

RELAZIONE AL BILANCIO DI PREVISIONE PER L'ESERCIZIO 2006

PREMESSA DI CONTESTO

Il bilancio 2006 è il documento finanziario di previsione per la gestione del secondo anno dell'amministrazione camerale in capo alla presidenza Montanari, nell'ambito del programma pluriennale adottato nel documento 2004-2009 che ne traccia gli obiettivi prioritari e i criteri di azione, secondo il *modus operandi* improntato a uno spirito di collegialità nelle scelte di intervento promozionale per lo sviluppo del sistema economico mantovano, competenza primaria della Camera di commercio nell'ambito della propria autonomia statutaria, finanziaria, regolamentare, organizzativa e in virtù dell'avvenuto riconoscimento costituzionale quale ente ad autonomia funzionale.

Le linee di lavoro impresse nel documento di bilancio per questa annualità sono indirizzate a consolidare l'esperienza di gestione avviata nel 2005 attraverso una continuità di contenuti nelle scelte promozionali adottate e anche tese a portare a regime elementi di novità introdotti mediante **nuovi strumenti regolatori e programmatori** di cui l'ente si è dotato per una più efficace auto rappresentazione (revisione statutaria), gestione organizzativa (es. regolamento dei servizi e degli uffici) allocazione delle risorse pubbliche (regolamento per la concessione di contributi), comunicazione esterna (regolamento per l'uso del logo camerale), discussione tematica (Commissioni permanenti).

L'azione di tipo regolatorio attivata ha rappresentato una scelta di gestione a forte valenza autodisciplinante, improntata ad una ricaduta generale, integrata e trasversale delle azioni intraprese, con garanzia di rappresentatività dell'intero sistema economico.

L'anno 2006 potrà perciò avviarsi in un quadro di norme definite, frutto di una intesa che ha anche attraversato fasi di acceso dibattito interno, ma che è approdata a una più solida cornice di riferimento e di un confermato impegno collegiale di azione.

Ulteriore cornice per l'azione camerale 2006 è data dal contesto di scelte programmatiche messe a fuoco dal sistema nazionale, e in particolare lombardo, delle Camere di Commercio.

La nostra Unione regionale lombarda, ha delineato per il 2006 alcuni **obiettivi di sistema** che cercheremo non solo condividere ma anche di declinare a livello locale e che costituiscono un ulteriore presupposto di indirizzo per l'azione camerale locale del prossimo esercizio, anche in virtù del ruolo di Vicepresidenza affidato al Vertice mantovano e in particolare alla sua delega ai rapporti con la Regione Lombardia.

Ci si riferisce, in particolare, alla enunciata consapevolezza della **caduta competitiva** del sistema economico lombardo nel suo complesso la quale necessita dell'adozione di un paradigma strategico di azioni tutto orientato al **ri-posizionamento del sistema verso il "segmento alto"** della competitività globale. Ogni azione promozionale del nostro ente dovrà dunque essere positivamente orientata a questo orizzonte.

I tre principali obiettivi strategici individuati per il 2006 da Unioncamere Lombardia – accrescere il monitoraggio del posizionamento, dell'attrattività territoriale e dell'aggregazione

tra imprese - dovrebbero utilmente costituire anche il nostro orizzonte di riferimento, atto a produrre effettiva integrazione del sistema.

Anche se l'economia mantovana presenta ancora alcuni buoni parametri di sviluppo socio-economico, è innegabile la sua appartenenza a un sistema complessivo ormai maturo, in ripiegamento di crescita nell'ultimo quinquennio, e ormai sono evidenti i risvolti negativi di interi settori in difficoltà strutturale sia del comparto manifatturiero tradizionale che di quello agroalimentare.

Ci muoviamo, dunque, in un quadro istituzionale ed economico profondamente mutato, anche rispetto al più recente passato, e la Camera di commercio è opportunamente tenuta a operare attraverso **nuovi elementi di modernità** nei confronti del sistema di governo superiore (sussidiarietà) e locale (co-alizione e complementarietà secondo un principio di delimitazione del proprio ruolo, improntato alla pari dignità). La Camera è tenuta altrettanto opportunamente ad adeguare i propri strumenti di intervento alle esigenze nuove delle imprese attraverso un sistema di accompagnamento che potremmo definire di *"institutional angel"*, ossia di supporto al sistema attraverso interventi integrati e di filiera tra tutti i settori, di tipo informativo, formativo, consulenziale, finanziario, orientato a logiche di innovazione, secondo il citato paradigma del ri-posizionamento competitivo.

Tutto ciò alla luce dei cinque obiettivi strategici per le attività promozionali dell'ente nel quinquennio 2004-2009, che ricordo essere i seguenti: creare le condizioni idonee per favorire una crescita equilibrata dell'economia del territorio; promuovere il pieno inserimento dell'apparato produttivo nel mercato globale; favorire l'introduzione e la diffusione tecnologica nelle imprese; sviluppare il raccordo fra il mondo scientifico e della ricerca con il mondo produttivo; valorizzare il fattore ambientale come elemento strategico dell'impresa.

INIZIATIVE DI PROMOZIONE E INFORMAZIONE ECONOMICA

SINTESI

In questo contesto di riferimento la Camera di commercio di Mantova si accinge a varare le proprie linee di intervento 2006, declinate in bilancio attraverso i capitoli tematici di seguito descritti, investendo per la "promozione economica" il 30% delle proprie risorse, il 21% delle quali destinato in particolare alle "iniziative di promozione e di informazione economica", con uno stanziamento di euro 2.400.000, incrementato del 6,66% rispetto al precedente esercizio.

I filoni principali sui quali si concentreranno gli sforzi e gli interventi promozionali della Camera di Commercio sono rappresentati dal credito, nelle tre forme di intervento previste dal regolamento camerale per le iniziative di credito agevolato - ovvero la concessione di contributi per la riduzione dei tassi di interesse per i finanziamenti garantiti dai Consorzi fidi, il sostegno agli stessi Consorzi fidi per il potenziamento del fondo rischi, altre forme di specifica incentivazione alle imprese - per il quale sono state stanziare risorse per € 500.000,00; il sostegno al turismo e al marketing territoriale per cui sono stanziare risorse per € 220.000,00 e per il quale sono previste importanti iniziative; il sostegno all'internazionalizzazione delle imprese con € 195.000,00; all'Università di Mantova con € 200.000,00; gli studi e l'informazione economica con € 170.000,00, la regolazione del mercato con € 50.000,00 e, soprattutto, le iniziative dirette ed indirette volte alla cosiddetta

promozione per € 450.000,00 di cui 70.000,00 finalizzati alla concessione di contributi per le iniziative promozionali realizzate da terzi; iniziative promosse dal Comitato per l'imprenditoria femminile, al Forum dei giovani imprenditori e al Tavolo della cooperazione, mentre al tradizionale contributo per la gestione del Consorzio Vini si affiancherà a partire dal 2006 anche quello al Consorzio Agrituristico Mantovano "Verdi Terre d'Acqua". Anche le attività connesse ai finanziamenti rientranti in ambito Obiettivo 2 saranno sostenute dall'ente camerale. Per quanto riguarda la formazione e lo sviluppo di nuove imprese alle attività organizzate e gestite dall'Azienda Speciale si affiancheranno iniziative direttamente gestite dalla Camera di Commercio volte a favorire la nevralgica fase di *spin off* delle imprese.

ANALISI DELLE VOCI DI SPESA

Turismo e marketing territoriale

Anche nell'anno 2005 si è confermata la crescita dei *servizi* della nostra provincia, che rappresentano ormai la primaria voce di riferimento nella composizione della ricchezza provinciale (56,3% del Pil provinciale) e attestano il consolidarsi della terziarizzazione economica in atto negli ultimi anni. Questa evoluzione conferma che il contesto di investimento più remunerativo nel medio periodo sarà quello dei servizi alle imprese, dei servizi avanzati, della attenzione al territorio e alle sue vocazioni, dei servizi in favore della crescita turistica del territorio.

Mantova è ormai percepita a livello nazionale – e forse internazionale – come una località fortemente attrattiva di un turismo culturale di qualità e molti *competitors* guardano al suo territorio, ai suoi abitanti, ai suoi standard di qualità della vita con un approccio di elevato "corteggiamento" (vedi Aeroporto "Marconi" di Bologna).

La Camera di commercio dunque riconferma per l'anno 2006 l'impegno tematico e le risorse a disposizione (220 mila euro) per interventi sul fronte turistico e del MKT territoriale, consapevole dello spazio operativo esistente e forte delle proprie competenze in base alla legge regionale 8/2004.

Il Sistema Turistico ha come finalità la trasformazione di una molteplicità di risorse in un prodotto riconoscibile e apprezzabile, attraverso l'organizzazione di risorse esistenti all'interno di un sistema strutturato di relazioni. Ad oggi Mantova, nonostante gli studi avviati, non è giunta alla definizione di un proprio (o a diversi) sistema turistico bensì aderisce a "Po di Lombardia" con le province di Cremona, Pavia e Lodi. Una scelta politica primariamente orientata dalle Province, soggetti capofila attraverso il degli Comitato degli assessori, e per la quale la nostra Camera di commercio, che pure vi ha aderito, nel 2006 attende di individuare una appropriata collocazione di ruolo e azione.

Essa si propone quale "anello di congiunzione" pubblico-privato laddove: 1) **partecipa alla definizione dell'informazione turistica** (IAT), supporta e **promuove investimenti pubblici** per la definizione dei sistemi turistici locali (es. adesione al Sistema Po di Lombardia); 2) sostiene eventi e manifestazioni culturali rilevanti (centenario del Mantegna, Festaletteratura, Mantova musica festival), partecipazioni fieristiche (BIT di Milano, contributi a iniziative promozionali di MantovaExpo); 3) **coordina l'azione privata** in progetti a valenza turistica e sponsorizzazioni di eventi, favorisce la nascita di nuove idee promozionali per lo sviluppo del territorio.

E' dunque collettore di sistema rispetto alle istanze delle diverse componenti del sistema economico in materia di promozione turistica (dalla ristorazione, alla ricettività, alle Agenzie viaggi, alle guide turistiche ecc...). Un ruolo molteplice e articolato, di relazionalità con tutti gli attori del territorio e di coordinamento dei soggetti imprenditoriali appunto, giocato nella consapevolezza delle potenzialità di sviluppo del sistema Mantova attorno alla promozione integrata di natura-cultura-prodotti ma anche all'esigenza che esso si apra e si raccordi con iniziative trasversali e di più ampio respiro attraverso partnership interprovinciali e interregionali. ruolo che potrà giovare della attivazione di tavoli di lavoro su specifici obiettivi, dal raccordo operativo pro-eventi, alla ospitalità convenzionata per gli studenti universitari, alla definizione di standard di servizio per l'ospitalità turistica ecc...

Queste modalità di azione potranno essere altresì discusse e definite nell'ambito della Commissione permanente istituita in seno al consiglio camerale e che diverrà operativa nel corso del 2006.

L'ente camerale conferma l'azione di coordinamento dei due progetti di **Marketing territoriale strategico** che denotano la capacità dell'ente camerale di essere capofila di importanti interventi di sistema con una attenzione alla lettura delle specificità territoriali in un'ottica di valorizzazione e di individuazione delle potenzialità ancora inesprese. I progetti di marketing territoriale in corso hanno permesso la definizione di due rispettivi Piani di Azione, per l'Area morenica (in fase di prima implementazione) e per l'Oltrepo (in fase di lavorazione). Si tratta di prodotti di studio e analisi elaborati dal Politecnico quale partner scientifico incaricato, ai quali l'ente assicura il costante monitoraggio e stati di avanzamento promovendone la diffusione e la cultura. I Piani sono fortemente orientati alla logica dei sistemi turistici, con i quali condividono scopi e modalità di intervento per azioni di sistema.

Il passaggio dal Piano all'azione concreta comporta tuttavia la necessità di un reale interesse e coinvolgimento dei singoli enti locali cui il piano afferisce, pertanto il processo che porta alla visibilità delle azioni di studio ha un percorso che può essere lungo e articolato. L'esempio del MKT dell'area morenica insegna in tal senso poiché il territorio non è sembrato ancora del tutto permeabile alle sollecitazioni attuative del Piano. Attraverso un Master del Politecnico finanziato dalla nostra Camera che ha permesso di formare risorse umane sul progetto specifico di "Valorizzazione e identità dei luoghi", parte del piano del morenico, ci attendiamo un affondo incrementale sull'evoluzione del progetto, attraverso un concorso di idee per recuperare e promuovere spazi siti nei diversi comuni morenici. Finanziamenti in tal senso dovranno scaturire dai soggetti promotori ma soprattutto dalla regione mediante la legge che finanzia i sistemi turistici.

Internazionalizzazione

E' indubbio che lo scenario economico internazionale sia mutato profondamente negli ultimi anni. La globalizzazione dei mercati, lo sviluppo di nuove aree commerciali (Cina, Area del Mediterraneo, Paesi dell'allargamento) con tassi tre-quattro volte superiori alla crescita delle economie mature, la competitività crescente pongono le imprese di fronte alla necessità di avviare o consolidare processi di internazionalizzazione per sostenere i quali necessitano di forti investimenti in risorse umane e finanziarie.

La presenza sui mercati internazionali non risponde più soltanto a logiche di differenziazione dei mercati ma, piuttosto, diventa una oggettiva evidenza imposta dalla progressiva caduta delle barriere commerciali tra i Paesi e dall'aumento della competitività che rende necessaria

una maggiore presenza delle imprese mantovane sui mercati esteri. Di qui la necessità che le Pmi della provincia, spesso prive di strutture interne dedicate al commercio estero, siano assistite a dovere nel loro processo di internazionalizzazione.

Lo stanziamento di bilancio dell'Ente per il 2006, pari a Euro 195.000, verrà utilizzato per la realizzazione di interventi promozionali sui mercati esteri e per offrire servizi di assistenza e accompagnamento alle Pmi in modo da accrescere il numero delle imprese fruitrici. Al consolidamento dei servizi offerti dal Lombardia Point e attraverso la certificazione a distanza per le imprese che necessitano di documentazione accompagnatoria di merci destinate all'estero, si cercherà di offrire pacchetti informativi il più possibile personalizzati sull'esigenza dell'impresa. Se, infatti, le aziende di maggiori dimensioni hanno strutture interne in grado di elaborare ricerche e di gestire con maggiore autonomia i rapporti con partners esteri, è sulle micro e piccole imprese che l'ente dovrà porre maggiore attenzione, in quanto è questo il bacino d'utenza che più intensamente può e deve sviluppare una presenza costante sui mercati internazionali. I servizi di accompagnamento e di follow-up diventano, da questo punto di vista, molto importanti e necessari per agevolare le piccole imprese.

Sul fronte delle iniziative promozionali, la Camera di Commercio focalizzerà l'attenzione su alcuni progetti di partecipazione a fiere internazionali e di organizzazione di missioni economiche in modo autonomo, affiancandole ad altre iniziative di sistema (Centro Estero, Convenzione Unioncamere, Assocamerestero, ICE, MAP). Le aree mercato obiettivo delle iniziative camerale saranno prioritariamente l'Europa allargata dei 25 Paesi membri e il bacino del Mediterraneo, ma anche alcune aree interessanti per prospettive di collaborazione non meramente commerciali, quali: India, Russia, Far East. Per "confezionare" una proposta il più possibile condivisa a livello locale, attenzione verrà rivolta anche a possibili partenariati con i Consorzi (Mantova export e Oglio Po, in primis) e le rappresentanze economiche, cercando anche convergenze, su singoli interventi di particolare interesse che puntano alla promozione sinergica dell'economia mantovana, con le Istituzioni del territorio. Per le fasi operative, la Camera di Commercio in quest'ambito si avvarrà della propria azienda speciale PromolImpresa che, secondo uno schema collaudato, realizza le attività di supporto all'internazionalizzazione in stretta collaborazione con l'ufficio estero della Camera.

Qualità e promozione

L'impegno dell'Ente, finalizzato al sostegno e al rilancio del sistema economico mantovano, punterà anche sull'introduzione di servizi innovativi rivolti all'accrescimento presso le imprese delle conoscenze necessarie per affrontare gli scenari competitivi presenti sul mercato. Innovazione e trasferimento di contenuti tecnologici sono due filoni di cui nel 2006 la Camera di Commercio si occuperà attivamente, attraverso la costituzione, presumibilmente presso l'azienda speciale, di un "innovation point", punto di approdo di un'iniziativa regionale finanziata dal fondo perequativo di Unioncamere. In proposito, assodato che la sfida sui mercati si vince se si è in grado di produrre beni e servizi qualitativamente elevati, è nella conoscenza, nella ricerca e nell'innovazione che risiedono quegli elementi in grado di fare la differenza tra imprese aggredibili e imprese che possono tutelare le loro posizioni di mercato. Alcuni interventi al riguardo verranno finanziati dall'Ente camerale nel prossimo esercizio:

- l'istituzione del richiamato "innovation point", un servizio che riguarda il supporto alle Pmi nel campo del trasferimento di conoscenza nel campo della ricerca e dell'innovazione, che nel 2006 dovrebbe concretizzarsi nella creazione di una piattaforma di Knowledge Management utile alle imprese per trovare informazioni utili sul "come fare" innovazione;
- bandi ad hoc che prevedano il finanziamento di **investimenti per innovazione e ricerca**, di idee che apportino qualità ai processi e ai prodotti, coinvolgendo eventualmente anche l'ambiente universitario, dei centri di ricerca e del credito, gli uni per l'apporto di conoscenza che possono trasferire alle aziende, le banche per il cofinanziamento dei bandi che si andranno a proporre sul territorio.

Nella voce "Promozione e qualità" del bilancio camerale rientrano altresì interventi economici di supporto e promozione destinati ai comparti dell'artigianato e dell'agricoltura, cui l'ente destina risorse attraverso iniziative ad hoc o finanziando richieste di contributo a valere su iniziative presentate in modo autonomo dai settori citati.

Per quanto concerne l'**artigianato**, oltre ai già richiamati capitoli di bilancio che sono trasversali a tutte le branche dell'economia mantovana (credito, formazione, internazionalizzazione), sono previsti alcuni interventi specifici per lo sviluppo e il sostegno delle imprese artigiane. Si tratta, nel dettaglio, di bandi per l'assegnazione di contributi a fondo perduto, con abbattimenti dal 25% al 30%, per le aziende che operino investimenti nel miglioramento dell'impatto ambientale del processo produttivo o dei prodotti e di progetti di filiera da finanziare, fino a un massimo del 70% dei costi ammissibili, attraverso la presentazione di progetti a valere sulla Convenzione Unioncamere/Artigianato per il prossimo triennio che interessa temi di estrema attualità per il settore artigiano: innovazione tecnologica, sicurezza, sviluppo dei mercati esteri, tutela ambientale, ecc. Su queste tipologie di bandi, oltre che ai richiamati interventi generali di sostegno alle Pmi, la Camera di Commercio intende concentrare la sua attenzione, cercando da un lato di assistere le imprese nella presentazione della domanda sul bando ambientale, dall'altro di presentare per il prossimo anno, in concertazione con le associazioni di categoria rappresentative del comparto, progetti territoriali o di filiera di particolare interesse sul bando della Convenzione regionale.

Sul fronte della promozione in **agricoltura**, per la tutela e la valorizzazione dei prodotti tipici e delle eccellenze del territorio, l'impegno della Camera di Commercio al riguardo conferma, con 60.000 Euro di stanziamento, il supporto per la partecipazione al Vinitaly, manifestazione di caratura internazionale per il comparto vitivinicolo. L'impegno della Camera sarà indirizzato altresì al sostegno di progetti promossi dalle associazioni agricole a sostegno della filiera agroalimentare sulla base delle richieste che verranno avanzate alla commissione contributi della Camera.

Sarà mantenuto il sostegno agli organismi consortili di promozione attivi in ambito agricolo (Consorzio Vini, consorzio agrituristico) finalizzando i finanziamenti alla copertura di parte degli oneri di funzionamento e per le progettualità di valore che tali organismi vorranno esprimere.

Fondo per imprese innovative e innovazione tecnologica - L'ente camerale intende imprimere elementi di novità all'azione promozionale attraverso la costituzione di un Fondo per dare incentivazione all'avvio o al consolidamento/crescita a imprese del settore terziario avanzato che intendano operare nei settori economici collegati al tempo libero (beni culturali, spettacolo, turismo, musica, sport, cinema e così via), comparto previsto in forte crescita

potenziale ma solitamente esposto rispetto ai supporti di start up tradizionali in quanto detentore di sapere intangibile. Partendo dall'assunto che «quando attiri le persone attiri anche le aziende che le impiegano, e gli investitori che le finanziano». Dovunque si sviluppi un agglomerato di intelligenze lì si accumulerà anche ricchezza. Da uno studio in corso con l'Ufficio studi emerge che la quota di creativi sul totale degli occupati è più bassa rispetto alla media nazionale e di altre economie simili. Si tratta di una tipologia imprenditoriale distintiva per un sistema economico che voglia qualificarsi costituendo servizi di attrazione per il tempo libero e in grado di attivare processi di allargamento del mercato del lavoro in direzione di un'occupazione "creativa" e di qualità soprattutto per persone dotate di elevati livelli di istruzione.

Il fondo stanziato è di 100 mila euro di avvio, ricercando ulteriori risorse attraverso il sistema del credito e partnership istituzionali di supporto, con una forte attesa di finanziamento del sistema regionale lombardo. Alla costituzione di un fondo si affianca la possibilità di fruire dell'erogazione di servizi reali alle imprese sotto forma di know how manageriale utile allo sviluppo aziendale.

Questa proposta di supporto ad imprese innovative è inserita nel più ampio tema della Ricerca e innovazione tecnologica e della necessità di favorire il suo trasferimento. Esse infatti rappresentano il motore dello sviluppo, indispensabile per reggere il confronto con gli altri sistemi economico-produttivi e per contribuire alla crescita economica rafforzando la competitività e aumentando l'occupazione.

Per favorire azioni sinergiche "ricerca – imprese" è indispensabile promuovere strutture aventi come obiettivo primario la promozione di una crescita scientifico-tecnologica della realtà locale finalizzata ad uno sviluppo della competitività del sistema territoriale.

La Regione Lombardia ha mostrato un forte interesse su queste politiche perciò essa interviene con particolari strumenti (fondo Next, voucher tecnologici, PIA, scouting ecc..) a sostenere interventi tesi a rafforzare la capacità di ricerca di eccellenza, l'applicazione della conoscenza prodotta, l'accrescimento dei processi di trasferimento tecnologico in nuove imprese e l'aumento della propensione innovativa delle PMI. Settori di interesse del tessuto produttivo locale per avviare questi interventi possono essere l'agroalimentare, il legno; il turismo via web, i beni artistici e culturali; le ICT; l'energia e l'ambiente; le biotecnologie.

La prossima costituzione di un presidio camerale di Innovation Point con personale dedicato al supporto all'impresa per i processi innovativi, sembra andare nella direzione tracciata dalla Regione e crea i presupposti per ipotizzare la costituzione di una futura struttura per il trasferimento tecnologico, in grado di esercitare un ruolo diretto nella stimolazione di nuovi progetti di interesse locale, attrarre nuove iniziative imprenditoriali e sviluppare capacità di innovazione della realtà economica e sociale.

Per favorire lo sviluppo e la crescita dell'imprenditoria giovanile, la Camera rinnova e incrementa il sostegno al **Forum Giovani Imprenditori** per azioni dirette a costruire un dialogo intersettoriale tra i giovani imprenditori mantovani, nella consapevolezza che le leve di competitività che possono essere messe in campo attraverso esperienze giovanili d'impresa siano comuni ai diversi comparti. Nel 2006 il Forum intende proporre, tra le proprie attività prioritarie, l'emanazione di un bando di concorso di idee, dedicato alle scuole superiori mantovane, allo scopo di far emergere nuove e originali proposte di promozione del territorio mantovano che potrebbero anche essere utilmente concretizzate. L'iniziativa intende anche attivare un canale di dialogo e scambio con il mondo della scuola, potenziale

bacino di nuova imprenditoria. Il Forum, infine, favorisce il contatto dell'ente con il mondo associativo per quei servizi più innovativi, che necessitano di un atteggiamento aperto ai cambiamenti, proprio dei giovani imprenditori.

Parallelamente, il **Comitato Imprenditoria Femminile**, ormai attivo da quasi un quinquennio, vedrà rinnovato l'impegno dell'ente in una missione sempre più orientata ad incrementare le relazioni del Comitato con le imprenditrici dell'intero territorio provinciale, attraverso momenti di incontro-confronto decentrati nei principali comuni del Mantovano. Si confermeranno le seguenti aree tematiche di intervento: orientamento, formazione, comunicazione, rapporti con il territorio, servizi alle imprese, convegnistica, credito.

Nel corso del 2006 il Comitato sarà nuovamente chiamato alla sua *mission* di esordio, quella della promozione della legge 215/92 (sostegno dell'imprenditoria femminile), rifinanziata a livello nazionale ma per la quale non ci saranno, presumibilmente sufficienti risorse regionali per una diffusione capillare delle sue opportunità. Con il venir meno di questa importante funzione che, assieme a quella del credito, non trova facili declinazioni operative, il Comitato sarà chiamato a riorientare la propria vocazione in sede camerale.

Cooperazione ed Economia civile - Come noto la nuova legge regionale del novembre 2003 affida alle Camere di Commercio un ruolo importante per lo sviluppo della cooperazione. Da queste nuove competenze, così come dalla vitalità del comparto cooperativo provinciale, è nato il Tavolo della cooperazione e dell'economia civile, fortemente voluto da questa Giunta.

Tra le nuove attività che vedranno una imminente concreta attuazione cito l'Osservatorio della cooperazione di Mantova, una struttura che farà da modello per l'intero sistema camerale lombardo e che intende monitorare il variegato mondo della cooperazione anche al fine di modulare azioni e piani di intervento che favoriscano un virtuoso sviluppo di questo comparto, che vanta una lunga tradizione nel nostro territorio.

La Camera di Commercio è da tempo impegnata nel settore cooperativo, del no-profit e dell'economia civile in senso lato. Tra le azioni che verranno realizzate nel prossimo esercizio, è previsto anche il rafforzamento dello **Sportello per la Cooperazione**, già attivo presso l'azienda speciale PromolImpresa, risultato di un precedente progetto realizzato nel triennio 2002/2004, per offrire assistenza adeguata alle costituenti cooperative nel reperimento di finanziamenti e nell'istruttoria delle domande da presentare in Regione. Il Tavolo della cooperazione e dell'economia civile comincerà ad operare attivamente dal 2006 sulla base di un modello che gli stessi componenti vorranno darsi e che, sulla base dei dati forniti dall'Osservatorio, potrà promuovere nuove azioni di supporto al mondo cooperativo locale in riferimento al tavolo già operante in sede regionale.

Credito e finanza

L'impegno camerale sul fronte del sostegno agli investimenti delle imprese è ribadito e rafforzato con uno stanziamento complessivo di 500.000 euro che verranno destinati sia alla tradizionale forma di agevolazione veicolata attraverso i consorzi fidi, sia innovando l'offerta con le seguenti azioni:

1. **nuove forme agevolative** per :

- Basilea Due: proposta di bandi destinati a finanziare l'introduzione di metodi di autodiagnosi finanziaria all'interno delle aziende e di realizzazione di check-up sulla struttura patrimoniale;
- Creazione di reti d'impresa e integrazioni a livello di filiera produttiva/di servizio;
- Imprese innovative dei settori: commerciale e dei servizi, agricolo e dei comparti manifatturieri (artigianato e industria).

2. animazione del “**tavolo del credito**” con iniziative volte a:

- a. Realizzare “unità di crisi” in collaborazione con il sistema bancario per la prtrimonializzazione del debito (stesura di un protocollo tra banche e CCIAA con il quale definire forme di solidarietà finanziaria che permetta alle imprese in difficoltà di superare momenti di crisi finanziaria).
- b. Creare momenti di incontro e approfondimento su tematiche relative al rapporto banca-impresa e allo studio di meccanismi che favoriscano la crescita dell'economia del territorio.

L'obiettivo finale è ammodernare il rapporto tra il sistema creditizio finanziario e il sistema produttivo, di diffondere tra le piccole e medie imprese strumenti di agevolazione che si affianchino alle tradizionali linee di credito e di accrescere le possibilità di accesso al capitale di rischio e a nuovi prodotti e servizi finanziari.

Studi e informazione economica

L'impegno previsto a bilancio per il 2006 conferma lo stanziamento già attuato per l'anno in corso, a testimonianza della rilevanza attribuita dall'attuale amministrazione alle attività di informazione economica (studi e statistica) e di promozione e comunicazione istituzionale (rapporti con gli organi di stampa e i nuovi media, convegnistica, gestione dell'immagine coordinata dell'Ente, aggiornamento sito internet e newsletter elettronica).

Sul fronte dell'informazione economica si è assistito, negli ultimi anni, ad una progressiva e notevole crescita delle richieste di dati ed analisi elaborate ad hoc pervenute all'Ente da parte di imprese, privati, nonché di altri enti pubblici, a testimonianza dell'unicità e vastità del patrimonio informativo di cui la Camera dispone, nonché della crescente importanza che la conoscenza dell'evoluzione socio-economica locale va assumendo al fine di garantire una consapevole programmazione delle azioni necessarie ad affrontare le nuove e stringenti sfide della società globale.

Per questo anche il 2006 sarà un anno denso di attività sul fronte delle **indagini tematiche** relative ai principali segmenti di importanza strategica per lo sviluppo locale. Tra i progetti che si intendono sviluppare cito una indagine centrata sulle **risorse umane** locali, uno dei fattori che vanno acquisendo vieppiù un ruolo chiave per lo sviluppo economico provinciale; una indagine sul fenomeno del passaggio generazionale in un settore particolarmente delicato come quello agricolo, che notoriamente riveste una importanza fondamentale per il nostro territorio; un approfondimento sul capitale umano creativo locale, che si prefigura essere uno degli elementi strategici per lo sviluppo competitivo; una analisi, per indicatori specifici, del territorio provinciale e delle aree che lo compongono; tutti questi lavori potranno divenire oggetto di pubblicazione sulla collana “Quaderni dell'economica provinciale” che da anni dà valore alla consistente e qualificata produzione documentale di questa Camera.

Proseguiranno le rilevazioni consolidate, come Excelsior e dovrebbero anche avviarsi, ai fini di un monitoraggio dell'evoluzione congiunturale dei diversi comparti produttivi, nuove indagini campionarie dedicate a comparti oggi ancora non esplorati nella dimensione congiunturale, come il commercio e l'edilizia, che si andranno ad affiancare alle ormai consolidate indagini del settore manifatturiero industriale ed artigiano.

Si conferma un calendario denso di appuntamenti con il mondo socio-economico locale che verranno promossi dal nostro ente: in favore della diffusione e discussione degli indicatori economico-statistici provinciali (Giornata dell'economia); del riconoscimento ai benemeriti al lavoro (Premi del Lavoro); del rapporto tra le banche del territorio e gli altri settori economici (incontri a tema con il sistema bancario) per promuovere innovazione; della promozione di percorsi di orientamento scuola – lavoro (Job crossing), ecc..

In materia di **comunicazione istituzionale**, la promozione e diffusione della conoscenza dei ruoli, delle funzioni e delle iniziative della nostra Camera dovrà concretizzarsi nella realizzazione di una nuova edizione della "Guida ai servizi" dell'Ente attraverso la stesura della prima Carta dei servizi della Camera di commercio di Mantova, uno strumento che ci consentirà anche di fissare gli *standards* dei servizi offerti all'utenza, secondo logiche di qualità. La realizzazione di questo importante strumento di comunicazione sarà strettamente collegata all'attivazione dello sportello dell'**Ufficio per le relazioni con il pubblico**, indicato già nella scorsa relazione al bilancio come uno degli obiettivi prioritari nell'arco del quinquennio per il miglioramento dell'efficienza amministrativa e del rapporto con l'utenza.

Sul fronte dei rapporti con gli organi di stampa sarà potenziata la linea strategica adottata nel corso del 2005: un cospicuo incremento degli interventi di **pubblicità istituzionale** e di presenza sui mass media, ha consentito di garantire una visibilità costante e qualificata della Camera di commercio sui principali organi di informazione provinciali. Nei primi dieci mesi dell'anno, infatti, sono stati diffusi circa 90 comunicati stampa (in media uno ogni tre giorni) e sono stati acquistati nr. 32 spazi pubblicitari (inclusa la campagna pubblicitaria che ha riguardato la manifestazione "Job Crossing"). Fra questi ultimi, decisamente innovativo è stata la creazione di una rubrica mensile riservata all'Ente camerale sull'emittente Tele Arena, prima dell'edizione del notiziario MantovaFlash. E' stata un'esperienza positiva che riteniamo possa essere riproposta e potenziata nel 2006 e che potrebbe essere allargata anche all'altra emittente televisiva mantovana (MantovaTv) e ad alcune importanti realtà della radiofonia interregionale (Radio Base, Radio Pico, etc...).

In merito alla **comunicazione on line**, l'impegno che nel 2004 ha portato al rinnovo strutturale del nostro sito internet e, quindi, alla realizzazione nello scorso mese di settembre di "Camera News", la prima newsletter elettronica dell'Ente, ha consentito di incrementare notevolmente il numero di accessi al portale web della nostra Camera: oltre 30mila contatti in media al mese. Nel 2006 sia il sito che la newsletter dovranno essere ulteriormente affinati ricorrendo agli strumenti offerti dalle nuove tecnologie e ad una gestione degli aggiornamenti contenutistici sempre più puntuale. Inoltre, il sito internet sarà oggetto di una consistente rivisitazione dal punto di vista strutturale, resa necessaria per ottemperare agli obblighi di legge previsti per le nuove norme di accessibilità dei siti web per i portatori di handicap.

Una ulteriore azione di comunicazione, nell'ottica dell'efficienza e della trasparenza amministrativa, potrà essere quella di avviare una impostazione del **bilancio sociale** dell'ente (parallelamente all'avvio del controllo di gestione) che costituisce per le Amministrazioni Pubbliche un potente strumento di comunicazione bidirezionale con i propri stakeholders – le imprese e le diverse componenti del mondo economico provinciale -

favorendo, da un lato, la trasparenza dell'agire amministrativo e sollecitando, dall'altro, la partecipazione degli utenti alla vita dell'Ente pubblico.

Innovazione ricerca e trasferimento tecnologico

E' costante e ribadito l'impegno dell'Ente camerale per sostenere le iniziative di carattere culturale e la ricerca universitaria, di fronte alla convinzione che il **polo universitario mantovano** costituisca lo strumento attraverso il quale si può conseguire l'obiettivo strategico della diffusione dell'innovazione tecnologica nel sistema delle piccole e medie imprese, del trasferimento della ricerca scientifica, del raccordo tra il mondo della produzione e quello dell'Università e dello sviluppo delle relazioni tra le imprese. Il supporto all'Università, confermato anche attraverso una seconda edizione del Job meeting quale opportunità di conoscenza del nostro mondo universitario, continuerà anche attraverso una sezione appositamente dedicata al FUM del notiziario camerale elettronico "Camera News" che mensilmente sarà recapitata al mondo economico.

Borsa Merci e "Mantova Multicentre"

L'azienda speciale Borsa Merci trova nel bilancio 2006 una disponibilità di 300.000 Euro che permetteranno di finanziare tanto il funzionamento del mercato quanto la gestione del Centro Congressi Mantova Multicentre. In virtù del positivo trend dell'attività congressuale il contributo si è notevolmente ridotto rispetto allo scorso anno.

In tale ambito resta sempre prioritaria la tutela della Borsa Merci nonché la valorizzazione del mercato suinicolo, il più importante d'Italia in quanto i prezzi rilevati sulla piazza di Mantova sono presi a riferimento per tutte le contrattazioni di suini svolte a livello nazionale.

L'attività del 2006 dovrà essere orientata all'attuazione dei due Protocolli d'intesa adottati in corso di quest'anno per modificare il sistema di rilevazione dei prezzi, al fine di mantenere in vita il mercato suinicolo e fornire servizi sempre più qualificati e rispondenti alle esigenze degli operatori di borsa.

I corsi di formazione svolti in corso d'anno, rivolti agli operatori del mercato suinicolo (intermediari e contraenti) per l'apprendimento del sistema di rilevazione telematica dei prezzi "Metora", dovrebbero favorire la ripresa dei contratti settimanali da assumere come riferimento in sede di Commissione di mercato per la quotazione dei prezzi. Nel 2006 tali modalità innovative di realizzazione delle contrattazioni potranno essere proposte agli operatori degli altri mercati (cereali e formaggi).

Dal punto di vista della valorizzazione dei prodotti agroalimentari del territorio, l'attenzione sarà ancora rivolta a iniziative di riconoscimento della qualità di alcuni prodotti tipicamente mantovani come il suino mantovano pesante.

L'azienda speciale Borsa Merci manterrà quale ulteriore priorità la valorizzazione del Centro Congressi MAMU che, dopo un significativo avvio di business potrà andare a promuovere sul territorio mantovano un Convention Bureau.

Regolazione del mercato

Lo stanziamento di 50.000 Euro in bilancio testimonia la volontà di dare maggior slancio alle attività legate alla regolazione del mercato, servizio di recente istituzione e sul quale si intende puntare per una più significativa presenza dell'Ente nei meccanismi che regolano i rapporti tra consumatori e imprese, per la tutela contro la concorrenza sleale, per lo sviluppo delle forme alternative di risoluzione delle controversie. Le attività previste per il 2006 puntano:

- sulla riassunzione, in capo alla CCIAA, delle funzioni a suo tempo trasferite all'azienda speciale Borsa Merci con D.G. n° 288 del 17/9/1994, relative all'art. 2 commi 4 e 5 della L.580/93 (con modifica dello Statuto dell'azienda). Nello specifico, le azioni che si svilupperanno fanno capo alla promozione della Camera Arbitrale, alla predisposizione di contratti tipo, anche in collaborazione con il Comitato di Vigilanza della B.M., nominato dalla Giunta, alla riattivazione della commissione clausole vessatorie (c.d. "commissione contratti"), con istituzione di un nuovo servizio di controllo sui contratti;
- sul riassetto delle funzioni conciliative e arbitrali, con l'adozione di un nuovo Statuto e Regolamento di Conciliazione e della Camera Arbitrale e la promozione degli strumenti di ADR;
- sul potenziamento delle attività ispettive e l'animazione del tavolo sulla concorrenza sleale;
- sull'impulso delle attività dell' Osservatorio per la tutela consumatore (intese con associazioni per tariffe di prestazioni di servizio, seminari informativi, ...);
- attivazione del servizio di trasmissione telematico di marchi e brevetti (subordinato all'emanazione delle direttive del MAP).

Impresa e pubblica amministrazione

Nell'ambito della "digitalizzazione" dei rapporti tra imprese e pubblica amministrazione, la Camera di Commercio di Mantova conferma anche per il 2006 le quattro linee strategiche di intervento già fissate come prioritarie nel programma pluriennale: l'innalzamento della cultura digitale nel tessuto economico mantovano; l'evoluzione del servizio anagrafico nella società dell'informazione; l'agire in rete; la costruzione di un nuovo legame con il territorio.

L'**innalzamento della cultura digitale** potrà essere perseguito attraverso due tipi di azione. Da un lato impegnandosi a favorire l'accesso del sistema delle imprese operanti sul territorio provinciale alle opportunità offerte dalla società digitale: l'Ente dovrà sempre di più qualificarsi Ente al servizio delle imprese e del mercato, diventando protagonista di una politica di interventi per la diffusione delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, quali **strumenti di sviluppo economico e di modernizzazione**. L'obiettivo potrà essere perseguito anche attraverso la diffusione dell'innovazione e del trasferimento tecnologico, capaci di dare valore aggiunto al territorio e di costituire attrattiva per l'insediamento economico. In questo senso, si intende proseguire su una strada già intrapresa, che va ulteriormente sviluppata e costantemente verificata. In proposito si pensi alle importanti azioni già realizzate nel campo della diffusione di strumenti come la **smart card** prima, la **Carta Nazionale dei Servizi** (CNS) ora e la **posta elettronica certificata**. È chiaro che questo tipo di progettualità deve coinvolgere anche le altre pubbliche

amministrazioni e l'Università, istituzioni con le quali devono essere costanti la condivisione e il raccordo, sviluppati nel rispetto delle competenze e dell'autonomia di ciascuno.

La seconda azione, a più lungo termine, sarà volta invece a favorire il pieno sfruttamento, da parte del sistema delle imprese, delle straordinarie opportunità che derivano dal **cablaggio** dell'area mantovana. L'accesso tempestivo e capillare delle imprese mantovane al collegamento a banda larga costituisce infatti una risorsa preziosa, il cui sfruttamento rimane ancora in larga misura da realizzare. Compito della Camera è quello di contribuire a rendere visibili ed effettivi i vantaggi economici che questa disponibilità può offrire alle imprese, agendo con una varietà di strumenti: fornire incentivi alle imprese affinché utilizzino la connessione a banda larga; subordinare l'utilizzo di alcuni servizi camerale avanzati all'impiego della banda larga; sperimentare e diffondere l'impiego della videoconferenza.

Nei prossimi anni si intende promuovere, accrescere e potenziare l'utilizzo delle informazioni contenute nelle **banche dati dell'area anagrafica**, affinché le stesse siano sempre più usate dal sistema delle imprese come strumento informativo di supporto allo svolgimento dell'attività economica. A tal fine bisognerà diffondere, a livello pubblico e privato, la conoscenza del ricco patrimonio informativo contenuto nell'anagrafe economica, con lo scopo di rafforzare l'informazione economico-statistica relativa alla realtà locale, ma anche come base conoscitiva di qualsiasi efficace strategia di marketing territoriale, puntando a fare dell'anagrafe camerale nel suo complesso un vero e proprio **strumento di governance** e di promozione del territorio. Perché ciò accada, sarà fondamentale garantire l'**ottimizzazione del data-base anagrafico** in termini di: qualità, affidabilità, velocità e tempestività di **aggiornamento** dei dati; garanzia di protezione ed integrità degli stessi, rapidità e facilità di accesso, sicurezza e correttezza nella trasmissione delle informazioni.

Un altro importante ambito di intervento concerne i **rapporti con il mondo associativo e con i cosiddetti grandi utenti** – notai, commercialisti ed altri professionisti. In questo campo si ritiene strategico continuare sul percorso, faticosamente avviato, di intendere il rapporto con tali soggetti non più vincolato allo stereotipo pubblica amministrazione – utente, ma aperto a **nuove forme di collaborazione e di interazione**, in parte già sperimentate, ma sicuramente suscettibili di ulteriori importanti sviluppi. Si vorrebbe, per quanto possibile e legalmente corretto, passare ad **una sorta di cogestione** per migliorare il servizio reso alla collettività. Del resto questi soggetti, in qualità di intermediari istituzionali, hanno svolto e tuttora svolgono, un ruolo fondamentale di supporto all'implementazione dell'anagrafe telematica ed alla diffusione delle nuove tecnologie e, in particolare dei dispositivi di firma digitale. Costituiscono quindi un prezioso strumento per veicolare l'impiego delle tecnologie di sottoscrizione digitale e per diffondere la conoscenza delle nuove possibilità di collegamento telematico con le Camere di Commercio. Già a partire dal prossimo anno, si sperimenteranno ulteriori nuovi servizi, quali l'**invio telematico** delle denunce di conformità degli impianti da parte di ordini e associazioni e la raccolta ed invio delle domande per l'ottenimento delle carte tachigrafiche.

Le nuove opportunità connesse alla progressiva introduzione della telematica, in particolare la graduale scomparsa del rapporto materiale tra sportello inteso come luogo fisico e impresa, avranno un notevole impatto anche sulle strategie di decentramento delle funzioni e dei servizi. Per questo motivo l'Ente camerale si sta impegnando per completare l'attivazione degli **sportelli telematici di servizio** dislocati nelle aree strategiche del territorio provinciale: a Viadana, Castel Goffredo e Goito si aggiungerà entro la fine del 2005 anche Suzzara, mentre nel 2006 sarà la volta di Asola e Revere. Non si tratta solo di punti di accesso ad

un'ampia gamma di servizi, ma di luoghi capaci di favorire l'incontro ed il raccordo tra le diverse realtà imprenditoriali dislocate sul territorio.

Va da sé che una tale visione comporta anzitutto un progressivo ridisegno della struttura organizzativa, che va fortemente reindirizzata all'erogazione di servizi in funzione dei quali, non viceversa, deve essere inteso lo svolgimento dei compiti "burocratici" obbligatori per legge. Ciò comporterà inevitabilmente anche una ristrutturazione fisica degli spazi, cui si dovrà porre mano.

PROSPETTO RIASSUNTIVO DELLE PRIORITÀ

VOCE DI SPESA	PROGETTI / OBIETTIVI
Turismo e marketing territoriale	Consolidamento ruolo della Camera nella gestione della politica turistica provinciale (anello di congiunzione tra pubblico e privato) Area Morenica e Oltrepò: passaggio dal Piano all'Azione
Internazionalizzazione	Potenziamento dei servizi offerti dal Lombardia Point Azione di affiancamento delle imprese sul fronte degli scambi commerciali e della partecipazione a fiere e missioni all'estero
Qualità e promozione	Realizzazione dell'Innovation Point Bandi di finanziamento per investimenti finalizzati all'innovazione e alla ricerca Attuazione dell'Osservatorio della cooperazione
Credito e finanza	Nuove formule agevolative per Basilea 2 e reti di impresa a livello di filiera produttiva e di servizio Animazione del Tavolo del credito
Studi e informazione economica	Indagini tematiche (risorse umane, passaggio generazionale, analisi per indicatori del territorio provinciale) Manifestazioni (Giornata dell'Economia; Premi del Lavoro) Nuovo Urp e Carta dei Servizi
Innovazione ricerca e trasferimento tecnologico	Sostegno alla Fondazione Università di Mantova e potenziamento del polo universitario est-Lombardia
Borsa Merci e "MaMu"	Valorizzazione centro congressi e creazione Convention Bureau
Regolazione del mercato	Riassunzione in capo alla Camera delle funzioni prima trasferite all'azienda speciale Borsa Merci (Camera arbitrale, predisposizione dei contratti tipo) e istituzione di un nuovo servizio di controllo sui contratti
Impresa e pubblica amministrazione	Nuove forme di collaborazione tra l'Ente, il mondo associativo e i cosiddetti "grandi utenti" Completamento attivazione sportelli camerali sul territorio provinciale