

AUDIZIONE DELL'UNIONCAMERE

**Esame congiunto dei disegni di legge nn. 264, 268, 412, 652 e 869
concernenti disposizioni in materia di imprese artigiane**

**10° Commissione Industria, Commercio, Turismo
Senato della Repubblica**

Roma, 21 gennaio 2014

PREMESSA

Le Camere di commercio, rappresentate in questa sede da Unioncamere, ritengono del tutto condivisibili l'impianto generale, lo spirito e l'impostazione di fondo dell'insieme dei provvedimenti all'esame della 10^o Commissione Industria, Commercio e Turismo del Senato, recanti disposizioni in materia di imprese artigiane.

In particolare, le Camere di commercio – istituzioni che operano nell'interesse generale delle imprese italiane, per favorirne la nascita e lo sviluppo, rafforzandone la competitività sullo scenario economico internazionale – valutano positivamente ogni iniziativa tesa a valorizzare e tutelare lo spirito e la cultura del “fare impresa”, e a consentire di non disperdere quel patrimonio di conoscenze e di competenze che la nostra imprenditorialità, soprattutto la medio-piccola impresa artigiana, ha saputo nel tempo accumulare.

I provvedimenti all'esame congiunto della Commissione (nn. 264, 268, 412, 652 e 869), in particolare, recano importanti misure per il riconoscimento, la valorizzazione e la tutela dei mestieri artigiani e del saper fare artigiano nonché per l'incentivazione del trasferimento generale d'impresa artigiana quali principi generali attraverso cui informare la programmazione delle politiche per la formazione, lo sviluppo imprenditoriale e il lavoro.

Si apprezzano, e si ritengono significative, le scelte relative all'adozione di un **Programma nazionale di intervento** attraverso cui innescare il giusto coordinamento delle attività dei diversi enti per la promozione dei mestieri artigiani e l'incentivazione del trasferimento generazionale d'impresa; alla **previsione di misure coordinate e concrete, di carattere formativo e di assistenza** – anche attraverso il sostegno per l'accesso al credito – che valorizzino le eccellenze artigianali, facilitino lo *scouting* di imprese e mestieri artigiani disponibili al trasferimento generazionale nonché l'incontro tra la “domanda e l'offerta” anche attraverso l'istituzione di una specifica “Borsa dell'iniziativa artigiana”; alla previsione di un sostegno per le imprese artigiane che detengono un patrimonio produttivo caratterizzato da un *know how* specifico e rinomato, da realizzare attraverso **un apposito marchio (“impresa del patrimonio vivente”)**, nonché per **le botteghe e i mercati storici**, da riconoscere quali beni culturali meritevoli di tutela e promozione, anche attraverso l'istituzione di un Fondo nazionale.

Il Sistema camerale si esprime con particolare favore riguardo alle previsioni contenute in alcuni dei provvedimenti all'esame (nn. 268 e 652) relative ad un coinvolgimento delle

Camere di commercio – insieme ad altre istituzioni, enti, agenzie del lavoro e associazioni – in particolare, con riferimento alle **azioni di informazione-orientamento** per i giovani sulle opportunità di accesso al trasferimento generazionale, alla realizzazione di iniziative inquadrabili nell'**alternanza scuola-lavoro per i mestieri artigiani**, all'**affiancamento tecnico e finanziario per la trasmissione d'impresa** e lo start-up imprenditoriale, nonché per l'**incontro per la domanda/offerta** rivolta ai maestri artigiani interessati a vendere la propria impresa e ai giovani interessati ad acquisirla.

Le Camere infatti, grazie alla propria consolidata esperienza in tema di servizi e strumenti per il sostegno alla nascita e lo sviluppo delle imprese, la formazione di competenze e figure professionali richieste dal mondo delle imprese, e l'accompagnamento delle imprese verso la crescita continua, **possono fornire un contributo pienamente utile all'attuazione dell'insieme di misure previste dall'iniziativa.**

SCENARIO

In una situazione di profonda evoluzione dello scenario internazionale, e a fronte delle evidenti difficoltà sul mercato interno, il tessuto produttivo del Paese mostra andamenti diversificati: da un lato, le imprese con una maggiore vocazione internazionale hanno potuto beneficiare di una crescita della domanda estera, mentre dall'altro le imprese con una più limitata – se non nulla - apertura commerciale verso l'estero sembrano subire la perdurante crisi dei consumi e l'interruzione di molti canali di subfornitura.

Questo secondo aspetto del contesto congiunturale, protrattosi per almeno un biennio, ha avuto un impatto soprattutto per gli operatori di più piccole dimensioni, buona parte dei quali appartiene al mondo dell'artigianato. Soggetti che tuttavia cercano di reagire, con processi di ristrutturazione e consolidamento delle strutture societarie, ovvero con interventi sugli assetti produttivi attraverso cui ad ampliare le reti di collaborazione, e inserirsi in filiere che permettano la diversificazione delle fonti della domanda e riducano così la vulnerabilità rispetto ad andamenti di mercati che, in talune fasi, possono rivelarsi scarsamente dinamici e non sufficientemente ampi.

Vale anzitutto la pena sottolineare come in base alla legge quadro per l'artigianato (n.443/1985) l'impresa artigiana viene definita come l'impresa iscritta nell'apposito, anche se ormai disapplicato in molti contesti regionali, Albo provinciale per l'artigianato.

Tale legge dà una definizione diversa e più ampia di quella prevista dal Codice Civile, che colloca l'impresa artigiana – più generalmente - nell'ambito della piccola impresa, potendo adottare diverse forme giuridiche, accanto a quella più frequente di impresa individuale (ad esempio, quella abbastanza frequente di società in nome collettivo. Oggi – ad eccezione delle poche realtà ove ancora vigono gli Albi Provinciali - le imprese artigiane sono quelle registrate all'interno della apposita Sezione speciale del Registro imprese.

I dati dell'indagine congiunturale di Unioncamere evidenziano come l'artigianato - sia pure con riferimento alle sole attività manifatturiere – abbia anticipato al III trimestre del 2011 la prima variazione tendenziale negativa della produzione; una variazione che nelle imprese propriamente industriali si è manifestata a partire dal trimestre successivo.

Da allora è stato un susseguirsi di andamenti al ribasso, sempre più accentuati rispetto alle attività non artigianali, che ha raggiunto il picco di intensità nel III trimestre del 2012 (-10,3%), anche se a partire dal trimestre successivo, la tendenza recessiva si è attenuata. Malgrado il “rallentamento” della recessione, alla metà del 2013 - con una variazione ancora del -5,4%, - è stata compiuta solo metà della risalita per tornare quanto meno, su valori positivi; ancora più lunga sarà la strada per recuperare i livelli assoluti pre-crisi.

La dinamica delle consistenze evidenzia nel 2009 l'anno – per così dire – dell'inversione di trend, con un tasso di crescita delle imprese artigiane (saldo tra nuove iscrizioni e cessazioni di imprese esistenti) che ha iniziato a presentare cifre negative: -1,06% rispetto al 2008, con una riduzione netta nel numero di imprese attive pari a circa -18.400 unità. Si tratta di una situazione che si è aggravata negli anni successivi, raggiungendo un picco negativo proprio nel 2013.

All'inizio dell'anno (dati al 1° gennaio), infatti, risultavano iscritte ai Registri delle Camere di commercio 1.438.601 imprese artigiane, di cui solo l'1% non in attività. Di queste, poco più di 10 mila erano imprese agricole e per la restante parte – salvo 1.500 casi in cui ancora non era stato attribuito il codice di attività - imprese artigiane attive nei settori extra-

agricoli. Alla fine dell'anno erano 1.407.768; una perdita "netta" rispetto all'inizio anno che assume maggiore significato se si considera l'ultimo quinquennio, ovvero dall'inizio della recessione, in cui il quadro della demografia di impresa presenta tratti decisamente negativi.

Per il quinto anno di fila, infatti, la consistenza delle imprese registrate a fine anno è stata inferiore a quella dell'anno precedente: dinamica che è frutto, da un lato, di un livello di natalità che è di gran lunga il più basso dal 2007 ad oggi e, dall'altro, di un numero di cessazioni che in cifra assoluta è secondo solamente a quello dell'anno peggiore della crisi, il 2009.

Due andamenti dai quali è scaturita una ulteriore riduzione netta delle imprese artigiane di quasi 28mila unità nel corso del 2013 (-27.893 unità il saldo) che per il secondo anno di fila è nettamente peggiore rispetto a quello segnato nel 2009, con un tasso di decrescita anch'esso record di poco inferiore al -2%.

Andamento demografico delle imprese artigiane – Anni 2007-2013

Anno	Imprese registrate	Iscrizioni	Cessazioni	Saldo	Tasso di crescita
2007	1.494.517	137.304	124.783	12.521	0,84%
2008	1.496.645	125.484	120.027	5.457	0,37%
2009	1.478.224	108.542	124.456	-15.914	-1,06%
2010	1.470.942	109.753	114.817	-5.064	-0,34%
2011	1.461.183	104.438	110.755	-6.317	-0,43%
2012	1.438.601	100.317	120.636	-20.319	-1,39%
2013	1.407.768	92.853	120.746	-27.893	-1,94%

Fonte: elaborazioni su dati Infocamere

Dal punto di vista territoriale, nel 2013 tutte le macro-ripartizioni geografiche chiudono con saldi negativi. La battuta di arresto più sensibile in termini assoluti è nel Nord-Ovest che nell'anno perde oltre 9mila imprese, arretrando qualche punto in più rispetto alla media nazionale: un -2,04%, superiore di qualche decimo di punto alla media nazionale. Se le perdite registrate nelle regioni del Sud e delle Isole (-7.300 imprese) e del Nord Est (-6.500 imprese) risultano più in linea con la media nazionale, l'area che ha registrato le perdite più contenute si conferma il Centro, con una riduzione comunque consistente di poco meno di 5.000 unità dello stock delle proprie imprese).

Nati-mortalità imprese artigiane per circoscrizione territoriale – Anno 2013

	Registrate	Iscrizioni	Cessazioni	Saldo	Tasso di crescita
Nord Ovest	438.566	28.944	38.087	-9.143	-2,04%
Nord Est	328.937	21.650	28.187	-6.537	-1,95%

Centro	284.631	21.304	26.215	-4.911	-1,69%
Sud e Isole	355.634	20.955	28.257	-7.302	-2,01%
Totale imprese artigiane	1.407.768	92.853	120.746	-27.893	-1,94%

Fonte: elaborazioni su dati Infocamere

LA CONFIGURAZIONE DELL'IMPRESA ARTIGIANA IN ITALIA

Al 1° gennaio 2013 all'interno del comparto industriale le imprese artigiane si ripartiscono in misura quasi uguale tra imprese manifatturiere e delle costruzioni (quasi 143 mila le prime, 136.500 circa le seconde, pari rispettivamente al 33,5 e al 32,1% del totale complessivo). Fra le attività industriali si contano quasi 34 mila imprese artigiane metallurgiche e dei prodotti in metallo, 23 mila del tessile-abbigliamento, 20 mila alimentari, 17 mila del legno e mobile, quasi 18 mila meccaniche. Tra i comparti del terziario si segnalano per la consistenza assoluta le imprese dei servizi alla persona (quasi 50 mila) e quelle di trasporto, logistica e magazzinaggio, pari a oltre il 36% del totale di comparto.

In termini di **incidenza sul territorio**, le imprese artigiane si collocano per il 27% sul totale del tessuto produttivo - inteso come l'insieme delle imprese industriali e dei servizi con dipendenti – nelle aree del Nord-Ovest e nel Centro-Sud, ma raggiungono quasi il 32% nel Nord-Est.

Guardando alle **categorie imprenditoriali** che costituiscono il tessuto economico dell'imprenditoria artigiana, il bilancio anagrafico evidenzia alcuni fenomeni degni di nota.

In particolare, alla fine del III trimestre 2013, le imprese artigiane guidate da **giovani under 35** rappresentano il 13% del totale imprese artigiane (tale percentuale con riferimento al complesso dell'economia si ferma al 10%). A dare il contributo più significativo all'attività artigiana è tuttavia la **componente straniera**: sono il 12% le imprese artigiane gestite da cittadini comunitari ed extra U.E., dato significativo considerato il peso relativo di questo aggregato rispetto al totale delle imprese esistenti in Italia a fine settembre 2013 (solo il 7%). Relativamente più modesto il contributo al comparto offerto dall'**imprenditoria femminile** che rappresenta solo il 17% del tessuto imprenditoriale artigiano (il 26% è l'analoga percentuale con riferimento al totale delle imprese). Netta prevalenza, infine, per

le imprese fino a 9 dipendenti, pari al 93,5% del totale (per legge le imprese artigiane non possono superare, e solo in alcuni casi i 40 dipendenti).

LE CAMERE DI COMMERCIO PER I SERVIZI ALLE IMPRESE

Il sostegno alla nascita di nuove imprese e la promozione dell'occupazione indipendente, anche nei diversi comparti dell'artigianato, rientrano tra gli obiettivi principali delle Camere di commercio.

Sono molteplici, infatti, le attività realizzate dal Sistema per il **sostegno alla nascita di nuove imprese** e per il rafforzamento di quelle esistenti, per la **promozione dell'occupazione**, soprattutto giovanile e femminile, e per mettere a frutto l'insieme di **opportunità di lavoro connesse al radicamento di atteggiamenti imprenditivi**.

Le Camere realizzano inoltre specifiche attività e iniziative rivolte a studenti - soprattutto delle scuole superiori - lavoratori autonomi, imprenditori o aspiranti imprenditori con l'intento di **rafforzare il collegamento tra i canali della formazione e le esigenze espresse dalle imprese e dai territori**. Forniscono un supporto concreto al tessuto produttivo nella **definizione delle proprie strategie competitive nonché nel reperimento di risorse finanziarie adeguate per attuarle**, progettando e/o gestendo un insieme di strumenti la cui finalità di rendere sempre più semplice l'avvio, l'amministrazione e lo sviluppo d'impresa.

Si tratta di azioni che il Sistema camerale persegue tenendo conto e valorizzando l'insieme delle informazioni e della conoscenza che deriva dal Registro delle imprese, un patrimonio informativo vasto e dettagliato di grande supporto per l'avvio di iniziative e di progettualità aderenti ai fabbisogni effettivi degli operatori di mercato.

SERVIZI PER L'AVVIO E LO SVILUPPO D'IMPRESA

Nel tempo le Camere hanno accumulato una notevole esperienza nel campo dell'*enterprise creation*, mettendo a disposizione strumenti concreti per accompagnare gli aspiranti imprenditori nello sviluppo della propria idea di *business*: banche dati, sportelli informativi territoriali, azioni formative, contributi *ad hoc* a fondo perduto e per agevolare l'accesso al

credito, concorsi per nuove idee imprenditoriali, etc. Le Camere, in particolare, esercitano un ruolo primario per il sostegno alla nascita di nuove imprese e la promozione dell'occupazione, agendo al fine di stimolare l'imprenditorialità e sviluppare nuovi posti di lavoro e opportunità occupazionali connesse all'autoimpiego: obiettivi prioritari nel quadro attuale, ma da sempre parte integrante della programmazione strategica delle attività del Sistema, che agisce al fine di offrire alle imprese un supporto concreto nel fronteggiare il protrarsi della difficile situazione economica e occupazionale.

I servizi di sostegno all'imprenditorialità sono fortemente trasversali con altri campi di azione delle Camere: con le attività del Registro delle imprese (sia dal lato "amministrativo" che dal lato "statistico"), con gli interventi per la formazione, lo sviluppo e la valorizzazione del capitale umano (per l'alternanza scuola-lavoro, le politiche attive del lavoro, l'orientamento, la formazione continua, l'aggiornamento e la qualificazione delle risorse umane), nonché con tutti i vari altri ambiti dei servizi alle imprese: per l'innovazione, lo sviluppo locale, l'internazionalizzazione, l'accesso al credito.

Ogni Camera dispone di uno **sportello denominato, a seconda dei casi, "Punto nuova impresa" o "Servizio Nuove Imprese", dedicato alla creazione d'impresa**, che agisce in rete e che offre – istituzionalmente e, quindi, gratuitamente - agli aspiranti imprenditori la possibilità di svolgere un colloquio di tipi informativo/orientativo per un primo confronto con esperti, sulla propria idea e sulle prime informazioni di base da possedere per valutare i primi vincoli nell'attuazione della scelta del mettersi in proprio. Si tratta di un **"HUB-informativo" sul territorio in cui il potenziale imprenditore e il lavoratore autonomo ricevono una prima "accoglienza" e ascolto e in cui cominciano a prendere consapevolezza anche della propria motivazione alla scelta imprenditoriale**, ricevendo elementi più qualificati per decidere se proseguire nel percorso di progettazione oppure rinunciare, magari, temporaneamente, all'idea di creare un'impresa.

Nel **2012 sono stati oltre 11.700 i giovani che hanno usufruito dei servizi camerati**, di cui **1.300 hanno aperto un'attività**; oltre 1.200 aspiranti imprenditori hanno usufruito dei servizi dei BIC, presso i quali sono nate circa 250 imprese e sono stati oltre 47.000 gli utenti dei Punti Nuova Impresa delle Camere di commercio. Gli sportelli camerati sono stati **in grado di soddisfare la domanda di informazione specialistica da parte di oltre 52.000**

utenti, anche attraverso colloqui personalizzati (30.000 nell'anno) nonché di attrarre in attività formative oltre 27.000 partecipanti.

Di recente, le Camere hanno intrapreso un percorso orientato a mettere a sistema, razionalizzare e omogeneizzare le esperienze e le strategie, nonché le modalità di erogazione di servizi informativi, di orientamento, di formazione, di assistenza tecnica e di accompagnamento all'imprenditorialità da parte dei singoli enti camerali e delle relative strutture specializzate, nell'ambito di un'offerta integrata di servizi in grado di garantire un adeguato (e standardizzato) livello d'offerta su tutti i territori, attraverso servizi e strumenti condivisi. Questo nell'ottica di potenziare le attività e gli strumenti di orientamento, di accoglienza, di informazione, di formazione, di accompagnamento e di assistenza per aspiranti e nuovi imprenditori.

In particolare, il Sistema ha avviato – in seno a Unioncamere – l'**azione di sistema “FILO” (Formazione Imprenditorialità Lavoro Orientamento) per sviluppare e consolidare una rete di sportelli sui temi del mercato del lavoro, della transizione formazione-impresa e della nascita di nuove attività economiche.** Una delle linee di lavoro, in particolare, è indirizzata ad agevolare e assistere adeguatamente chi intenda “mettersi in proprio” implementando un sistema integrato a livello nazionale di “Servizi o Punti Nuova Impresa”, con l'obiettivo di rilanciare un'offerta specializzata del sistema camerale per aiutare e favorire la creazione, il decollo, lo sviluppo e la sostenibilità di nuove imprese nei diversi settori, con particolare attenzione per l'imprenditorialità giovanile e femminile, le microimprese, l'imprenditorialità sociale e gli start-up innovativi.

Tra gli strumenti realizzati a livello nazionale, si segnala la realizzazione di una nuova piattaforma integrata di servizi via web, accessibile tramite il nuovo portale www.filo.unioncamere.it, rilasciata nel settembre 2012. Il sistema informativo rende disponibile alle varie tipologie di utenti e di operatori, in modo organico, aggregato, aggiornato e tramite un unico punto d'accesso, una vetrina pubblica di tutta l'offerta di servizi, sportelli, *info point*, strumenti, corsi, bandi, progetti e iniziative promossi e gestiti da Unioncamere, dalle Camere di Commercio, dalle Aziende Speciali e altre strutture specializzate del sistema camerale. Già rilevante la presenza di contenuti, strumenti e servizi in materia di creazione, start-up e continuità d'impresa, rivolti a nuovi e aspiranti imprenditori, che fanno di FILO l'infrastruttura di base per la rete dei Punti Nuova Impresa.

Il Sistema camerale è da lungo tempo attivo sui temi relativi al mercato del lavoro, all'autoimpiego, alla crescita e valorizzazione delle competenze e risorse professionali richieste dalle imprese. Si tratta di un **impegno fortemente orientato a superare il divario tra la domanda e l'offerta di lavoro** e finalizzato a migliorare e rendere sempre più stretto ed efficace il legame tra i canali formativi e le esigenze espresse dalle imprese e dai territori.

Tale impegno si è rafforzato e qualificato nel corso degli anni, soprattutto attraverso lo sviluppo del **Sistema Informativo Excelsior** e la **realizzazione e diffusione su tutto il territorio nazionale di percorsi, strumenti e servizi per gli stage, i tirocini e l'alternanza scuola-lavoro**, secondo quanto previsto dall'art. 4 della Legge di riforma della scuola n. 53/03 e dal successivo d.lgs. n. 77/05.

Alle attività inerenti alla formazione, le Camere affiancano un'azione diffusa di promozione della cultura d'impresa intervenendo nell'orientamento dei giovani delle scuole superiori e dell'università, per indirizzarli nelle loro scelte formativo-professionali e favorirne la transizione verso il mercato del lavoro dipendente e autonomo. In base al d.lgs. n. 276/03 (in attuazione della Legge 30/2003), **le Camere possono svolgere anche funzioni di intermediazione tra domanda e offerta di lavoro** in "regime particolare di autorizzazione".

In virtù di ciò, e in coerenza con le nuove specifiche funzioni assegnate alle Camere di commercio dal d.lgs. n. 23/2010, di riforma della legge n. 580/93, nel campo della "cooperazione con le istituzioni scolastiche e universitarie in materia di alternanza scuola-lavoro e per l'orientamento al lavoro e alle professioni", **il Sistema camerale ha acquisito un ruolo sempre più centrale quale anello di congiunzione tra mondo della formazione ed esigenze dei sistemi economico-produttivi**, nonché come soggetto di riferimento nella filiera: analisi dei fabbisogni e definizione degli skill professionali → orientamento → programmazione della formazione → sviluppo del capitale umano → certificazione delle competenze. Un impegno che ha trovato ulteriore riconoscimento nella recente riforma del mercato del lavoro (legge n. 92/12, e il relativo d.lgs n. 13/13), che ha individuato le Camere tra i soggetti che concorrono alla realizzazione e allo sviluppo delle reti territoriali

per i servizi di istruzione, formazione e lavoro, e per l'individuazione e validazione degli apprendimenti non formali e informali, con riferimento al sistema nazionale di certificazione delle competenze.

L'analisi dei fabbisogni professionali

Tra le competenze del Sistema camerale – previste dalla Legge n. 580/93 e rafforzate dal Decreto Legislativo 15 febbraio 2010 n. 23 – vi è l'analisi dei fabbisogni professionali delle imprese per l'orientamento al lavoro e alle professioni. In questo ambito, un rilevante contributo conoscitivo offerto da Unioncamere - sia ai fini dell'orientamento scolastico e universitario che delle policy a sostegno dell'occupabilità - è rappresentato dal “Sistema Informativo Excelsior”, realizzato a partire dal 1997 d'intesa con il Ministero del Lavoro all'interno delle attività finalizzate all'anticipazione e gestione positiva della dinamica dei fabbisogni professionali delle imprese, comprese quelle operanti nei diversi comparti dell'artigianato di produzione (sia nel manifatturiero che nell'edilizia) e di servizi.

Il **Sistema Informativo Excelsior** – che si colloca oggi, all'interno del Programma statistico nazionale, tra le principali iniziative promosse per il monitoraggio dei fabbisogni occupazionali e formativi del nostro Paese - si è caratterizzato, nel tempo, come un **autorevole strumento di monitoraggio circa l'evoluzione della struttura occupazionale e della domanda di lavoro prevista dalle imprese in Italia, colmando la quasi totale assenza di informazioni sulle caratteristiche delle figure professionali effettivamente richieste dal nostro sistema economico.** Potendo contare sui risultati di una vasta indagine campionaria (che, al momento, si basa su circa 250mila contatti all'anno), Excelsior è stato infatti capace di fornire una conoscenza aggiornata, sistematica ed affidabile circa gli andamenti occupazionali nel loro complesso, la loro articolazione per settori di attività economica (incluso l'artigianato di produzione e di servizi) e il loro dettaglio per profili professionali, consolidandosi così quale base informativa di grande rilevanza, potenzialmente utilizzabile in maniera diffusa per orientare le politiche attive del lavoro da parte degli organi competenti.

Attraverso l'indagine Excelsior, è infatti possibile disporre di informazioni utili a valutare le tendenze di medio termine e le prospettive occupazionali delle imprese, al fine di sostenere l'inserimento di lavoratori a rischio di inattività o di figure alla ricerca del primo impiego verso occupazioni maggiormente rispondenti ai fabbisogni professionali del sistema

produttivo. **Al contempo, le informazioni rese disponibili attraverso Excelsior rappresentano uno strumento utile a supporto di iniziative per l'orientamento e la programmazione della formazione a livello locale, favorendo in tal modo l'incontro e il dialogo tra il mondo del lavoro e il sistema della formazione in tutte le sue articolazioni (la scuola di ogni ordine e grado, l'Università, la formazione professionale).**

Con riferimento all'artigianato, e **considerando le imprese artigiane con almeno un dipendente** operanti nei comparti dell'industria e dei servizi (cui fa riferimento l'indagine Excelsior) si quantifica uno stock di occupati alle dipendenze complessivamente pari a quasi un milione e 353 mila unità, pari all'11,9% del totale relativo all'intera imprenditoria extra-agricola. Una quota che raggiunge quasi il 21% per i diversi comparti industriali (con una punta di oltre il 38% nelle costruzioni) e il 5,8% per le imprese del terziario (con un massimo del 7,1% nei trasporti); a livello territoriale, l'incidenza dell'occupazione nelle imprese artigiane su quella totale sfiora il 14% nel Nord-Est, mentre nelle altre circoscrizioni si attesta fra il 10 e il 12% circa.

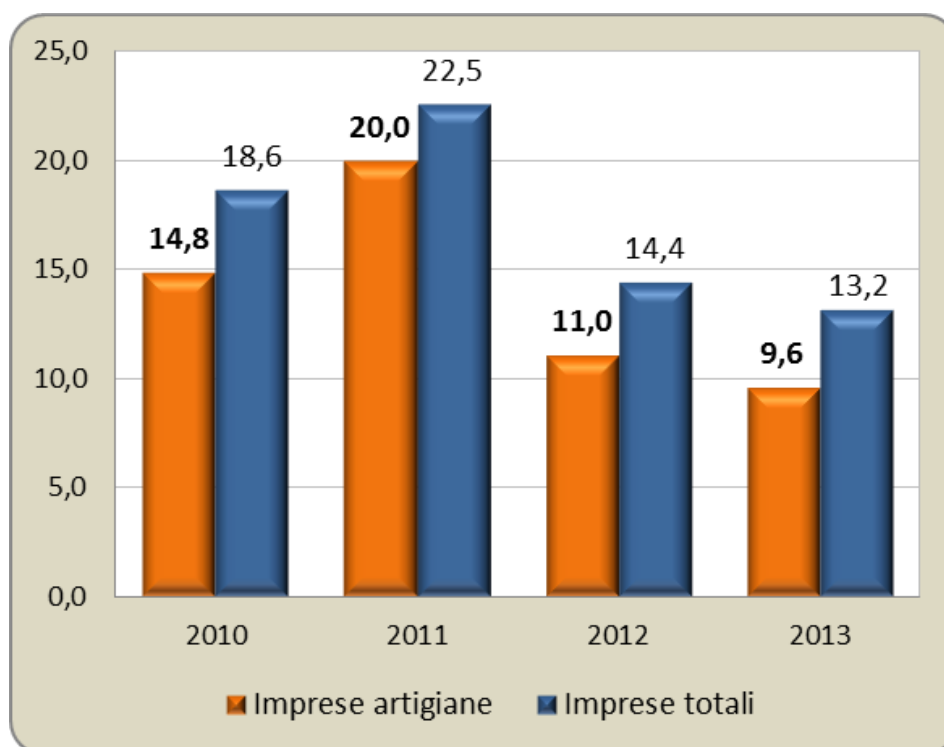
L'indagine Excelsior evidenzia **un 2013 piuttosto difficile sul piano occupazionale, rispecchiando i dati negativi previsti per i principali aggregati macro-economici.**

In particolare, nel 2013 le imprese artigiane hanno segnalato la perdita di 63.300 dipendenti, per un tasso di variazione occupazionale del -4,7% rispetto allo stock dei dipendenti nel 2012: una flessione più che doppia rispetto al totale delle imprese italiane extra-agricole (-2,2%, pari a oltre 245 mila posti di lavoro alle dipendenze in meno). Tale risultato del segmento artigiano sembra dovuto, più che alla caduta delle entrate (assunzioni di dipendenti totali, sia non stagionali che stagionali), alla forte crescita delle uscite: rispetto al saldo previsto per il 2012 (pari a -31.700 dipendenti), quello per il 2013 (che vede, come indicato, una flessione occupazionale di -63.300 unità) peggiorerà di quasi 31.600 unità, delle quali 7.300 per effetto delle minori entrate e ben 24.300 per effetto delle maggiori uscite.

Le imprese artigiane che nel 2013 hanno previsto di effettuare assunzioni sono poco più di 40.800, circa 8.700 in meno rispetto alle quasi 48.900 del 2012 (circa -16,6%). Concorrono a questa riduzione due fattori: la riduzione delle imprese totali (diminuite di 18.000 unità, pari al -4,1%) e l'abbassamento (dall'11,1 al 9,6%) della propensione ad assumere, vale a dire della quota di imprese che hanno programmato assunzioni da effettuare le corso dell'anno.

Quota di imprese artigiane che prevedono assunzioni, confronto con il totale* imprese

Anni 2010-2013 (quote percentuali sul totale)



* Per imprese totali si intendono le imprese dell'industria e dei servizi con almeno un dipendente.

Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro, Sistema Informativo Excelsior

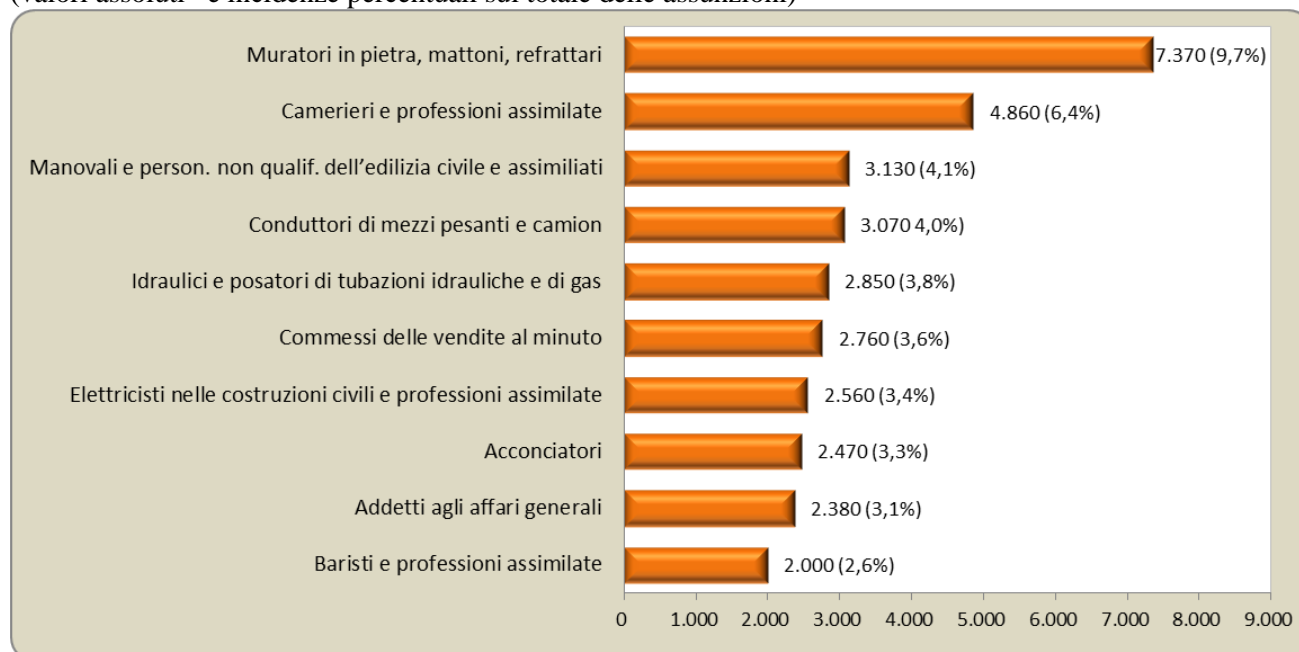
Nel complesso, la propensione ad assumere nel 2013 da parte delle imprese artigiane riflette l'andamento dei risultati aziendali del 2012: si passa, infatti, dal 4,9% per quelle che hanno subito una riduzione notevole del fatturato al 25% di quelle il cui fatturato è in considerevole aumento; è maggiore per le imprese esportatrici rispetto alle non esportatrici (14,5 contro 9,1%), e per quelle che hanno innovato prodotti o processi produttivi (13,2%) rispetto alle non innovatrici (9,1%).

In termini di flussi di personale in entrata, **risultano pari a circa 76 mila le assunzioni programmate dalle imprese artigiane nel corso del 2013**. In termini numerici, la figura più richiesta è quella dei muratori in pietra, mattoni e refrattari, con quasi 7.400 assunzioni e una quota sul totale del 9,7%; seguono altre 9 professioni, da almeno 2.000 assunzioni ciascuna, che vanno dai camerieri e professioni assimilate (con quasi 4.900 assunzioni) ai baristi e professioni assimilate (con 2 mila assunzioni), passando per molte professioni

legate alle costruzioni, come i manovali e personale non qualificato nell'edilizia (3.130), idraulici (2.850), elettricisti nelle costruzioni civili (2.560).

Le 10 professioni più richieste nel 2013 dalle imprese artigiane secondo le assunzioni previste

(valori assoluti* e incidenze percentuali sul totale delle assunzioni)



* Valori assoluti arrotondati alle decine.

Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro, Sistema Informativo Excelsior

Non mancano anche figure legate al commercio o ai servizi alla persona, come i commessi delle vendite al minuto (2.760) e gli acconciatori (2.470). Nel loro insieme, queste prime 10 professioni totalizzano circa 33.500 assunzioni, corrispondenti al 44% del totale.

Nonostante le assunzioni considerate di difficile reperimento siano relativamente poco numerose (9.850 circa, pari al 13% del totale), la loro incidenza per talune professioni risulta comunque rilevante. **Scendendo nel dettaglio, rientrano nel novero delle figure più difficili da reperire molti profili appartenenti sia al gruppo delle professioni propriamente artigiane e a quelle degli operai specializzati** - come gli attrezzisti di macchine utensili (il 48,5% delle assunzioni previste nel 2013 sono di difficile reperimento), i pittori, stuccatori e laccatori (41,2%), i falegnami e attrezzisti di macchine per la lavorazione del legno (36%), i panettieri e pastai artigianali (30,9%) e i montatori di carpenteria metallica (29,3%) - sia al gruppo dei conduuttori di impianti e operai di macchinari fissi e mobili, come gli operai addetti a macchine utensili automatiche e semiautomatiche (40,1%) e gli operatori di catene di montaggio automatizzate (27,6%).

Il Sistema camerale fornisce un **concreto supporto alle imprese nel rispondere alle crescenti difficoltà di accesso al credito, consentendo a queste ultime di trovare canali di finanziamento in linea con le proprie esigenze**. In particolare, le Camere operano per facilitare l'incontro tra la domanda e l'offerta di credito realizzando non solo interventi di carattere formativo, informativo, di assistenza e di promozione per le imprese (sui temi del credito e della finanza) ma ne sostengono concretamente la liquidità sia tramite specifiche convenzioni con il sistema bancario, tese a supportare le imprese nella fase di erogazione del credito o a ridurre i costi dell'indebitamento creditizio, sia attraverso il sistema dei Consorzi di garanzia fidi – che svolgono un ruolo di primo piano quali facilitatori dell'accesso al credito delle aziende di minori dimensioni - di cui sostengono la patrimonializzazione e la crescita dimensionale e relazionale.

Tramite la costituzione di specifici fondi di garanzia, inoltre, le Camere contribuiscono a mitigare il rischio assunto dagli istituti di credito (incrementando quindi il volume dei finanziamenti garantiti dal sistema dei confidi) e con la predisposizione di specifici strumenti finanziari, danno modo alle imprese di accedere ai finanziamenti bancari a costi ridotti o con l'applicazione di tassi di interesse più contenuti.

In collaborazione con le Regioni, gli enti locali e il sistema bancario, le Camere di commercio attivano e alimentano inoltre specifici fondi di co- e contro-garanzia per il supporto indiretto alla liquidità delle imprese (uno stanziamento complessivo di circa 38 milioni di euro nel biennio 2011-12), anche per sbloccare i crediti scaduti vantati da queste ultime nei confronti della pubblica amministrazione.

Il sostegno camerale ai confidi dell'artigianato

Nel 2012 l'investimento per i Confidi ha superato gli 82 milioni di euro, di cui circa 65 milioni di euro suddivisi tra contributi ai fondi rischi (33 milioni); interventi in conto interessi (20,7 milioni) e 11,5 mln € per irrobustirne la struttura. A questi vanno aggiunti gli oltre 17 milioni di euro stanziati per iniziative di co e contro garanzia.

Riguardo alla suddivisione per settore, nel 2012 si conferma rilevante la quota di contributi destinata ai confidi cosiddetti "intersettoriali", oggetto di contribuzione per un importo superiore ai 19 milioni di euro, ossia per il 29,5% del totale.

Tavola – Contributi erogati dalle C.C.I.A.A. per settore di operatività dei confidi (Anno 2012; valori in migliaia di euro)

	Agricoltura	Artigianato	Commercio, turismo e servizi	Cooperazione	Industria	Intersettoriale	Totale
Abruzzo	21	245	224		148	270	908
Basilicata		58	78				136
Calabria	45	478	431		46		1.000
Campania	1	850	1.072		1.428	3.241	6.593
Emilia Romagna	1.974	229	3.032	677	2.339	7.449	15.700
Lazio	322	2.562	892		1.526	1.969	7.271
Lombardia	195	5.254	1.376	76	1.852	1.842	10.594
Marche		259	402		174	66	901
Piemonte	445	2.263	1.350		1.931	1.707	7.696
Puglia		70	27		8	333	438
Sicilia	34	61	84		7	44	230
Toscana	29	474	634		131		1.268
Umbria		298			38	1.065	1.400
Valle d'Aosta					25	135	160
Veneto	458	5.711	1.918	29	1.645	1.101	10.862
Nord-Ovest	639	7.516	2.726	76	3.808	3.684	18.449
Nord-Est	2.433	5.940	4.950	705	3.984	8.550	26.562
Centro	351	3.592	1.929		1.869	3.099	10.841
Mezzogiorno e Isole	101	1.762	1.917		1.636	3.888	9.304
Italia	3.524	18.811	11.521	781	11.297	19.222	65.156

fonte: Elaborazioni su dati Camere di Commercio

I punti di contatto camerali sul credito e la garanzia

Nell'ambito del recente accordo di collaborazione siglato da Unioncamere con Banca del Mezzogiorno-Mediocredito centrale (capofila del raggruppamento temporaneo di imprese gestore del Fondo di garanzia per le piccole e medie imprese istituito dalla legge 662/96) è prevista la realizzazione presso le Camere di commercio di una rete territoriale di "Punti di contatto sul credito e la garanzia", in grado di fornire servizi di prossimità, e ad alto valore aggiunto, di informazione e accompagnamento alla micro, piccola e media impresa; servizi che affiancheranno l'iniziativa FILO per la nascita e lo sviluppo di nuove imprese.

Le finalità generali dell'accordo risiedono nel favorire lo sviluppo del sistema imprenditoriale e migliorare l'accesso al credito delle PMI, anche artigiane, promuovendo le agevolazioni gestite da Mediocredito Centrale (Fondo centrale di garanzia, Fondi PON, Jeremie, ecc.) nonché da ISMEA per quanto riguarda la promozione degli strumenti di incentivazione e di accesso al credito nel settore dell'agricoltura.

L'obiettivo fondamentale dell'accordo è quello di consentire agli imprenditori una migliore gestione negoziale delle condizioni del finanziamento, rendendoli consapevoli delle possibilità offerte dal Fondo centrale di garanzia per le PMI e, in particolare, dei vantaggi in

termini di abbattimento del rischio e di costo dell'operazione finanziaria ottenuti dai diversi attori della filiera creditizia (banche e confidi), connaturati alla garanzia di ultima istanza dello Stato che assiste il Fondo.

Presso la rete dei “Punti di contatto sul credito e la garanzia” delle Camere, **le imprese potranno accedere ad un insieme di servizi di prossimità per l'informazione e l'accompagnamento al credito, rivolti alla micro, piccola e media impresa, anche artigiana, in stretta sinergia con i confidi e le associazioni.** Tali servizi – anche di formazione ed assistenza tecnica – saranno garantiti da funzionari camerali appositamente formati e aggiornati sulla normativa e sull'operatività del Fondo di garanzia, con un'attenzione specifica dedicata a migliorare la capacità negoziale delle imprese.

L'informazione capillare rivolta alle imprese del territorio potrà contribuire a diffondere la conoscenza delle opportunità offerte dalla garanzia pubblica e di contribuire così fattivamente a ridurre le difficoltà di accesso al credito delle imprese minori; questo anche attraverso la realizzazione di specifici seminari, convegni, eventi a carattere formativo e divulgativo relativi all'operatività del Fondo di garanzia e di altri strumenti agevolativi per le Pmi (Fondi PON, Jeremie, ecc.) gestiti dalla Banca del Mezzogiorno – Mediocredito Centrale.

SERVIZI PER LA QUALIFICAZIONE E LA PROMOZIONE DELLE FILIERE DEL MADE IN ITALY

Le Camere attuano da diversi anni **politiche di valorizzazione delle eccellenze attraverso la qualificazione delle filiere del made in Italy**, quale premessa e necessaria integrazione degli interventi in favore della competitività e l'internazionalizzazione dei territori. **Un'azione capillare e condivisa con i rappresentanti delle imprese, assieme ai quali - per singole filiere d'intervento** (moda, oro, edilizia, abitare sostenibile, nautica, agroindustria e meccanica) - **vengono progettati strumenti di qualificazione delle imprese e delle competenze, anche valorizzando, attraverso la tracciabilità e la certificazione dei prodotti, l'origine delle fasi e dei metodi di lavorazione.**

La filiera agroalimentare è quella in cui tradizionalmente le Camere sono più impegnate con attività di qualificazione; nel comparto vitivinicolo, in particolare, il sistema vanta ormai un'esperienza di oltre 50 anni in materia di certificazione (circa 1/4 delle realtà locali riveste il ruolo di organismo di certificazione) che ha permesso di fondare la propria competenza

specialistica ed estenderla anche ad altre produzioni, nonché ad altri e diversificati strumenti di riconoscimento delle produzioni stesse. Tra questi i marchi collettivi geografici, applicabili a diversi comparti produttivi (dall'agroalimentare all'artigianato artistico e tradizionale), intervenendo nelle fasi di redazione dei disciplinari e dei regolamenti per l'uso dei marchi, oltre che con riferimento al sistema dei controlli, attuati anche attraverso la propria rete di Laboratori chimico-merceologici.

La qualificazione delle produzioni artigiane come leva per la competitività

Per contribuire in modo positivo al rilancio del Paese, la produzione moderna non solo non può interrompere il legame con l'artigianato artistico e tradizionale, ma deve farne il suo punto di forza, puntando alla valorizzazione e qualificazione dell'origine e della qualità delle filiere del made in Italy che lo rappresentano. L'espressione "made in Italy" – che evoca nel mondo il significato del "bello e ben fatto", di una produzione di eccellenza – si fonda infatti sul quel patrimonio, del "saper creare" e del "saper produrre" l'oggetto artigianale, che le nostre imprese hanno costruito nei secoli e che il Paese non può permettersi di disperdere.

La strategia adottata dal Sistema camerale, a livello nazionale, per rispondere alla profonda crisi economica puntando sulle produzioni di qualità e di eccellenza, si riassume in tre linee d'intervento: **qualificare, promuovere e tutelare**. La qualificazione, in particolare, attraverso un forte richiamo all'origine delle nostre produzioni, appare lo strumento più idoneo per affrontare con nuovo slancio la competizione internazionale.

Le potenzialità, anche a fini turistici, che possono derivare dai processi di qualificazione dei prodotti tradizionali legati al territorio d'origine sono evidenti in quanto le sorti di molte filiere del nostro made in Italy – tra cui l'intero comparto dell'artigianato – sono indissolubilmente legate alle terre di origine, che detengono patrimoni unici e inimitabili.

Sebbene infatti la qualità costituisca un indubbio elemento di forza delle nostre produzioni, l'offerta dal profilo qualitativamente elevato da sola non basta ma deve essere accompagnata da un'offerta di "sistema", o di filiera, attraverso cui creare "l'Italia delle eccellenze". Qualificare i prodotti, le imprese, e i territori non è infatti sufficiente; per vincere la sfida competitiva, bisogna renderli riconoscibili e tutelarli, attraverso strumenti specifici ed efficaci.

Nel comparto dell'artigianato, la qualificazione delle filiere passa attraverso un lungo lavoro di scrittura delle regole e di processi per ottenerne il riconoscimento. Le Camere di commercio, in particolare, hanno contribuito alla creazione dei tanti marchi di qualità che caratterizzano le produzioni di ceramiche, le lavorazioni in ferro, gli intarsi, le lavorazioni in pietra, l'oreficeria, le lavorazioni in legno e vetro.

Complessivamente, **sono oltre 40 i prodotti dell'artigianato artistico e tradizionale valorizzati attraverso distinzioni particolari.** Si tratta di iniziative che puntano a valorizzare e intervenire su un universo che **secondo i dati del Registro a fine marzo del 2013 erano pari a circa 82.000 imprese, il 7% in meno rispetto al 2009.** Un quadro complessivo allarmante, soprattutto se si considera **la presenza cospicua delle società femminili** (con il titolare, più del 50% dei soci, più del 50% degli amministratori donne), che rappresentano il 28,9% del totale e di quelle **giovanili** (dove il titolare, più del 50% dei soci e più del 50% degli amministratori hanno meno di 35 anni), nella misura dell'8,1%.

Le conoscenze, le competenze e i saperi collegati alle tradizioni artigiane d'eccellenza oggi sono minacciati non solo dagli effetti della globalizzazione e della crisi economica degli ultimi anni, ma più in generale da una "crisi di vocazioni" dovuta soprattutto all'interruzione della continuità di rapporto tra maestri e allievi, che impedisce la trasmissione dei saperi di generazione in generazione. Tuttavia, se è vero che il valore aggiunto di un comparto produttivo che più di altri è identificativo della capacità italiana di creare il bello e l'originale è tuttora apprezzato da chi, all'estero, quella cultura di "bottega" non l'ha mai avuta oppure l'ha già persa, d'altro canto è vero che in Italia cresce il numero dei giovani che rivalutano quella cultura della qualità e del bello e vorrebbero metterla a frutto.

Tutte le regioni italiane hanno un'antichissima tradizione nel campo dei mestieri d'arte, dalla ceramica all'oreficeria, dalla moda al tessile, dal ferro battuto all'argento, dal vetro al marmo, all'ebanisteria all'affresco, dalla calzoleria alla pelletteria, all'enogastronomia. Pertanto, in uno scenario estremamente globalizzato, **per vincere la sfida che ci pone davanti la competizione internazionale** oltre a incentivi di tipo fiscale, si ritiene indispensabile **valorizzare le competenze distintive dei nostri territori, investire in formazione, recuperando quei ricchi giacimenti di competenze, manualità e conoscenza dei materiali e delle tecniche** che si sono sedimentati nei territori lungo il corso dei secoli.

Per promuovere tali produzioni anche oltre i confini nazionali, le Camere **hanno dato supporto alle imprese nel raccogliere la “sfida digitale” contribuendo allo sviluppo degli strumenti di e-commerce e realizzando specifiche azioni per favorire l’acquisizione da parte delle stesse imprese delle necessarie *skill* – nel campo del marketing e dell’informatica – per affrontare con strumenti adeguati la concorrenza internazionale.** Con il supporto di Google, *partner* tecnologico di indiscusso profilo, il Sistema camerale ha infatti realizzato specifici progetti di affiancamento rivolti non solo alle singole PMI ma anche al sistema territoriale che “sta dietro” le singole imprese.

Si tratta da un lato dell’iniziativa **“Distretti sul web”**, tesa a favorire l’inserimento di giovani esperti di economia digitale nelle imprese appartenenti a 20 distretti produttivi sul territorio, dall’altro la realizzazione di una specifica **piattaforma delle eccellenze del made in Italy**, accessibile online a livello mondiale e nella quale sono allestite delle vere e proprie “mostre” virtuali delle produzioni artigianali tipiche: 45 esposizioni distribuite su tutto il territorio nazionale che rappresenteranno l’Italia delle eccellenze produttive. Uno strumento che rende ben conto del “saper fare” che contraddistingue i nostri territori e che, grazie alle potenzialità che offre, può costituire un canale promozionale senza precedenti per veicolare le produzioni verso l’estero.

Nel tempo, le Camere di commercio hanno avviato importanti collaborazioni con il mondo associativo per tracciare **nuove traiettorie di crescita** in grado di valorizzare quel modello artigianale basato sui territori e sull’unicità dei saperi che ne rappresentano la natura stessa. Una di queste risiede nell’investimento in **progetti formativi** collegati ai mestieri d’arte e alle tradizioni artigiane attraverso cui non solo esaltare i mestieri tradizionali, ma anche **aprire sbocchi occupazionali con elevata potenzialità di crescita per i nostri giovani**

Se da una parte è innegabile la presenza di un fenomeno di crisi vocazionale che sempre più affligge l’artigianato, dall’altra parte è evidente la necessità di trasmettere l’idea che per favorire il ricambio generazionale e tramandare i mestieri a rischio estinzione occorre mettere in piedi un’offerta di posti di lavoro altamente qualificati.

Non è un compito semplice, dal momento che occorre trasmettere ai giovani non solo competenze e conoscenze tecniche, ma anche passione per il lavoro e identità professionale, valori tipici del fare artigianato.

Al riguardo, il Sistema camerale – grazie alla sottoscrizione di uno specifico Protocollo d’intesa con l’ACRI (Associazione di Fondazioni e di Casse di Risparmio), la CNA (Confederazione

Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa) e la Confartigianato – sta intraprendendo specifiche **azioni per valorizzare i comparti dell'artigianato rafforzandone la componente formativa e connessa alla trasmissione dei saperi.**

Le iniziative si stanno concentrando, in particolare, nella **progettazione e promozione di percorsi formativi e di apprendistato nell'ambito dei settori dell'artigianato artistico**, l'unico settore presente in tutte le realtà europee ed internazionali, che costituisce un patrimonio – frutto di tradizione culturale, artistica e produttiva secolare - che testimonia le peculiarità dei territori di appartenenza; un comparto con caratteristiche peculiari per il quale risulta necessario definire apposite linee politiche, strategiche e di azione – anche a livello europeo e internazionale – di sostegno, tutela e valorizzazione anche in chiave estera. All'inizio del 2013, tra l'altro, le Camere di commercio hanno sottoscritto con diverse Regioni (non solo italiane) e Associazioni italiane ed europee, la **Carta Internazionale dell'Artigianato Artistico**, uno strumento internazionale per riconoscere l'artigianato artistico e i valori di cui è portatore, al fine di definire le linee politiche di intervento per sostenere, tutelare e valorizzare il settore anche a livello europeo.

LO SPORTELLO UNICO DELLE ATTIVITÀ PRODUTTIVE

Negli ultimi anni le Camere di commercio hanno supportato i Comuni nella realizzazione degli Sportelli unici, non solo mettendo in campo *expertise*, progettualità e realizzazioni, nonché realizzando il portale “Impresainungiorno.gov.it”, sistema connettivo dei SUAP territoriali a disposizione di imprese, cittadini e amministrazioni locali.

Lo Sportello unico per le attività produttive (SUAP) costituisce il punto unico di accesso telematico per le pratiche amministrative, la cui funzione risiede nel semplificare l'avvio dell'attività di impresa svolgendo compiti di coordinamento tra i diversi enti destinatari del procedimento amministrativo coinvolti, nelle varie fasi, e a diverso titolo.

L'ordinamento vigente vede nel SUAP il principale strumento di semplificazione rivolto alle imprese che nel corso della propria attività devono svolgere degli adempimenti amministrativi nei confronti della pubblica amministrazione. In particolare il SUAP, oltre ad essere uno Sportello che gestisce gli adempimenti in modo digitale, rappresenta l'unico punto di accesso per il richiedente in relazione a tutte le vicende amministrative riguardanti la sua attività produttiva, che fornisce una risposta unica e tempestiva in luogo di tutte le

pubbliche amministrazioni comunque coinvolte nel procedimento, ivi comprese quelle di cui all'articolo 14-quater comma 3, della legge 7 agosto 1990, n. 241. Si tratta, dunque, di uno strumento formidabile in grado di ridurre drasticamente sia l'onere di identificare correttamente l'adempimento che quello di svolgerlo, destinato a garantire semplicità e tempestività nella relazione tra impresa e pubblica amministrazione.

La norma prevede che le funzioni del SUAP siano esercitate dai Comuni o, nei casi in cui questi ultimi deleghino la relativa funzione, dalla Camera di commercio territorialmente competente. Nella loro azione istituzionale, le Camere si pongono con sempre maggiore forza l'obiettivo di rendere quanto più concrete le previsioni insite nella riforma dei SUAP (Legge n.133/2008). **Negli ultimi tre anni, agendo su delega dei comuni o in forza di atti convenzionali pattuiti tra le parti, le Camere hanno predisposto oltre 3.000 sportelli digitali, mettendo a disposizione degli imprenditori la medesima piattaforma digitale che risponde a tutti i requisiti previsti dalla riforma.** Dunque un'offerta già ampiamente diffusa (si tratta di poco meno del 40% dei SUAP operativi nel Paese) con presenze molto significative in regioni ad elevata vocazione imprenditoriale come il Veneto, dove quasi il 90% dei comuni offre alle imprese del territorio il servizio predisposto dalle Camere di commercio.

A fronte della disponibilità del servizio, **le imprese hanno potuto interloquire con i SUAP in modo più semplice ed efficiente e con un'unica modalità standard, ed il ricorso all'adempimento digitale ha registrato una crescita forte e costante.** La somma di tutti gli adempimenti digitali presentati dal gennaio 2012, ovvero da quando sono disponibili i servizi, ad oggi supera la ragguardevole cifra di 130.000 pratiche gestite: una consistenza importante che dimostra che il progetto del legislatore, che si è spinto a definire uno Sportello Unico per le attività produttive direttamente accessibile dalle imprese e completamente digitale, se pur ambizioso, è perseguibile.

LE OSSERVAZIONI DELLE CAMERE DI COMMERCIO

Considerata la mission costitutiva e la finalità generale che ispira l'azione delle Camere di commercio, un sistema di istituzioni che – agendo secondo logiche di rete – pone in essere servizi concreti di supporto allo sviluppo delle economie locali attraverso la promozione e il sostegno del “fare impresa”, Unioncamere non può che apprezzare l'insieme delle iniziative

di legge che la Commissione ha inteso valutare in modo congiunto per valorizzare l'attività artigiana nei suoi molteplici profili.

Il settore dell'artigianato rappresenta infatti la vera anima del nostro made in Italy. E' l'interprete d'eccellenza dei saperi dei nostri territori, della nostra capacità di “fare impresa” e di infondere nei nostri prodotti la cultura, immensamente ampia, che caratterizza il Paese e che lo rende unico, e apprezzato, in tutto il mondo.

E' un settore che prima degli altri ha scontato le dinamiche della crisi, ma che proprio sul terreno della competizione globale sta già provando a trovare il proprio riscatto, superando i propri modelli di business con dimensione prevalentemente locale e tradizionale valorizzando proprio i **tratti caratteristici dell'artigianato e della piccola impresa, che sono strettamente legati fra loro: l'intelligenza personale e il mestiere.**

I "nuovi artigiani", e più in generale i "nuovi imprenditori artigiani", potranno acquisire un ruolo difficilmente sostituibile nello scenario competitivo, se saranno in grado – non da soli, ma insieme alle filiere, ai territori e alle comunità locali – di potenziare i propri talenti, senza disperderli ma bensì trasmettendoli alle nuove generazioni, e di innovare nella propria capacità di produrre e di proiettare all'estero i propri prodotti.

In molte realtà questo già accade. Basti pensare al fenomeno dei cd. “Makers”, nuovi imprenditori artigiani che immaginano, progettano, realizzano e vendono i propri manufatti utilizzando strumenti e piattaforme digitali e che – sempre attraverso le possibilità offerte dal *social networking* – sono in grado di aggregarsi e di mettere a punto strategie competitive comuni e vincenti, che consentano all'originalità di ciascuno di trovare il proprio spazio nell'offerta.

Sono fenomeni che dobbiamo monitorare e stimolare con le giuste attenzioni, poiché è proprio nella combinazione di tradizione e di innovazione che si innesterà il nuovo modello di sviluppo del Paese. Un modello di made in Italy “rinnovato” e perfettamente in linea con le grandi vocazioni nazionali: originalità e qualità.

E' su queste premesse che si valutano nel complesso in modo positivo le previsioni di cui ai provvedimenti in esame, che vanno nella direzione giusta di favorire il radicamento di questo nuovo modello produttivo.

In primo luogo si valutano positivamente le previsioni di cui ai disegni di legge n. 268 e n. 652 relative all'adozione di un **Programma nazionale di intervento** che favorisca il coordinamento delle attività dei diversi enti per la promozione dei mestieri artigiani e l'attuazione delle relative misure di incentivazione al trasferimento generazionale d'impresa, nell'ambito del quale definire azioni da realizzare sul territorio prevedendo strumenti coerenti e risorse adeguate anche a valere sui Fondi europei.

Per l'attuazione di tali misure, e a valere sull'esperienza maturata nel corso degli anni nelle politiche di diffusione di cultura imprenditoriale e di supporto allo start-up d'impresa, **il Sistema camerale è pronto a mettere in campo le proprie conoscenze riguardo ai fabbisogni e alle dinamiche delle imprese sui territori, le proprie strutture territoriali, nonché le banche dati e l'insieme dei servizi offerti quale patrimonio funzionale a conferire “gambe operative” al disegno di coordinamento**, ai fini della migliore attuazione delle disposizioni di cui ai provvedimenti in esame.

In aggiunta, si apprezza particolarmente l'aver previsto un **articolato e al contempo organico insieme di misure di carattere formativo e di assistenza** – anche riguardo all'accesso al credito – tese a valorizzare le eccellenze artigianali e i mestieri artigiani, agevolare il trasferimento generazionale d'impresa facilitando lo *scouting* di imprese e mestieri artigiani disponibili al trasferimento nonché agevolando l'incontro tra la domanda e l'offerta da parte di maestri artigiani interessati a vendere la propria impresa e ai giovani interessati ad acquisirla.

Al riguardo, il Sistema camerale è pronto a rendere disponibile la propria rete di servizi per le imprese e gli aspiranti imprenditori: dalla rete dei **Punti Nuova Impresa** (collegati *online* nell'ambito della piattaforma “FILO”), alla costituenda rete dei **Punti di contatto per il credito e la garanzia**, fino alla rete di **Sportelli per l'internazionalizzazione** reperibile *online* nell'ambito del portale Worldpass. In particolare, il Sistema camerale è in grado di mettere a disposizione dell'iniziativa il patrimonio del **Sistema informativo Excelsior**, i cui **risultati inerenti all'indagine dei fabbisogni professionali delle imprese potranno essere messi a disposizione per orientare utilmente la programmazione dell'offerta formativa per i mestieri artigiani, aderendo in modo efficiente ai fabbisogni formativi del comparto artigiano.**

Sempre riguardo all'insieme di azioni e strumenti previsti in seno ai provvedimenti, si apprezza in particolar modo la previsione di istituire presso Unioncamere una **apposita “Borsa dell’iniziativa artigiana”** per agevolare il trasferimento d’impresa favorendo l’incontro tra domanda e offerta rivolta ai maestri artigiani interessati a vendere la propria impresa e ai giovani interessati ad acquisirla (art.8 del ddl. n. 652); una **misura di grande semplificazione che convince anche per la sua collocazione entro il Sistema camerale, che potrà facilmente alimentarlo attingendo al vasto patrimonio informativo che – attraverso le Camere – è acquisito direttamente dai sistemi economici locali.**

Convincente altresì l'idea sviluppata nell'ambito del ddl n.264 di istituire un apposito **marchio “Impresa del patrimonio vivente”** da attribuire alle imprese artigiane che detengono un patrimonio rilevante nel campo della produzione, trasformazione, riparazione o restauro di beni e servizi, caratterizzato da un *know how* specifico e rinomato, basato sulla conoscenza di tecniche tradizionali o sull’impiego di strumenti antichi, o rari, di concedere alle imprese che ottengono il marchio specifiche agevolazioni, a valere su un fondo “impresa del patrimonio vivente” – appositamente costituito.

In merito, tuttavia, **si ritiene che il percorso immaginato per l'attribuzione e il mantenimento del marchio, nel tempo, possa essere semplificato rispetto all'attuale configurazione**, che prevede una procedura complessa per l’individuazione, in sede di Conferenza permanente Stato-Regioni, delle caratteristiche delle imprese cui attribuire il marchio, l’istituzione di una apposita Commissione presso il MiSE chiamata a gestire le fasi di riconoscimento e l’istituzione presso ogni Regione, cui spetta la vigilanza sul mantenimento dei requisiti delle imprese che ottengono il marchio, di uno specifico registro regionale del marchio.

Si potrebbe infatti prevedere un meccanismo più semplice e teso a ridurre il costo complessivo dell'operazione. Un meccanismo che faccia perno sulla certificazione e in base al quale il compito di individuare i principi e di definire la "norma" di certificazione sia assegnato al Legislatore e che siano le imprese ad attivarsi per ottenere la certificazione dei requisiti, con il supporto di organismi accreditati.

Una volta ottenuta tale certificazione, la relativa notizia potrebbe essere agevolmente inserita nel REA affinché possano essere prodotti elenchi e/o registri ai diversi livelli territoriali (nazionale e locale), evitando la duplicazione con l’istituzione di registri

regionali, azzerando conseguentemente l'impegno pubblico nelle fasi dei controlli successivi.

L'incentivo per l'impresa artigiana ad intraprendere le azioni necessarie per certificarsi, ed ottenere il marchio, deriverà dalla possibilità per quest'ultima di rientrare nell'alveo delle politiche di incentivazione dello Stato, e così "rientrare" delle relative spese.

Nel ribadire una valutazione complessivamente positiva delle proposte in esame, si ritiene tuttavia utile porre un accento su quanto prevede il ddl n. 652 riguardo **all'istituzione osservatori e sportelli unici integrati nei SUAP presso cui i soggetti interessati possono ottenere informazioni pertinenti all'esercizio delle imprese artigiane**, alle attività per l'avvio e il trasferimento generazionale d'impresa, ad informazioni di mercato e servizi di consultazione di buone pratiche.

Nello specifico, la proposta di incrementare le competenze dei SUAP con funzioni di assistenza dedicate alle imprese artigiane, pur se condivisibile quanto agli obiettivi, si ritiene possa presentare alcuni profili di criticità in quanto, sebbene siano trascorsi tre anni dalla data di avviamento del SUAP riformato, la situazione che si presenta sul territorio nazionale risulta tuttora disomogenea.

Vale la pena domandarsi, pertanto, quali potrebbero essere gli esiti di un provvedimento che dovesse porre ulteriori attribuzioni in capo ad un istituto che - in generale - non svolge ancora in modo uniforme il compito primario per il quale è stato creato.

Sarebbe al contrario opportuno concentrare l'intervento affinché il SUAP divenga disponibile e operativo, in modo omogeneo, sull'intero territorio nazionale, affinché tutti gli imprenditori, quando adempiono agli obblighi amministrativi correlati con l'esercizio dell'attività, possano trarne i benefici lungamente attesi; un obiettivo raggiungibile in tempi brevi, e rispetto al quale le Camere di commercio sono pronte a mettere a sistema la lunga esperienza maturata con il Registro delle imprese e la ComUnica.