenta l'equivalente della firma autografa per la sottoscrizione dei documenti informatici, attraverso la **smart card** e la **carta nazionale dei servizi (CNS)**.

### La comunicazione

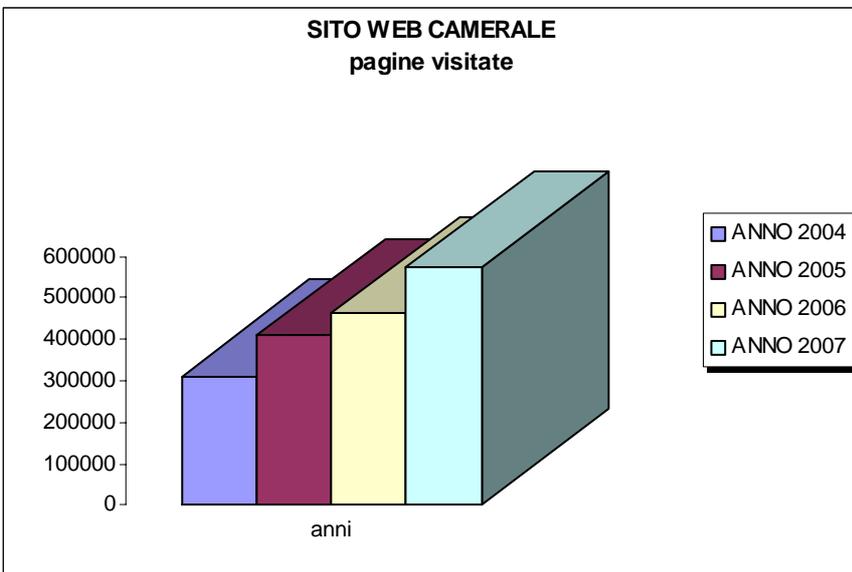
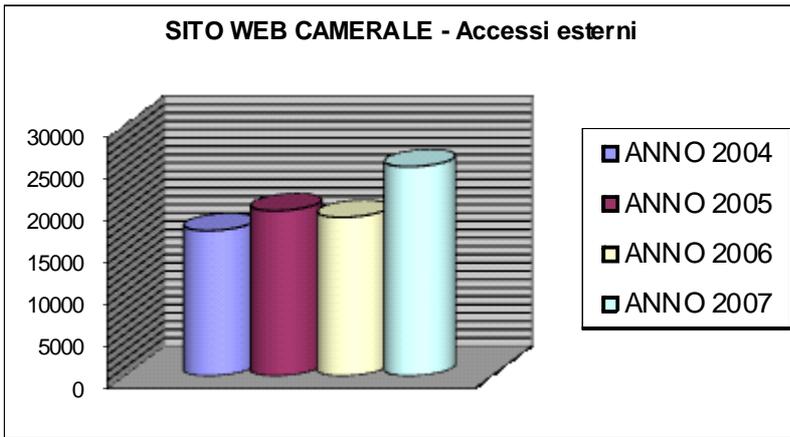
Per quanto riguarda l'attività di comunicazione e diffusione dell'immagine istituzionale dell'Ente, coerentemente con le linee di indirizzo politico-strategico nel biennio 2006-2007 è stato dato impulso al potenziamento qualitativo e quantitativo degli strumenti, delle attività e dei principali canali di informazione e comunicazione, in una prospettiva di comunicazione integrata e multicanale, quali:

- l'utilizzo del **logo e dell'immagine coordinata**: particolare attenzione è stata posta alla corretta applicazione del nuovo logo della Camera, in seguito all'adesione al progetto di sistema per la creazione di un vero e proprio "brand" delle Camere di Commercio; il logo dell'Ente camerale è stato costantemente apposto all'interno dei materiali promozionali delle iniziative patrocinate e finanziate dalla Camera di Commercio, su tutti i principali materiali di comunicazione (carta intestata e materiali a stampa in genere, modulistica, sito istituzionale) ed è stata messa a punto l'applicazione del Manuale d'Identità Visiva;
- **comunicati stampa e conferenze stampa**: accanto alla tradizionale conferenza stampa di inizio anno, sono stati oggetto di comunicato stampa: le decisioni, della Giunta e del Consiglio camerale, di particolare rilevanza per lo sviluppo economico e per le politiche locali; l'attivazione di nuovi servizi; la realizzazione delle attività di promozione economica della Camera di Commercio, dell'Azienda speciale e degli altri organismi partecipati; le attività e le pubblicazioni a carattere economico-statistico e, più in generale, tutte le iniziative camerali di rilievo. Questa costante attività ha contribuito ad assicurare un adeguato posizionamento dell'ente presso l'opinione pubblica;
- **rendicontazione sociale**: con la realizzazione nel 2006 del 1° Bilancio sociale, relativo al biennio 2004-2005, la Camera di Commercio di Perugia si è dotata di un metodo nuovo per rendere conto del proprio operato ai suoi principali interlocutori, siano essi imprese, singoli cittadini, associazioni o altre istituzioni. Questo processo volontario di rendicontazione sociale è stato avviato per consentire a tutti i portatori di interesse di comprendere meglio e valutare gli effetti dell'azione amministrativa camerale e la dimensione della ricchezza prodotta e distribuita dalla Camera di Commercio. La volontà dell'ente di rafforzare l'informazione e la comunicazione verso le imprese e gli altri attori dello

sviluppo economico locale ha trovato conferma nella ri-progettazione, nel 2007, del presente Bilancio sociale;

- **attività editoriale:** particolare attenzione è stata prestata, nella **comunicazione web**, al potenziamento qualitativo e quantitativo di questo canale d'informazione, privilegiando un forte orientamento all'utenza delle informazioni pubblicate sul sito web istituzionale; nel biennio di riferimento è proseguito il trend positivo degli accessi, andamento dal quale si evince che il sito camerale è ormai un consolidato strumento di contatto e di servizio fra l'ente e il suo pubblico. Inoltre l'azione di comunicazione istituzionale si è avvalsa della **rivista bimestrale "Obiettivo Impresa"** che raggiunge oltre 5.000 lettori; attraverso la rivista la Camera ha offerto un quadro approfondito e completo delle più rilevanti iniziative camerali d'interesse per il territorio ed ha trattato - attraverso molteplici contributi scientifici e di opinione - i principali temi dell'agenda locale, con una costante attenzione a quelli economici, ed uno "sguardo" continuo anche alla cultura;
- **spazi informativi al pubblico:** nel 2007 sono stati allestiti alcuni spazi informativi attrezzati presso le sedi camerali di Via Cacciatori delle Alpi, di Foligno, di Città di Castello e di Spoleto con lo scopo, da un lato, di dare organicità e visibilità alle attività e ai progetti della Camera di Commercio attraverso un'adeguata collocazione e presentazione dei materiali grafico-editoriali prodotti dall'ente, dall'altro, di facilitare l'utenza nell'individuazione delle notizie e dei servizi dell'ente camerale;
- **call center:** gestito in outsourcing, il servizio di call center della Camera, dal 2004 ad oggi è diventato un rilevante punto di contatto e di ascolto dell'utenza camerale e rappresenta ad oggi un mezzo di contatto utilizzato sia da imprenditori che da intermediari.

SITO CAMERALE, DATI PRINCIPALI	
Messa in linea:	giugno 2003
Destinatari:	imprese, associazioni, istituzioni, media, utenti in genere
N° accessi per anno:	
2006	19.022
2007	25.101
N° pagine visitate per anno:	
2006	463.665
2007	573.115



## 2.6 – LE RICADUTE SUL SISTEMA SOCIALE

La funzione primaria della Camera di Commercio è quella di promuovere lo sviluppo del sistema delle imprese. Le ricadute delle sue azioni sono, quindi, in primo luogo di tipo economico.

Tuttavia, ci sono azioni e progetti sostenuti dall'ente che determinano effetti sensibili anche in termini sociali ed ambientali.

### Laboratorio dell'economia civile

Sulla scia di un progetto nazionale denominato "Quasar" la Camera di Commercio di Perugia ha istituito, nel giugno del 2005, il **Laboratorio dell'Economia civile**.

Gli obiettivi che il Laboratorio persegue sono, prima di tutto, quelli di avvicinare il mondo del "Terzo Settore", ancora poco noto e poco valorizzato, al mondo delle imprese "profit" ed alla Pubblica Amministrazione, nella convinzione che l'incontro e la collaborazione fra le dimensioni profit e non profit possa costituire una leva strategica per lo sviluppo per il territorio.

Nel 2006 il Laboratorio ha preliminarmente condotto le seguenti azioni:

- Diffusione della ricerca desk sulla presenza del Terzo Settore nella provincia di Perugia, realizzata dall'Istituto G.Tagliacarne;
- Realizzazione di azioni di diagnostica (check-up) per mettere a fuoco punti di forza e di debolezza delle imprese sociali non profit, individuate secondo criteri di scelta riferiti ad un target specifico per territorio e a dati strutturali discriminanti. L'attività di diagnostica ha coinvolto 15 imprese sociali della provincia;
- Accompagnamento e supporto, attraverso la coprogettazione congiunta tra Terzo Settore e Camera di Commercio, di azioni di sistema volte a consolidare e sviluppare l'orientamento all'impresa sociale delle Organizzazioni di Terzo Settore presenti sul territorio.

Terminata la fase di avvio e sperimentazione del Laboratorio, nel 2007 il Laboratorio ha progettato un **Evento – Convegno nazionale sul Terzo Settore** (*che si è tenuto a Perugia il 4 e 5 aprile 2008*) con i seguenti obiettivi:

- Contribuire ad innestare sul territorio un dibattito culturale "innovativo" sui temi della cittadinanza attiva, della partecipazione civile e della sussidiarietà orizzontale, attivando così un circolo virtuoso tra attori sociali, istituzioni e comunità;
- Sviluppare stimoli e proposte che possano migliorare il livello di coinvolgimento attivo della comunità locale nei processi di partecipazione civile ed economica, in una prospettiva di azione che possa incidere sui policy makers e sull'attività legislativa regionale;
- Contribuire a definire modelli e identità del Terzo Settore, mettendo a confronto le esperienze della comunità territoriale e le buone pratiche nazionali ed europee;
- Creare relazioni virtuose tra Profit e No profit, mettendo a confronto le imprese Market place (aziende profit) e le Social place (organizzazioni no-profit).

### Premiazione del Lavoro e dell'Impresa

La Premiazione del Lavoro e dell'Impresa è una manifestazione camerale, istituita nel 1952, che rappresenta ormai un appuntamento atteso dall'intera comunità economica e sociale della provincia.

Il Premio ha due sezioni: la sezione del lavoro, riservata a dipendenti di aziende private che abbiano prestato servizio per un periodo di almeno 30 anni, con un minimo di 25 anni presso la stessa azienda, o che si siano resi benemeriti con particolari servizi resi all'azienda, o che abbiano contribuito ad apportare notevoli miglioramenti tecnici a favore della stessa, o, infine, che abbiano conseguito brevetti industriali di particolare interesse per l'attività aziendale; la sezione dell'impresa è invece riservata ad aziende dei settori del commercio, del turismo, dell'industria, dell'artigianato e dell'agricoltura, che abbiano raggiunto almeno uno dei seguenti obiettivi: incremento del fatturato e/o dell'occupazione; affermazione sui mercati esteri; particolari risultati nel settore di appartenenza.

La cerimonia di premiazione consiste nell'assegnazione di un diploma di benemerenzza e della medaglia ai premiati, che vengono individuati dalla Giunta della Camera di Commercio coadiuvata da un'apposita Commissione giudicatrice, sulla base delle candidature presentate.

In occasione della cerimonia di premiazione viene pubblicato ogni anno l'Albo d'Oro, un volume che ripercorre tutte le premiazioni, dalle origini fino all'ultima edizione in corso.

La manifestazione prevede anche il riconoscimento di Premi speciali al merito, quale pubblico riconoscimento a tutte le componenti che, in Italia e all'estero, si sono impegnate per il raggiungimento di obiettivi di progresso economico e civile.

Negli biennio 2006-2007 sono stati premiati complessivamente 26 lavoratori (17 nel 2006 e 9 nel 2007) e 99 imprenditori (54 nel 2006 e 45 nel 2007); sono stati inoltre conferiti 7 Premi Speciali a personaggi benemeriti che con la loro attività hanno saputo dare un contributo significativo al progresso economico e sociale della provincia di Perugia.

### **L'IMPIANTO SOLARE FOTOVOLTAICO DELLA CAMERA DI COMMERCIO**

Nel 2006 la Camera di Commercio ha realizzato un impianto solare **fotovoltaico della potenza di 19,5 kwh** sulla copertura dell'edificio di via Cacciatori delle Alpi in grado di generare una parte dell'energia consumata dall'Ente per lo svolgimento delle ordinarie attività lavorative. La realizzazione dell'impianto testimonia la sensibilità della Camera verso problematiche di stretta attualità, quali il risparmio energetico ed il rispetto ambientale.

### Progetto Equal "Jump"

Avviata nell'agosto 2005 e terminata nel dicembre 2007, l'azione progettuale denominata "Jump" ha elaborato strumenti, metodi e procedure di intervento per favorire l'integrazione stabile tra politiche del lavoro e politiche sociali. Il progetto Equal - Jump della Regione Umbria è stato realizzato grazie ad una partnership costituita fra ARIS - Formazione e Ricerca, che ne è stato il capofila, e Camera di Commercio di Perugia, Camera di Commercio di Terni, Provincia di Perugia, Ambito Territoriale n. 3 Assisano, ed i Comuni di Città di Castello, Panicale, Gubbio, Spoleto, Foligno, Perugia, Terni e Orvieto.

Nell'ambito del progetto la Camera di Commercio di Perugia e quella di Terni hanno istituito il premio "**Impresa e sVantaggio**", un riconoscimento alle imprese socialmente responsabili che collaborano con i Servizi per l'Accompagnamento al Lavoro, destinato quindi a valorizzare i processi di inserimento lavorativo e di formazione professionale rivolti alle fasce deboli della popolazione.

Questi i "numeri" finali dell'iniziativa per quanto riguarda la provincia di Perugia: i percorsi di inserimento attivati sono stati 619, gli occupati a tempo indeterminato 65 e 43 gli occupati a tempo determinato.

Il Premio "Impresa e sVantaggio" ha conferito riconoscimenti a 327 imprese, con 248 pergamene, 30 targhe d'argento, 38 targhe d'oro, 7 premi speciali e 4 medaglie d'oro. Alla cerimonia di consegna, avvenuta il 27 ottobre 2007, presso il Centro Congressi camerale, hanno partecipato oltre 230 persone in rappresentanza di imprese, enti, istituzioni e cittadini protagonisti dei percorsi di inserimento lavorativo sperimentati e realizzati tramite il progetto.

Inoltre, sulla base delle segnalazione dei SAL (servizi di accompagnamento al lavoro) dei territori partecipanti al progetto, sono stati conferiti premi speciali a quelle imprese che, indipendentemente dal numero degli assunti, hanno dimostrato nel tempo costante attenzione al tema dell'inserimento lavorativo dei soggetti svantaggiati e hanno collaborato più di altre con gli uffici preposti e con l'Amministrazione Provinciale attraverso i suoi Centri per l'Impiego.

L'esperienza Equal - Jump aggiunge un'area di miglioramento decisiva per il funzionamento del network tra le imprese e gli operatori dei sistemi formativi e di politiche del lavoro. L'attività progettuale è stata altresì arricchita dalla realizzazione dell'indagine conoscitiva sui percorsi di occupabilità sostenuti dai servizi per l'impiego e dai servizi di accompagnamento al lavoro del territorio regionale dal titolo "Occupabilità delle persone svantaggiate in Umbria 2004-2006".

### 3 - LA DIMENSIONE ECONOMICA

Come nella prima edizione, viene riproposto nel presente bilancio sociale il tentativo di descrivere sotto il profilo quantitativo, cioè attraverso una misurazione dell'utilità prodotta, come gli impegni dell'Ente si siano tradotti in risultati concreti per gli stakeholder.

In conformità alla metodologia adottata nella prima edizione del bilancio sociale il percorso seguito si basa su due fasi:

- nella prima si tende a quantificare il valore aggiunto globale, cioè l'insieme delle risorse acquisite dalla Camera attraverso le sue diverse fonti di finanziamento, al netto dei costi di funzionamento e degli oneri straordinari;
- nella seconda fase si procede alla distribuzione del valore aggiunto globale così determinato tra i diversi portatori di interesse e beneficiari delle politiche camerale.

Tenendo presente l'intero "Sistema Camera", nel calcolo del valore aggiunto è stato ricompreso anche l'apporto generato dalle attività dell'Azienda speciale Promocamera che, con la sua specifica *mission* ed in pieno coordinamento con le strategie camerale, ha contribuito, anche sotto il profilo economico, a creare e distribuire risorse a favore della collettività.

#### 3.1 – LA RICCHEZZA PRODOTTA

La determinazione del valore aggiunto avviene a partire dal calcolo del Valore Globale della Produzione (VGP), risultante dalla somma dei proventi conseguiti nell'attività caratteristica congiuntamente dalla Camera e dall'Azienda speciale Promocamera.

Ricavi attività tipica	2006		2007		Variazione 2007/2006	
	Importo	%	Importo	%	Importo	%
Diritto annuale	9.665.933,94	71,27	10.389.406,50	71,24	723.472,56	7,48
Diritti di segreteria ed oblazioni	2.754.701,51	20,31	2.912.644,71	19,97	157.943,20	5,73
Contributi e trasferimenti	806.052,42	5,94	1.084.218,45	7,44	278.166,03	34,51
Proventi da gestione di servizi	335.847,32	2,48	196.557,92	1,35	-139.289,40	-41,47
<b>VALORE GLOBALE DELLA PRODUZIONE</b>	<b>13.562.535,19</b>	<b>100,00</b>	<b>14.582.827,58</b>	<b>100,00</b>	<b>1.020.292,39</b>	<b>7,52</b>

Il VGP è aumentato nell'anno 2007 del 7,52% rispetto al 2006 e anche per il biennio 2006-2007 il diritto annuale rappresenta la principale fonte di finanziamento incidendo sul totale delle entrate per oltre il 71%.

Sottraendo dal VGP i costi strutturali, ossia quelle componenti di costo – dagli acquisti di beni e servizi, alle spese di consulenza e di pubblicità – che non generano specifica remunerazione dei portatori di interessi camerali, si ottiene il Valore Aggiunto Caratteristico Lordo (VACL). Esso rappresenta quella parte del valore aggiunto totale non influenzata da fatti gestionali straordinari.

Prospetto di produzione del valore aggiunto caratteristico lordo	2006	2007	Variazione %
<b>VALORE GLOBALE DELLA PRODUZIONE</b>	<b>13.562.535,19</b>	<b>14.582.827,58</b>	<b>7,52</b>
<b>COSTI STRUTTURALI</b>	<b>- 3.457.529,49</b>	<b>- 3.330.602,09</b>	<b>-3,67</b>
<b>VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO</b>	<b>10.105.005,70</b>	<b>11.252.225,49</b>	<b>11,35</b>

Sotto il profilo quantitativo i costi strutturali nel 2007 risultano diminuiti del 3,67% rispetto al 2006. La riduzione e razionalizzazione dei costi strutturali, oltre a rispondere agli obiettivi generali di controllo della spesa pubblica, risponde anche alla richiesta dei cittadini e delle imprese di avere una pubblica amministrazione che, pur producendo servizi di qualità, riesca ad ottenere sempre più alti livelli di efficienza.

Nell'anno 2007, l'effetto combinato dell'incremento dei proventi ordinari e del contenimento dei costi strutturali porta ad un incremento del Valore Aggiunto Caratteristico Lordo di Euro 1.147.219,59 rispetto al valore del 2006 (+ 11,35%).

Sommando i saldi della gestione finanziaria, della gestione accessoria e straordinaria, si perviene infine al Valore Aggiunto Globale Lordo (VAGL) che evidenzia la ricchezza prodotta dall'Ente nel biennio considerato.

PROSPETTO DI PRODUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO	2006	2007
VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO	10.105.005,70	11.252.225,49
+/- SALDO GESTIONE FINANZIARIA	84.350,21	128.952,67
+/- SALDO GESTIONE ACCESSORIA E STRAORDINARIA	-47.078,75	-328.877,90
<b>TOTALE VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO</b>	<b>10.142.277,16</b>	<b>11.052.300,26</b>

L'andamento del Valore Aggiunto Globale Lordo dell'anno 2007 mostra un miglioramento rispetto all'esercizio precedente, determinato dall'effetto positivo dovuto all'aumento dei proventi caratteristici e alla riduzione dei costi strutturali che ha più che compensato il peggioramento del saldo della gestione accessoria e straordinaria.

La determinazione del Valore Aggiunto Globale Lordo comprende gli ammortamenti, ossia quella parte di risorse camerali non destinate a remunerare uno dei diversi stakeholder.

### 3.2 – LA RICCHEZZA DISTRIBUITA

In genere l'ammontare complessivo del valore aggiunto prodotto corrisponde all'ammontare distribuito tra i diversi portatori di interesse. Esiste però un'eccezione a tale logica, che si determina nel caso in cui l'Ente chiuda la gestione dell'esercizio in perdita.

Ai fini di una lettura "sociale" del bilancio, il fatto che l'Ente abbia chiuso in perdita i due esercizi oggetto di osservazione, porta ad un effetto migliorativo in termini di distribuzione di valore aggiunto: a fronte dell'importo prodotto in ciascuno dei due anni, l'ammontare effettivamente distribuito ai portatori di interesse è superiore a quello prodotto.

Quanto sopra esposto mostra che l'ammontare del valore aggiunto prodotto si ottiene per differenza tra i proventi maturati nell'anno ed i costi di funzionamento. Quando il conto economico presenta un utile di esercizio, tale importo ha natura di remunerazione dell'Ente stesso, cioè – una volta remunerati tutti i diversi stakeholder – l'utile rappresenta quella parte di valore aggiunto che non è stata distribuita ma che resta allo stesso Ente, rafforzandolo patrimonialmente, e che potrà eventualmente essere distribuita negli anni successivi.

Poiché l'utilità che l'Ente crea verso l'esterno, nella sostanza si concretizza in costi – al netto di quelli di funzionamento – sostenuti per i diversi stakeholder, la quantificazione dell'utilità concretamente distribuita nell'anno deve tener conto della perdita di esercizio. In ogni modo si va a distribuire un ammontare di valore aggiunto superiore a quello prodotto nell'anno, cioè si va a distribuire valore aggiunto prodotto nel passato – l'utile degli esercizi precedenti – rappresentato dalla remunerazione dell'Ente.

Per quantificare il Valore Aggiunto Globale Lordo Distribuito (VAGL) si procede per ogni anno come segue: Valore aggiunto globale lordo + perdita d'esercizio.

Prospetto del VAGL distribuito	2006	2007
TOTALE VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	10.142.277,16	11.052.300,26
+ Perdita d'esercizio	3.153.284,88	7.985,36
<b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO DISTRIBUITO</b>	<b>13.295.562,04</b>	<b>11.060.285,62</b>

La notevole differenza del valore della perdita d'esercizio tra i due anni oggetto di osservazione è stata determinata, in ragione del passaggio da un sistema di contabilità finanziaria a quello economico-patrimoniale, dall'accantonamento effettuato nell'esercizio 2006 per attività promozionali relative a esercizi precedenti non ancora concluse e rendicontate e contabilizzate in conto residui.

La distribuzione ai diversi portatori di interesse di una quantità di risorse maggiore rispetto a quelle prodotte va valutata positivamente tenendo conto che il soggetto erogatore di risorse è un ente pubblico e che lo stesso, nel perseguire la propria *mission* a favore del sistema economico provinciale, impiega utili generati negli anni precedenti; nel linguaggio proprio della rendicontazione sociale si tratta di “remunerazione a favore dell’Ente stesso” generata negli anni precedenti e trasformata nel biennio 2006-2007 in remunerazione a favore dei diversi portatori di interesse. L’effetto contabile è stato quello di ridurre il patrimonio dell’Ente esattamente in misura corrispondente all’ammontare delle perdite prodotte.

Il valore aggiunto apportato dalla Camera agli stakeholders è rappresentato “per destinazione”, in modo far emergere la capacità concreta di conferire ricchezza alle diverse categorie di interlocutori.

Si ripropongono, al fine di dare una rappresentazione efficace, gli adattamenti utilizzati nella precedente edizione:

- il sistema delle relazioni istituzionali è stato distinto in sistema camerale e pubblica amministrazione per tener conto della diversa natura degli apporti conferiti (nel caso del sistema camerale si tratta di trasferimenti per realizzare iniziative e progetti, nel caso della pubblica amministrazione si fa riferimento agli apporti attraverso il prelievo fiscale);
- l’Ente stesso ed il capitale di credito figurano tra i percettori del valore aggiunto per garantire il necessario bilanciamento tra il prospetto di produzione e quello di distribuzione.

Riassumendo, i destinatari del valore aggiunto sono:

- il sistema economico e produttivo;
- il sistema camerale;
- la pubblica amministrazione;
- il sistema sociale
- il capitale di credito;
- l’Ente.

Un discorso a parte è stato fatto per la remunerazione riguardante il personale. Secondo l’impostazione tradizionale le risorse umane, principale categoria di stakeholder interno, sono destinatarie di una quota del valore aggiunto distribuito. E’ evidente però che la remunerazione del personale comprende non solo quello dedicato al funzionamento della struttura ma anche quello destinato all’erogazione di servizi che creano utilità esterna per i diversi stakeholder. In coerenza con l’impostazione secondo cui il personale è destinatario del valore aggiunto ma al tempo stesso produttore di valore aggiunto per il sistema economico-produttivo la sua remunerazione non viene rappresentata all’intero del prospetto di distribuzione del valore aggiunto, ma viene “valorizzata” e inclusa nella remunerazione del sistema economico-produttivo e nei costi strutturali (rispettivamente per le risorse umane impiegate nei servizi e nelle attività promozionali, da un lato, e nelle attività per il funzionamento della struttura, dall’altro).

Prospetto di distribuzione del valore aggiunto				
Categorie di destinatari	2006		2007	
	Importo	%	Importo	%
Sistema economico – produttivo	10.116.504,40	76,09%	8.043.771,96	72,72%
Altri enti del sistema camerale	1.764.852,20	13,27%	1.810.367,33	16,37%
Pubblica Amministrazione	488.430,49	3,67%	322.878,46	2,92%
Capitale di credito	160.913,33	1,21%	137.667,76	1,25%
Sistema sociale	122.011,13	0,92%	125.971,46	1,14%
Ente	642.850,49	4,84%	619.628,65	5,60%
<b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO DISTRIBUITO</b>	<b>13.295.562,04</b>	<b>100,00%</b>	<b>11.060.285,62</b>	<b>100,00%</b>

Circa i tre quarti del valore aggiunto sono stati conferiti al **sistema economico–produttivo**, seguono gli altri enti del sistema camerale, mentre quote residuali sono destinate alla pubblica amministrazione, al sistema creditizio, al sistema sociale e all'Ente.

Verso gli **altri enti del sistema camerale** è rivolta nel biennio 2006-2007 una significativa percentuale del valore aggiunto distribuito. Tale dato evidenzia l'impegno dell'Ente nel partecipare a pieno titolo alla rete del sistema camerale così da concorrere, anche attraverso la forza complessiva del sistema nazionale e regionale delle Camere di Commercio, al sostegno dello sviluppo economico.

La **Pubblica Amministrazione** è beneficiaria di una remunerazione derivante dalle imposte, principalmente l'Irap, che la Camera e l'Azienda speciale sono tenute a corrispondere allo Stato, alla Regione Umbria e ad enti locali.

Il valore aggiunto destinato al **capitale di credito** è connesso al pagamento degli oneri finanziari e incide per circa l'1,20% del valore aggiunto totale in ciascun anno preso in esame.

La remunerazione al **sistema sociale** comprende quelle attività e politiche della Camera che, oltre a generare effetti sul sistema economico, generano un impatto significativo sul contesto sociale.

La remunerazione di cui l'**Ente** è destinatario, rappresentata dagli ammortamenti, si riferisce all'insieme delle risorse non distribuite all'esterno ma impiegate per il consolidamento patrimoniale della Camera.

Il **sistema economico-produttivo** è il beneficiario diretto delle attività della Camera, in quanto comprende i destinatari dei servizi amministrativi, di regolazione del mercato e promozionali, nonché delle attività finalizzate a conseguire una maggiore modernizzazione della struttura. L'apporto di cui il sistema economico-produttivo ha beneficiato complessivamente nei due anni è di oltre 18 milioni di euro.

Apporti al sistema economico produttivo in base ai servizi erogati				
	2006		2007	
	Importo	%	Importo	%
Servizi amministrativi	2.643.723,99	26,13	2.292.383,60	28,50
Regolazione del mercato	799.366,65	7,90	784.844,88	9,76
Promozione del sistema socio-economico	6.199.796,21	61,29	4.548.904,46	56,55
Modernizzazione della struttura	473.617,55	4,68	417.639,02	5,19
<b>Totale</b>	<b>10.116.504,40</b>	<b>100,00</b>	<b>8.043.771,96</b>	<b>100,00</b>

La scomposizione nelle principali aree di operatività camerali mostra che circa il 60% del valore aggiunto globale lordo è attribuito alle iniziative di promozione economica, il 25% circa ai servizi amministrativi, mentre la quota rimanente è stata ripartita tra la regolazione del mercato e la modernizzazione della struttura.

I conferimenti di valore relativi alle attività di promozione del sistema socio-economico possono essere ulteriormente suddivisi per evidenziare la destinazione agli assi strategici di intervento del sistema camera.

Apporti al sistema socio-economico				
	2006		2007	
	Importo	%	Importo	%
Internazionalizzazione	792.715,67	12,78	225.379,19	4,96
Formazione, innovazione e qualità	1.012.194,66	16,33	224.376,99	4,93
Infrastrutture	591.617,67	9,54	839.453,39	18,45
Studi e informazione economica	169.912,41	2,74	97.064,07	2,13
Orientamento all'imprenditoria	59.265,28	0,96	40.488,94	0,89
Promozione integrata e sviluppo locale	2.590.376,22	41,78	2.076.166,80	45,64
Contributi e accesso al credito	983.714,30	15,87	1.045.975,08	23,00
<b>Totale</b>	<b>6.199.796,21</b>	<b>100,00</b>	<b>4.548.904,46</b>	<b>100,00</b>

Il sistema economico produttivo ha tratto maggiore vantaggio dalle attività di promozione integrata e sviluppo locale, alle quali nei due anni è stato destinato valore aggiunto per oltre 4,6 milioni di euro (45,64% del totale).

L'ammontare di oltre 4,2 milioni di euro è stato destinato, a livello aggregato, alle voci internazionalizzazione, formazione, innovazione e qualità, contributi e accesso al credito.

Alle infrastrutture del territorio, in particolare al sostegno dell'operatività dell'aeroporto di S. Egidio, sono stati destinati nel biennio 1,4 milioni di euro (18,45% del totale).

## **Il gruppo di lavoro**

L'elaborazione del Bilancio sociale è stata realizzata da un gruppo di lavoro interno della Camera di Commercio di Perugia con la supervisione del Segretario Generale della Camera di Commercio.

### **Supervisione**

Andrea Sammarco

### **Coordinamento**

Paola Buonomo

### **Gruppo di lavoro:**

Amelia Argenziano

Paola Buonomo

Anna Cagnacci

Massimo Cozzetto

Gabriele De Cosmo

Cristina Donnari

Marco Giombini

Marta Migliorini

Maria Elena Milletti

Tiziana Muzi

Paola Naso

Nadia Paesano

Mario Pera

Claudia Pattuglia

Gabriella Taddeo

Elio Tinarelli

Daniela Vincenzini

Cristiana Zuccaccia