



Relazione Previsionale e Programmatica 2011

Consiglio camerale del 30/11/2010



GUIDA ALLA LETTURA

La relazione previsionale e programmatica, così come disciplinata dall'art. 5 del D.P.R. 254/2005, rappresenta il documento di indirizzo strategico per l'anno di riferimento e funge da ricognizione ed aggiornamento del Programma pluriennale oltre a tracciare le linee di indirizzo per la predisposizione del bilancio preventivo per l'esercizio che si sta pianificando.

La relazione previsionale e programmatica, che deve essere approvata dal Consiglio camerale, segue la seguente impostazione:

- l'aggiornamento del contesto socio- economico in quanto i programmi che si intendono attuare nell'anno di riferimento devono essere rapportati alle caratteristiche ed ai possibili sviluppi dell'economia locale ed al sistema delle relazioni con gli organismi pubblici e privati operanti sul territorio;
- una premessa sullo stato di attuazione del programma di mandato con validazione e aggiornamento delle priorità strategiche e dei relativi obiettivi generali previsti nel programma pluriennale necessari per valutare l'efficacia dell'azione politica, la validità delle scelte effettuate fino a quel momento e l'opportunità di introdurre eventuali cambiamenti;
- la definizione delle iniziative programmatiche previste per l'esercizio di riferimento in cui vengono esplicitate per ogni ambito i principali obiettivi strategici;
- una ricognizione delle molteplici attività avviate, in quello che potrebbe definirsi un "bilancio intermedio di mandato" con l'obiettivo di valutare la rispondenza degli obiettivi strategici fissati nel programma pluriennale 2008-2012, l'impatto sul sistema delle imprese, la loro attualità rispetto ai mutati scenari o piuttosto la necessità di una eventuale rimodulazione nei prossimi due anni di mandato (All. 1).





INDICE

IL QUADRO ECONOMICO DI RIFERIMENTO	6
LE STRATEGIE DI INTERVENTO PER IL 2011	10
A1 INNOVAZIONE IMPRENDITORIALE	15
A2 INTERNAZIONALIZZAZIONE	16
A3 REGOLAZIONE E SVILUPPO DEI MERCATI	17
A4 E-GOVERNMENT E INFORMAZIONE ECONOMICA	21
A5 POLITICHE ED INIZIATIVE ECONOMICHE DI SETTORE	24
A6 MARKETING TERRITORIALE	26
A7 INFRASTRUTTURE	27
A8 PROGETTI SPECIALI	29
PIANO STRATEGICO DEGLI INVESTIMENTI	30
BILANCIO INTERMEDIO DI MANDATO (ALLEGATO 1)	31

IL QUADRO ECONOMICO DI RIFERIMENTO

Il contesto internazionale

A livello internazionale di trimestre in trimestre le stime di crescita del PIL mondiale per il biennio 2010-2011 vengono riviste dagli analisti, talvolta in modo contraddittorio, spingendo in direzioni del tutto opposte. Questa situazione è piuttosto tipica di quelle fasi di transizione che cercano di lasciarsi alle spalle periodi di prolungata recessione dove si procede a balzi, a volte in avanti, a volte all'indietro, in cerca di una stabilizzazione.

Secondo il Fondo Monetario Internazionale (FMI) le previsioni di crescita del Pil per il 2011 mostrano tassi di crescita più sostenuti per i paesi emergenti (+6,4%), seguiti dall'economia mondiale (+4,3%) che, a sua volta, precede la dinamica degli Usa (+2,4%). La zona euro rimane il fanalino di coda e ciò vale sia per il 2010 (+1,0%) sia per 2011 (+1,3%). Va notato, infine, che la crescita dei paesi emergenti è stata di segno positivo anche nel 2009 (+2,5%), l'anno orribile dell'economia mondiale in cui tutte le altre aree hanno registrato un decrescita del Pil (-0,6% per il Mondo, -3,2% per gli Usa e -4,1% per l'Eurozona).

Per i prossimi mesi gli analisti internazionali affermano che esiste un rischio di revisione verso il basso delle stime appena presentate, in particolare per il coesistere di tre fattori la cui evoluzione viene tenuta sotto costante controllo: a) l'esistenza di segni di rallentamento della congiuntura; b) l'esplosione del cosiddetto rischio sovrano nei paesi dell'euro; c) l'incertezza sulla politica economica da seguire.

Ciononostante la ripresa dovrebbe proseguire trainata dall'andamento positivo del commercio mondiale, in particolare dalle importazioni dei paesi emergenti, già ampiamente avviati sulla strada della ripresa economica. Infatti, anche per il 2010 il FMI stima che la Cina crescerà del 10,5%, l'India del 9,4%, la Russia del 4,3% e il Brasile del 7,1%. Più difficoltoso continuerà, invece, ad essere il cammino delle economie mature verso l'uscita dalla crisi.

Rispetto all'evoluzione del quadro internazionale la velocità con cui ci si lascerà definitivamente la crisi alle spalle dipenderà, oltre che dal verificarsi o meno di shock esogeni non del tutto prevedibili (come quelli sopraccitati), anche dall'andamento di quattro variabili economiche fondamentali: a) la dinamica del commercio internazionale; b) il tasso di cambio euro-dollaro; c) il tasso d'interesse; d) il prezzo delle materie prime e in particolare il petrolio. Ad oggi si può affermare che: per quanto riguarda gli scambi commerciali, la caduta del 2009 sembra essere alle spalle; l'euro sta attraversando una fase di volatilità e il suo valore oscilla tra 1,2 e 1,3 dollari, in proposito la Bce prevede un tasso di cambio rispetto al dollaro pari a circa 1,3 per il 2010 e in diminuzione per il 2011; anche i tassi d'interesse (Euribor a tre mesi) tenderanno a restare bassi attestandosi intorno allo 0,8% nel 2010 e all'1,1% nel 2011; infine l'ultima variabile strategica è rappresentata da prezzo del petrolio: dopo il picco raggiunto a metà 2008 (140 dollari al barile) il prezzo è crollato a poco più di 40 dollari al barile a fine 2009 e ora è in netta ripresa. La Banca centrale europea ipotizza un valore pari a 75 dollari al barile per il 2010, destinato a salire a 80 nel 2011, tale dinamica potrebbe determinare una revisione verso il basso del tasso di crescita previsto.

Concludendo ci si domanda se questi segnali di inversione di tendenza, registrati per la prima volta dall'inizio della crisi tra il IV trimestre 2009 e il I trimestre 2010, siano un preludio alla fase di ripresa. Gli esperti

rispondono che prevale ancora un clima di incertezza e la svolta vera e propria, a livello mondiale, non è ancora stata annunciata in via definitiva, in particolare profondo è stato l'impatto della crisi sul mercato del lavoro per il quale si prevede un tempo di ripresa molto lungo, almeno 6 trimestri dal primo segnale di crescita della produzione e, almeno un triennio per raggiungere i livelli pre-crisi, sempre che lo scenario di recupero dei livelli produttivi non venga disturbato da shock esogeni.

Il contesto europeo

Il quadro relativo alla zona euro presenta al suo interno situazioni molto diverse con tensioni dovute alla presenza di paesi con forte indebitamento, la Grecia in primis, ma anche Spagna, Portogallo ed Irlanda.

Appare evidente che le stime di crescita del Pil possano risentire del rischio legato di peggioramento della situazione finanziaria che riguarda i paesi più vulnerabili. Purtroppo queste tensioni rischiano di produrre effetti che vanno al di là degli aspetti congiunturali per allungare le loro ombre sugli aspetti strutturali.

Come già precisato, secondo il FMI il decremento del Pil nel 2009 nell'area euro è stato del -4,1%, mentre per il 2010 si prevede una cauta ripresa con un incremento del +1% e del 1,3% per il 2011, trainata, in particolare dal miglioramento della domanda estera, mentre i consumi interni e gli investimenti fissi stentano a ripartire. Infine, molto negativa resta la situazione occupazionale che fa registrare un tasso di disoccupazione a maggio 2010 del 10%.

Nello specifico, rispetto alla crescita del Pil e all'andamento dell'indice di produzione, è in rapido miglioramento la situazione di Germania e Francia, mentre è ancora in difficoltà la Spagna.

Il contesto nazionale

Il dato definitivo Istat sul Pil italiano 2009 fa registrare una perdita secca del 5,1%, un record storico, perché si tratta della contrazione più pesante mai vista dal 1971. Solo nel 2010 si tornerà a valori positivi, intorno all'1%. In questo quadro, quindi, l'Italia conferma un trend di ripresa sia congiunturale sia tendenziale e le previsioni di crescita del PIL diffuse dagli analisti (FMI, Commissione Europea, Isae, Ref IRS, Prometeia, ecc.) sono abbastanza coerenti tra di loro. In particolare nessuno prevede una decelerazione per il 2011, anche se i valori per il nostro Paese resteranno al di sotto delle stime previste per l'Europa.

Il fatto che l'economia si è rimessa in moto si evince dall'andamento dell'indice di produzione industriale che mostra variazioni congiunturali positive continue a partire dal III trimestre 2009 fino al II° trimestre 2010 (+2,1%) e tendenziali positive a partire dal I trimestre 2010, confermate tra aprile e giugno da un +6,9%. Da un punto di vista tecnico - con due periodi di variazione congiunturale positiva - l'economia italiana è uscita dalla recessione, resta però critica la situazione del mercato del lavoro dove si registrano ancora tensioni dovute alla contrazione dei livelli produttivi dell'industria che hanno portato a un tasso di disoccupazione 2009 del 7,8%, salito poi all'8,5% nel mese di giugno 2010.

I dati sul commercio estero segnalano una situazione in miglioramento, i dati disponibili al I trimestre 2010 mostrano che il processo di contrazione che aveva caratterizzato il 2009 si è finalmente interrotto.

La regione Lombardia

La Lombardia, al pari dell'Italia, ha sofferto, nel 2009, di un notevole ridimensionamento dei livelli produttivi. Grazie all'indagine di Unioncamere Lombardia è possibile apprezzare le più recenti dinamiche: anche in questo caso ci si trova di fronte a un indice della produzione industriale in ripresa a partire dal IV trimestre

2009 (il congiunturale) e dal I trimestre 2010 (il tendenziale) con una performance, però, meno brillante di quella evidenziata dal sistema Paese.

Dal punto di vista settoriale, nel secondo trimestre 2010, tutti i settori mostrano variazioni positive, in particolare ottimi risultati si segnalano per chimica, meccanica, gomma-plastica e tessile, seguiti da carta-editoria, mezzi di trasporto, legno-mobili e alimentare.

Per quanto riguarda le previsioni si registra per i prossimi mesi un leggero peggioramento con una decelerazione, rispetto all'inizio dell'anno, della dinamica positiva che non consente di escludere un'evoluzione meno lineare del ciclo nei prossimi trimestri.

Infine, anche in questo caso gli effetti della crisi sul mercato del lavoro sono ancora evidenti e mostrano solo timidi segnali di attenuazione: il tasso di disoccupazione in Lombardia, pari al 5,4% nel 2009, raggiunge il 6,3% nel I trimestre 2010, mentre il ricorso alla cassa integrazione guadagni raggiunge in questa regione livelli record, mai toccati prima.

La provincia di Varese

Dopo un 2009 molto difficile, nel 2010 la ripresa economica è in corso anche in provincia di Varese anche se nel secondo trimestre, rispetto al primo trimestre, si registra qualche segnale di decelerazione, dovuto agli elementi d'incertezza che caratterizzano il quadro economico globale.

Le aspettative che gli imprenditori varesini manifestano, rispondendo alle domande della rilevazione congiunturale trimestrale di Unioncamere, restano positive anche per i prossimi mesi pur evidenziando maggiore prudenza e cautela rispetto all'inizio dell'anno.

Dai dati congiunturali esaminati e dalle indicazioni qualitative fornite dai testimoni privilegiati che partecipano all'Osservatorio congiunturale della Camera di Commercio di Varese emerge, per la nostra provincia, un quadro complessivamente in ripresa: dinamica della produzione industriale positiva anche nel II trimestre 2010 (+3,14) volta alla stabilizzazione, variazioni positive per la prima volta dall'inizio della crisi per la produzione industriale nell'artigianato (+0,1%), volumi d'affari complessivamente in ripresa per commercio (+0,32%) e servizi (ancora negativo, ma in miglioramento, il tendenziale -2,95% e positivo il congiunturale +0,31%) anche se ancora depressi dal perdurare della debolezza nei consumi, difficoltà persistenti, invece, per il settore delle costruzioni, dove non si registrano segnali positivi, né dall'edilizia civile, né dall'edilizia industriale, meglio manutenzioni e ristrutturazioni.

Più in generale si conferma la doppia velocità nell'uscita dalla crisi, più rapida per le imprese industriali, più faticosa per le imprese artigiane, per quest'ultime la situazione di maggiore svantaggio era già evidente durante la crisi.

Nel secondo trimestre 2010 il numero delle imprese attive in provincia di Varese torna finalmente a crescere dopo un declino iniziato a fine 2008 fino al punto più basso toccato nel I trimestre 2010, mentre da un punto di vista congiunturale il punto più basso della crisi è stato raggiunto il III trimestre 2009.

L'uscita dalla crisi, dunque, si prospetta non lineare e caratterizzata da scatti in avanti e bruschi rallentamenti, ciononostante la crescita proseguirà trainata soprattutto dalle esportazioni verso i paesi emergenti. Ciò si riflette in una rimodulazione delle rotte commerciali degli imprenditori varesini che intensificano i propri rapporti con i paesi del Magreb, Asia Centrale, Medio Oriente e Sud America.

La ripresa non riguarda in modo omogeneo tutti i settori. In particolare, a sorpresa, il tessile mostra in questo trimestre una buona performance, mentre la meccanica evidenzia ancora qualche difficoltà, soprattutto macchinari, impiantistica e mezzi di trasporto, infine, molto bene la chimica.

Dal punto di vista occupazionale la situazione resta allarmante anche se si registra un rallentamento (pur rimanendo su livelli molto alti): delle domande di cassa integrazione in deroga, delle ore autorizzate totali di cassa integrazione guadagni e dei flussi in ingresso nelle liste di mobilità. Inoltre, da un esame delle domande di cassa in deroga si evince che non vi sono ingressi di nuove aziende tra i richiedenti, in quanto si ritiene di aver raggiunto il massimo della platea d'impresе in sofferenza.

Le previsioni per i prossimi mesi, anche se contrassegnate da qualche elemento d'incertezza, restano positive. In questa situazione la Camera di Commercio per il 2011 sarà chiamata, da una parte, a proseguire nell'accompagnamento dei soggetti economici a uscire definitivamente dalla crisi e dall'altra a contribuire, insieme agli altri attori presenti sul territorio, a creare i presupposti per uno sviluppo futuro solido e duraturo.

LE STRATEGIE DI INTERVENTO PER IL 2011

Accanto alla volontà di consolidare le più significative esperienze avviate e realizzate a sostegno del sistema economico locale negli ultimi anni, nel definire le linee per la programmazione delle attività della Camera di Commercio per il 2011 - oggetto della presente Relazione Previsionale - occorre tenere conto di alcune considerazioni, in parte aventi origine endogena alla *holding* camerale e in parte provenienti da dinamiche esogene, che potranno condizionare alcune scelte di breve e medio periodo.

1) Come più volte sottolineato negli anni scorsi in occasione delle sessioni consiliari dedicate all'approvazione dei documenti di bilancio, la capacità dell'ente camerale di finanziare le proprie iniziative promozionali nell'ingente misura registrata negli ultimi esercizi deriva dalla possibilità di utilizzo di avanzi patrimonializzati, in precedenza accumulati.

Sulla base della stima delle risorse disponibili per attività di supporto all'economia generate da ogni singolo esercizio (ottenute detraendo i costi di funzionamento dai proventi derivanti principalmente dall'incasso dei diritti di segreteria e del diritto annuale) e tenendo presente, all'interno degli avanzi patrimonializzati, a quanto ammonta la parte liquida effettivamente disponibile, si può considerare sostenibile nel medio periodo un livello medio della spesa per interventi promozionali pari a circa 8 milioni di euro e degli investimenti pari a circa 1 milione di euro.

Se si considera che a consuntivo 2009 risultano 9,8 milioni spesi per interventi promozionali e 1,1 milioni per investimenti e che nel preventivo 2010 tali cifre salgono rispettivamente a 13,2 e 1,9 milioni, appare quanto mai necessario che in sede di programmazione 2011 si tenda ad operare una severa selezione delle iniziative camerali da mantenere anche nei prossimi anni e parallelamente ad individuare gli interventi che presentano le maggiori criticità in termini di realizzabilità o di effettiva ricaduta sul territorio. In questo modo si potranno progressivamente abbandonare le attività a minore valore aggiunto per l'economia locale, riportando il livello della spesa media per interventi promozionali ad una soglia in grado di non creare, in prospettiva, tensioni finanziarie particolari nella gestione del bilancio dell'ente.

2) Recentemente, nell'ambito dei lavori del Tavolo di Concertazione Provinciale, gli attori economici (associazioni, Camera di Commercio, Provincia) hanno condiviso la volontà di aprire una stagione di pianificazione a medio/lungo periodo, in risposta all'attuale fase congiunturale di dura crisi, per disegnare un'unica visione futura del territorio e della sua economia ed orientare di conseguenza, in maniera coordinata, le politiche di sviluppo locale degli anni a venire.

Ai ricercatori dei due atenei operanti in provincia è stato affidato il compito di sviluppare, nell'arco di circa sei mesi di lavoro da concludersi entro il mese di marzo 2011, uno scenario di come si prevede possa evolvere il sistema produttivo locale nel prossimo decennio, con particolare riferimento ad alcune macro-categorie di rilevante interesse economico (assetto demografico; sviluppo dei settori industriali; occupazione; ambiente; sistema creditizio ecc).

Per la Camera di Commercio si prospetta un ruolo di guida e punto di riferimento sia per questa fase iniziale di studio ed analisi dello scenario, sia per il successivo percorso di attuazione di quanto sarà proposto nell'ambito del progetto.

- 3) A questo proposito, è da considerare l'opportunità che fin dall'esercizio 2011 la Camera di Commercio possa essere in grado di recepire le indicazioni provenienti dal lavoro delle Università e del Tavolo di Concertazione, orientando da subito i propri interventi in un'ottica di medio/lungo periodo: tale indicazione potrà condurre a varare inizialmente un preventivo 2011 comprendente le sole iniziative consolidate per le quali si prevede continuità e che necessitano di uno stanziamento apposito per assicurarne la prosecuzione, procedendo invece nel corso del 2011 – non appena sarà disponibile la ricerca "Varese 2020" – ad un aggiornamento dei documenti di bilancio per allinearli alle indicazioni della ricerca stessa ed avviare le politiche territoriali che emergeranno dal dibattito con gli stakeholder.

Il punto precedente riconferma una volta di più il percorso di radicamento e di posizionamento sul territorio che l'ente Camera di Commercio di Varese sta compiendo grazie ai propri risultati e all'attuazione di iniziative di sviluppo dell'economia locale: un ruolo pivotale più volte affermato nelle relazioni programmatiche degli anni scorsi, che vive una fase di rilancio anche a seguito dell'entrata in vigore della nuova legge 580 – il testo normativo di riferimento del sistema camerale.

Grazie ad una rinnovata centralità del ruolo delle autonomie funzionali e all'individuazione di alcuni specifici ambiti di intervento appannaggio degli enti camerali (dall'internazionalizzazione al trasferimento tecnologico, dall'accesso al credito all'informazione economica), il decreto di riforma offre nuove prospettive agli enti camerali anche all'interno del panorama complessivo delle pubbliche amministrazioni: ecco che ad esempio in un settore decisivo come quello della semplificazione amministrativa e dello sviluppo dell'e-gov la Camera di Commercio può svolgere una funzione importante di coordinamento e di razionalizzazione, mettendo a valore in questo caso, in misura ampia e trasversale, il riconoscimento da parte del legislatore di rilevanti competenze in materia di attivazione degli sportelli unici per le attività produttive.

- 4) Più volte nel corso degli ultimi mesi il Consiglio camerale è stato chiamato ad occuparsi della questione riguardante la società controllata Malpensafiere: dapprima in occasione della ricapitalizzazione, resasi necessaria a causa della struttura finanziaria della società stessa e della crisi di liquidità venutasi a creare a fronte delle perdite degli ultimi esercizi, poi a seguito del percorso di concertazione compiuto con *shareholders* e *stakeholders*, volto a una verifica sulla prospettive future del centro espositivo e sulle possibili strategie di rilancio.

Tale percorso, come noto, ha portato a una sostanziale riconferma del ruolo centrale e strategico del polo fieristico, potenziale luogo di incontro della *business community* e vetrina delle eccellenze: lo sforzo dell'ente camerale nel 2011 e negli anni successivi dovrà pertanto essere quello di assicurare la massima valorizzazione del centro, attraverso la sinergia tra i diversi asset, promozionali e strumentali, del sistema Camera di Commercio di Varese, con un orientamento alla valutazione delle iniziative in termini di bilancio sociale e non semplicemente di risultati della gestione aziendale.

A1 INNOVAZIONE IMPRENDITORIALE

Sia l'innovazione tecnologica sia il trasferimento della conoscenza costituiscono elementi di fondamentale importanza per aiutare le imprese locali ad acquisire un posizionamento competitivo che consenta di affrontare al meglio le sfide dei mercati. Con questo obiettivo diventa strategico sviluppare azioni sinergiche, in quanto nessuno da solo - in un sistema economico complesso come quello attuale - è in grado di far crescere l'innovazione e la competitività.

Le iniziative della Camera di Commercio, dunque, privilegiano le aggregazioni imprenditoriali che rappresentano una forma di innovazione strutturale che agevola il trasferimento tecnologico ed organizzativo, promuovono e sostengono le collaborazioni tecnico-scientifiche con il mondo della ricerca e le Università, supportano l'impegno imprenditoriale nel partecipare a programmi di ricerca e sviluppo finanziati a livello comunitario dal VII Programma Quadro di Ricerca & Sviluppo. Promuovono, inoltre, la valorizzazione della proprietà industriale, sostengono l'introduzione dell'innovazione laddove abbia ricadute positive sull'ambiente e contribuisca, dunque, ad uno sviluppo sostenibile del territorio (risparmio energetico, ricorso a forme di energia alternative, investimenti produttivi ecosostenibili, ecc.).

L'innovazione, quindi, non è intesa solo in un'ottica tecnologica, di prodotto o di processo, bensì è valorizzata da un punto di vista culturale, organizzativo, relazionale, patrimoniale e finanziario.

Principali obiettivi strategici

1. Crescita della cultura e della solidità patrimoniale e finanziaria delle imprese

Lo scenario attuale del sistema economico è caratterizzato da tassi di crescita costanti ma moderati e, se da un lato la situazione dei mercati internazionali è destinata a migliorare (grazie a scambi resi più favorevoli dal deprezzamento dell'euro e dai bassi tassi di interesse) dall'altro lato continua ad essere piuttosto basso il livello di fiducia dei consumatori.

Il perdurare quindi della debolezza dell'economia ed in particolare dei mercati finanziari rende necessaria l'adozione sia di un complesso di interventi e di iniziative di sostegno al credito di immediata e diretta applicazione a favore delle imprese, sia di interventi strutturali di medio periodo che consentano al sistema dei Confidi (interlocutori privilegiati delle PMI) di confermare – e se possibili accrescere – il proprio compito di facilitatori nell'accesso al credito da parte delle piccole imprese, nonché di rafforzare il proprio ruolo di *advisor* delle banche nel processo di classificazione delle imprese e quindi di intermediario qualificato tra il sistema bancario e quello imprenditoriale.

A tal fine è opportuno che l'azione camerale si sviluppi nelle seguenti direzioni, confermando da un lato l'utilizzo di strumenti consolidati che hanno nel tempo evidenziato il gradimento del sistema imprenditoriale locale e proponendo, dall'altro, l'individuazione di strumenti più innovativi e mirati alla ripresa degli investimenti con particolare attenzione alle tematiche dell'innovazione e dell'internazionalizzazione:

1. continuare ad individuare nei Confidi lo strumento prioritario di supporto al sistema delle garanzie per le imprese – in modo da assicurare l'ampliamento dell'offerta di finanziamento, la maggiore copertura del rischio e la facilità di accesso al mercato del credito – attraverso il consolidamento di due misure:
 - il contributo al fondo rischi degli Organismi di garanzia fidi, che qualitativamente e quantitativamente per l'anno 2011 può ricondursi alla media degli interventi degli ultimi anni, considerato che le risorse

impegnate negli ultimi tre anni, alla luce della situazione venutasi a creare con la crisi economico/finanziaria, rivestono carattere di straordinarietà e contingenza;

- i contributi in conto interessi a sostegno delle spese di investimento sostenute dalle imprese locali;
2. porre le basi per l'individuazione di strumenti aggiuntivi di sostegno al sistema dei Confidi per massimizzare l'efficacia e l'efficienza nell'utilizzo delle risorse pubbliche in tale ambito, anche alla luce dei processi di accorpamento/fusione che si stanno delineando in seguito alla piena operatività degli accordi di Basilea 2;
 3. monitorare, garantire e, se necessario, rafforzare l'ottimale funzionamento degli strumenti straordinari già messi in campo a livello di sistema regionale e camerale lombardo per contrastare gli effetti della crisi economica;
 4. accompagnare, grazie al ruolo di "consulenti qualificati" ricoperto dal sistema dei Confidi, le imprese nel migliorare i propri parametri finanziari (il proprio rating) attraverso eventuali azioni di sostegno economico (check up finanziari, ricapitalizzazione e consolidamento del debito, attività formative rivolte ai piccoli imprenditori per creare nuove competenze di gestione finanziaria e patrimoniale e di gestione del rapporto banca-impresa);
 5. individuare, in accordo con le Associazioni di categoria, iniziative particolari che coinvolgano il sistema dei Confidi nella realizzazione di progetti ed interventi specifici che consentano un utilizzo più efficace e mirato delle risorse (es. crediti per l'internazionalizzazione, sviluppo sostenibile, ecc.);
 6. verificare infine l'efficacia e l'applicabilità di strumenti innovativi di accesso al capitale di terzi, (non solo debito ma equity, venture capital, ecc.) attraverso il monitoraggio dei prodotti finanziari attivati a livello nazionale e regionale e prestando particolare attenzione alle iniziative proposte a livello di sistema camerale.

Ad avvalorare l'importanza e la strategicità degli interventi sopra richiamati è opportuno sottolineare che le azioni messe in campo dall'Ente camerale sia dal punto di vista contributivo (credito agevolato, consolidamento del debito) che di rafforzamento del sistema delle garanzie (Confiducia, contributi al fondo rischi) che formativo – ed in senso lato tutte le iniziative che contribuiscono ad accrescere la cultura finanziaria delle PMI ed a rendere più qualificato il loro rapporto col sistema bancario – possono contribuire, in un momento di crisi dell'economia, ad incrementare le possibilità di accesso al credito e scongiurare in alcuni casi il ricorso al mercato dell'usura per reperire risorse finanziarie.

2. Management dell'innovazione. Reti d'impresa e servizi mirati in tema d'innovazione e trasferimento tecnologico

La Camera di Commercio incoraggia le *aggregazioni* imprenditoriali, in quanto rappresentano una forma d'innovazione strutturale che agevola il trasferimento tecnologico. Nel 2011, ad esempio, tredici imprese della meccanica - che già nel 2010 hanno condiviso figure professionali qualificate, al fine di essere affiancate nei processi di stabilizzazione, sviluppo e accrescimento competitivo - speriementeranno una forma di partenariato, imperniata su ambiti di complementarietà tecnico-operativa che verranno individuati.

Rafforzando il percorso avviato nell'ultimo biennio, Camera di Commercio amplierà la mappatura delle imprese innovatrici varesine (o potenziali innovatrici) da inserire nel "*panel innovazione*", progettando azioni mirate a loro supporto. Particolare attenzione sarà rivolta, in particolare, alle imprese che operano nella

Green Economy e nell'Energy Management, o comunque che sono impegnate nel ridurre le emissioni inquinanti da fonti industriali attraverso la sperimentazione di sistemi alimentati da fonti rinnovabili e l'adozione di tecnologie innovative ecocompatibili.

La Camera di Commercio, infine, darà continuità alle attività con cui offre servizi a favore di *tutte le imprese* interessate alla diffusione dell'innovazione tecnologica (newsletter "Innovazione", brochure sulle opportunità di business ed inserimento di profili di cooperazione transnazionale nel "*Business Cooperation and Technology Database*").

3. Rete EEN. Coinvolgere le imprese varesine in partnership di medio/lungo periodo.

La Camera di Commercio nel 2008 ha aderito - in qualità di *collaboration partner* - alla rete comunitaria di supporto al business EEN - *Enterprise Europe Network*.

Le azioni e gli interventi che si svilupperanno nel corso del 2011, con il supporto dei diversi partner ENN (fra i quali Innovhub - azienda speciale per l'innovazione della Camera di Commercio di Milano) punteranno a stimolare l'interazione delle imprese del territorio varesino con imprese e centri di ricerca di altri stati membri dell'Unione Europea e non solo.

Continueranno ad essere erogati servizi di assistenza alle PMI su politiche, programmi e finanziamenti dell'UE, con particolare riferimento ai temi della ricerca e sviluppo, dell'innovazione e del trasferimento tecnologico. Ad esempio, è attivo un servizio d'informazione e avviso relativo alle opportunità di finanziamento europee, attraverso l'invio di schede descrittive tramite la piattaforma CRM.

4. Coniugare economicità e responsabilità sociale.

La Camera di Commercio intende continuare a promuovere attivamente, avvalendosi dell'importante contributo fornito dai componenti dell'Osservatorio cooperazione e imprenditorialità sociale, la dimensione etica e sociale dell'impresa e del mondo economico, per stimolare e consolidare nel tempo una nuova modalità di rapporto tra impresa e società sempre più proiettata verso le esigenze dei portatori d'interessi interni ed esterni alle aziende.

A tal fine si consolideranno una serie di iniziative individuate e condivise all'interno dell'Osservatorio cooperazione e imprenditorialità sociale principalmente volte al monitoraggio di questa realtà, anche grazie a precisi momenti di incontro e confronto con gli operatori del settore, e alla sensibilizzazione e al sostegno per la redazione del bilancio sociale inteso quale strumento di comunicazione e di presentazione dell'impresa. Inoltre, in sinergia con il sistema camerale ed in particolare con Unioncamere Lombardia, la Camera si farà parte attiva per promuovere, riconoscere, premiare e valorizzare quelle attività imprenditoriali che si distinguono per il fatto di praticare azioni significative di responsabilità sociale, anche aderendo a iniziative mirate (es: promozione "Bando buone prassi" e partecipazione a "Dal Dire al Fare - Il Salone della Responsabilità Sociale d'Impresa" a Milano).

5. Sostenere il mercato del lavoro favorendo una maggior armonizzazione tra la domanda e l'offerta e sviluppando iniziative a supporto dei giovani e delle imprese e della loro formazione.

La Camera di Commercio, consapevole che al crescere dell'incertezza e della flessibilità del mercato del lavoro cresce l'importanza delle attività inerenti la formazione, intende promuovere iniziative volte all'armonizzazione tra domanda e offerta del lavoro. Pertanto, in sinergia con le associazioni locali, la

Camera si farà parte attiva per creare occasioni di incontro tra impresa e scuola, nelle forme previste dalla legge (alternanza scuola/lavoro) o con iniziative mirate (es: avvio presso le scuole di Uffici Placement).

Le azioni e gli interventi che si svilupperanno nel corso del 2011 punteranno quindi a consolidare il legame tra mondo della scuola e mondo del lavoro, con l'obiettivo di conoscere i percorsi professionali dei giovani dopo il diploma, nonché promuovere attività per orientare gli studenti nel passaggio dalla scuola secondaria di primo grado a quella di secondo grado verso percorsi maggiormente rispondenti ai bisogni professionali emergenti.

Il miglior incontro tra domanda ed offerta di lavoro avviene anche grazie a processi di empowerment che Camera di Commercio stimola grazie al pacchetto di servizi formativi offerti ad imprenditori e lavoratori. In funzione delle priorità definite in termini di orientamento e alternanza scuola-lavoro, la formazione potrà orientarsi verso temi su cui la Camera possiede un know-how specifico e originario (Comunica, Sportello Unico, Ambiente) e per cui la normativa e le finalità istituzionali permettono di rispondere a domanda specifica, non soddisfatta o soddisfabile da altri agenti della formazione, pubblici e privati (Corsi abilitanti)

A2 INTERNAZIONALIZZAZIONE

La *mission s strategica* della Camera di Commercio si realizza proseguendo nella gestione coordinata e integrata delle politiche di internazionalizzazione mirate a sviluppare e sostenere le capacità e competenze dei soggetti del territorio, nonché ottimizzando i legami tra ricerca, università e mondo economico locale, veicolando verso il territorio il valore aggiunto dato dalla coesione e dalla logica del “fare sistema” - criteri-chiave per competere sul mercato globale – e sostenendo e incentivando le strategie di internazionalizzazione delle PMI interessate ad avviare o consolidare la propria presenza sui mercati esteri, in tal modo contribuendo allo sviluppo dei processi di apertura internazionale dei principali settori dell’economia di Varese.

Principali obiettivi strategici

1. *Creare rapporti efficaci per agevolare l’inserimento delle imprese nei mercati esteri*

La promozione dei processi di sviluppo e affermazione dell’immagine di Varese e dei suoi sistemi produttivi e territoriali locali nei principali mercati internazionali si realizza attraverso il sostegno di partnership produttive o commerciali all’estero, soprattutto in una situazione di crisi tanto radicata.

Pertanto, nel 2011 proseguiranno le azioni sperimentate positivamente nel 2010 intensificando:

- il rafforzamento del raccordo con i principali attori del sistema economico locale (Associazioni di categoria, Consorzi export, sistema fieristico, sistema bancario, sistema della Ricerca e Sviluppo Tecnologico ecc.) al fine di condividere obiettivi e strategie di intervento e di garantire una più ampia offerta di servizi e utilizzo degli stessi. Tale raccordo, in particolare, si concretizzerà nel trasferimento alle Associazioni di categoria di una serie di strumenti di internazionalizzazione quale il LombardiaPoint, al fine di una risposta diretta delle stesse alle problematiche evidenziate dai propri associati;
- la continuità dell’offerta alle PMI di attività mirate di promozione, quali:
 - azioni di scouting, mediante indagini esplorative, al fine di individuare potenziali controparti istituzionali e partner;
 - incoming, accoglienza sul territorio di buyer specializzati;
 - percorsi di internazionalizzazione, affiancamento alle imprese di tecnici esperti nelle varie problematiche (nuova linea commerciale aziendale; ricerca partner esteri, analisi di settore e ricerca di mercato, ricerca agenti-distributori-fornitori ecc.);
- il sostegno alle imprese minori anche con proposte integrate della Regione Lombardia affinché proseguano nella ricerca di nuovi sbocchi sui mercati esteri nonostante le difficoltà dell’economia globale;
- la prosecuzione di alcuni grandi progetti strategici per il territorio, quali *Aeroindustry* e *Automotive*:
 - intervenendo in primari eventi di livello internazionale;
 - promuovendo l’accoglienza sul territorio di buyer specializzati grazie a collegamenti e accordi con interlocutori italiani ed esteri, con preferenza per i mercati che presentano diversificate opportunità di collaborazione per le imprese varesine;
 - ricercando attività/progetti dedicati all’utilizzo di *materiali non inquinanti* e di *sistemi alternativi per la produzione di energia* allo scopo di contribuire alla salvaguardia dell’ambiente.

A3 REGOLAZIONE E SVILUPPO DEI MERCATI

La Camera di Commercio, nella sua posizione di ente “terzo” nelle relazioni economiche locali e come soggetto impegnato per lo sviluppo del sistema territoriale, attraverso l’azione di regolazione del mercato è in grado di offrire elementi di garanzia e di trasparenza delle relazioni, contribuendo a rendere più chiaro e affidabile il contesto in cui agiscono gli attori del mercato (associazioni, organizzazioni, imprese, consumatori).

In un’ottica di continuità con le azioni e le modalità operative già sperimentate negli scorsi anni, sviluppando il continuo raccordo con gli operatori economici e cogliendo gli impulsi delle associazioni di rappresentanza delle imprese e dei consumatori, la Camera provvederà a implementare gli interventi nel settore della regolazione e tutela del mercato sfruttando ogni possibile raccordo, prassi e progettualità a livello di sistema, in particolare nell’ambito dell’Unione regionale delle Camere di Commercio della Lombardia.

Principali obiettivi strategici

1. Valorizzare il potenziale economico, sociale e culturale del commercio

Proseguirà, anche per il 2011, l’impegno della Camera nel rafforzare la competitività del piccolo dettaglio, contribuendo a innovare i canali di vendita tradizionali, a favorire l’aggregazione tra imprese del commercio e a combattere la desertificazione commerciale sul territorio.

Il consolidamento dell’esperienza della rete dei “Negozzi polifunzionali”, con l’introduzione di nuovi servizi pubblici erogabili mediante la Carta Regionale dei Servizi, ed il successo dei bandi regionali “Distretti del Commercio” che, per la provincia di Varese, ha visto la costituzione di ulteriori sette distretti del commercio per complessivi dodici, orientano la Camera di Commercio a proseguire con il sostegno di queste iniziative, in linea anche con la specifica programmazione regionale.

Per quanto concerne il progetto “Negozio Polifunzionale”, verranno attuate azioni di monitoraggio dei servizi offerti dai negozi. Sarà inoltre valutata l’opportunità di replicare l’iniziativa sul territorio attraverso un nuovo bando.

Per i distretti urbani del commercio già sorti, si prevede, anche in questo caso, di attivare servizi di monitoraggio delle singole aggregazioni e di ricerca, nell’ambito del tavolo attivato dalla Camera con le Associazioni di categoria e con le amministrazioni comunali coinvolte. Verrà inoltre consolidata la campagna di comunicazione iniziata nel 2010, mediante iniziative specifiche. Proseguirà infine l’impegno dell’ente nella diffusione delle esperienze maturate in ambito provinciale dai singoli distretti, mediante uno stretto raccordo con Regione Lombardia.

2. Informare e rendere trasparenti i mercati

Nel corso del 2011 la Camera sarà impegnata ad agire nel territorio per valorizzare il sistema di rilevazione dei prezzi come chiave interpretativa dell’andamento del mercato e come strumento di confronto utile agli operatori: la convinzione alla base di questo agire è che un’informazione facilmente reperibile e corretta sia in grado di ridurre i costi che l’impresa deve sostenere negli scambi e sia altresì un modo per consentire ai consumatori di effettuare scelte più consapevoli e più adeguate al proprio bisogno.

Verrà continuato e implementato l'impegno per raggiungere una completa informatizzazione e telematizzazione nella trasmissione dei dati relativi alla rilevazione dei prezzi, completando l'adattamento delle procedure interne alle nuove modalità di rilevazione telematica dei valori rilevati, finalizzate alla semplificazione della gestione dei dati e alla riduzione dei margini di errore.

Proseguirà il coordinamento regionale con Unioncamere Lombardia per l'attuazione della seconda annualità del progetto perequativo di sistema relativo al monitoraggio comparato delle tariffe pubbliche locali, con particolare riferimento alle tariffe dell'energia elettrica, del gas, del ciclo idrico e dello smaltimento rifiuti.

Proseguirà la procedura avviata per l'accertamento della raccolta provinciale degli usi attraverso una revisione settoriale, con la possibile estensione della raccolta a nuovi comparti di rilevazione, in modo da rispecchiare la struttura e l'evoluzione dell'economia locale.

L'attività di informazione mirata al consumatore verrà consolidata attraverso il mantenimento e il continuo aggiornamento del sito dedicato www.va.spazioconsumatore.it, portale informativo sui servizi camerati, che vede ogni anno incrementare il numero di accessi, segno di un evidente apprezzamento dell'iniziativa.

3. Risolvere con efficacia i conflitti

Il legislatore nazionale ha recentemente dato un forte impulso al ricorso agli strumenti stragiudiziali di risoluzione delle controversie, sia con un intento deflattivo del carico di lavoro gravante sul sistema giudiziario civile, sia per cercare di ridurre i costi a carico di chi si trova nella necessità di utilizzare il servizio "giustizia".

Per quanto riguarda l'arbitrato, proseguirà l'attuazione della convenzione sottoscritta nel 2009 con l'Azienda speciale Camera Arbitrale Nazionale e Internazionale di Milano, attraverso la gestione coordinata delle procedure arbitrali e l'attività di promozione e divulgazione dell'arbitrato per la soluzione stragiudiziale delle controversie.

Per la conciliazione, si prevede di dare completa applicazione all'accordo contenuto nel "Progetto Conciliamo", sottoscritto nel febbraio 2010 con Tribunale di Varese, Ordine degli avvocati di Varese e Ordine dei Dottori commercialisti ed esperti contabili di Varese per la promozione della conoscenza e dell'utilizzo dello strumento conciliativo, a fianco del giudizio ordinario e dell'arbitrato.

Proseguirà pertanto il presidio del punto informativo presso il Tribunale varesino attraverso la presenza di un vincitore di borsa di studio, che potrà erogare informazioni sull'attività dei vari soggetti abilitati a svolgere procedure di mediazione. Verrà inoltre dato seguito ai contatti instaurati con i corrispondenti soggetti operanti nella circoscrizione dell'altro Tribunale della provincia, Busto Arsizio, in modo consentire di offrire il medesimo servizio e le medesime opportunità a tutto il territorio provinciale.

L'entrata in vigore della riforma della mediazione civile e commerciale (d. lgs. 28/2010) potrà avere un forte impatto sull'attività della Camera: il testo del decreto, infatti, prevede che in alcune materie particolarmente conflittuali (liti in materia di condominio, diritti reali, successioni ereditarie, patti di famiglia; locazione, comodato, affitto di azienda, risarcimento del danno derivante dalla circolazione di veicoli e natanti, da responsabilità medica, da diffamazione con il mezzo della stampa o altro mezzo di pubblicità; contratti assicurativi, bancari e finanziari), la mediazione sarà obbligatoria prima di avviare un giudizio civile in Tribunale. In tutte le altre materie, la mediazione resta comunque esperibile su volontaria scelta delle parti, o su invito del giudice che, nel corso di un processo, ritenga possibile trovare, entro 120 giorni, una conciliazione tra le parti con l'aiuto di un mediatore.

L'organismo dove il mediatore presterà la sua opera sarà vigilato dal Ministero della Giustizia attraverso la tenuta di un apposito registro, nel quale anche la Camera di Varese dovrà iscriversi non appena saranno disponibili i decreti attuativi che disciplineranno nel dettaglio le modalità di inserimento e i requisiti formativi richiesti ai conciliatori/mediatori.

Infine, verranno confermate le iniziative di sistema attraverso la partecipazione alla rete regionale degli Sportelli di Conciliazione, coordinata dall'Unione regionale delle Camere di Commercio della Lombardia, e la partecipazione alle campagne di promozione dei servizi promosse dall'Unione italiana delle Camere di Commercio, in particolare in occasione della "Settimana nazionale dei servizi di conciliazione" indetta annualmente per promuovere e diffondere l'utilizzo della mediazione / conciliazione.

4. Vigilare "con" e "per" il mercato"

Promuovere un mercato trasparente significa anche contribuire a divulgare la cultura della correttezza, incentivando nelle imprese l'adozione di comportamenti conseguentemente adeguati.

A tal fine, la Camera di Varese darà il suo contributo per attuare sul territorio provinciale il contenuto del protocollo sottoscritto tra Unioncamere Nazionale e il Ministero dello Sviluppo Economico: il progetto, articolato su più anni, prevede un programma di interventi al fine di rafforzare il ruolo di vigilanza e controllo delle Camere di Commercio a tutela del mercato e del consumatore.

Le attività ispettive coinvolte riguardano il settore della metrologia legale (strumenti metrici in uso, vigilanza sui laboratori autorizzati all'esecuzione della verifica periodica degli strumenti metrici, sui centri tecnici autorizzati ad effettuare le operazioni di primo montaggio, di attivazione e di intervento tecnico per i tachigrafi digitali e analogici, vigilanza sui metalli preziosi), il settore della sicurezza dei prodotti (giocattoli, prodotti elettrici a bassa tensione e compatibilità elettromagnetica), dispositivi di protezione individuale di I categoria e prodotti generici per quanto attiene al codice del consumo, etichettatura dei prodotti tessili e calzaturieri, manifestazioni a premio.

Nel campo della metrologia legale proseguirà l'attuazione del progetto avviato nel 2009 e coordinato dall'Unione regionale della Lombardia, sviluppato con l'obiettivo di identificare nuovi modelli organizzativi che, attraverso la messa in comune di risorse, potessero favorire efficienza ed efficacia delle iniziative camerali.

Si tratta quindi di completare un percorso teso a identificare possibili economie di sistema, al fine di creare reti interprovinciali tra uffici metrici per lo svolgimento di un'attività operativa comune, superando in questo modo la dimensione provinciale delle singole Camere.

In particolare, saranno completate alcune direttrici di sviluppo del progetto, quali l'unificazione regionale delle tariffe in vigore presso le 12 Camere lombarde, la possibile sottoscrizione di convenzioni tra più Camere per l'effettuazione di verifiche fuori della propria provincia, fino ad arrivare ad una piena condivisione della dotazioni strumentale a livello di sistema.

Verranno ripetute le azioni di prelievo dei prodotti orafi in commercio, insieme al relativo esame di conformità del titolo, effettuato da un laboratorio specializzato appositamente incaricato dalla Camera, e proseguirà inoltre anche l'attività amministrativa relativa al rilascio delle carte tachigrafiche a conducenti e aziende.

L'attività legata all'intervento del funzionario camerale nei concorsi a premio per assicurare la regolarità delle procedure di assegnazione ha visto un sensibile aumento nel corso dell'ultimo periodo: qualora il trend di crescita dovesse rivelarsi pressoché stabile nel tempo, anche in considerazione delle novità normative

recentemente introdotte in materia potranno venire valutati adeguati riassetti organizzativi del servizio, in modo da poter continuare a garantire la copertura totale delle risposte alle richieste di intervento.

5. Valorizzare percorsi di intervento in ambiti settoriali obiettivo

Continuando nell'attuazione dei contenuti del programma pluriennale 2008-2012, la Camera proseguirà il proprio impegno verso il settore obiettivo individuato relativo alla "Casa".

Verranno realizzate azioni promozionali per raggiungere una più estesa diffusione del marchio di garanzia del "Settore Casa" tra gli operatori e per una maggiore riconoscibilità del marchio stesso tra i consumatori; proseguiranno le iniziative informative mirate alla prevenzione dei conflitti in collegamento con le attività previste nell'ambito dello sviluppo degli ADR (arbitrato e conciliazione).

Nell'ottica di implementare le attività legate al filo conduttore della "Casa", verrà inoltre approfondito l'aspetto relativo alla compravendita di immobili da costruire, attraverso l'approfondimento della relativa disciplina prevista dal d. lgs. 122/2005, per arrivare alla predisposizione di un vademecum per la sottoscrizione del relativo contratto preliminare: l'obiettivo è quello di informare imprese e consumatori delle previsioni di legge in materia, rendendo le parti maggiormente consapevoli della necessità di sottoscrivere un contratto avente un contenuto corretto e completo.

L'ente camerale si concentrerà su queste linee di intervento attraverso la consueta ed apprezzata metodologia di lavoro sino ad oggi utilizzata, basata sulla preventiva e piena condivisione dei contenuti tra Associazioni di categoria e dei consumatori attraverso un costante dialogo, che vede la Camera di Commercio, nella sua posizione di terzietà, svolgere un essenziale ruolo di coordinamento.

Sulla base dei risultati che si otterranno nella prima edizione del Salone Immobiliare di Varese e provincia, in svolgimento dall'8 al 10 ottobre 2010 presso i locali della sede centrale della Camera di Commercio, si potrà prevedere di proseguire nell'azione di sostegno al comparto immobiliare locale realizzando la seconda edizione della manifestazione, adattandone eventualmente le modalità organizzative in base agli input che potranno provenire dall'esperienza concreta della prima edizione.

A4 E-GOVERNMENT E INFORMAZIONE ECONOMICA

Il Programma Pluriennale 2008-2012 della Camera di Commercio di Varese vede in posizione di assoluto rilievo, tra gli obiettivi strategici da perseguire, la promozione dell'e-government e la semplificazione amministrativa. La Camera di Commercio deve rappresentare un soggetto trainante e proattivo nell'accrescimento dell'efficienza dei servizi ai cittadini e alle imprese, con l'obiettivo di ottimizzare il lavoro anche di altre pubbliche amministrazioni e di offrire agli utenti servizi sempre più rapidi, oltre che nuovi servizi. Particolare attenzione viene pertanto dedicata alle riforme normative, che individuano le CdC quali piattaforme ideali per rafforzare i processi di innovazione dell'intera PA, improntate a semplificare ed agevolare il rapporto tra pubblica amministrazione e imprese (Comunicazione Unica per la nascita d'impresa quale autorizzazione all'immediato avvio dell'attività economica, riforma degli SUAP e creazione di Agenzie per le imprese).

Principali obiettivi strategici

1. Semplificare e digitalizzare i procedimenti : dal Registro delle Imprese alla "Rete Sportelli Unici"

Ad aprile 2010 è entrata a regime la Comunicazione Unica, la procedura telematica, che con un unico invio al Registro delle Imprese consente di effettuare anche gli adempimenti ai fini INPS, INAIL e Agenzia delle Entrate. La piena operatività della ComUnica è stata preceduta da un'intensa attività di formazione e informazione rivolta principalmente ai c.d. "grandi utenti" (professionisti, intermediari, associazioni di categoria) per facilitare il passaggio al nuovo sistema e assicurare un'adeguata assistenza tecnica (attivazione contact e call center, formazione online, help desk, sportello informazioni dedicato). Nel 2011 si riproporrà questo set di iniziative di formazione e di aggiornamento continuo per portare concretamente a regime il processo di semplificazione e di telematizzazione dei rapporti con le imprese avviato con la Comunicazione Unica e destinato ad ampliarsi nel 2011 con l'entrata a regime della normativa in materia di riordino degli Sportelli unici per le attività produttive.

La riforma dello Sportello Unico per le attività produttive delinea, infatti, un accentuato collegamento e integrazione tra S.u.a.p. e Camere di Commercio che potrebbero addirittura trovarsi a surrogare quei Comuni che non dovessero adempiere all'obbligo di attivazione dello Sportello Unico. Oltre a questo, la normativa (art. 38 della legge n. 133 del 6 agosto 2008) prevede un forte impegno del sistema camerale che dovrà mettere a disposizione il portale "impresainungiorno.gov" che fornirà i servizi informativi ed operativi ai Suap assicurando la divulgazione degli adempimenti e delle modalità con l'obiettivo di proporre un grado di omogeneità nelle procedure e di ridurre al minimo i tempi di comunicazione fra impresa e pubblica amministrazione.

Il nuovo Sportello Unico per le Attività Produttive dovrà dunque essere una struttura destinata a assumere connotazioni di elevata informatizzazione e integrazione con il sistema della Comunicazione Unica, con ricadute positive a vantaggio del sistema delle imprese in termini di accelerazione degli iter procedurali e di maggior coordinamento tra pubbliche amministrazioni. Per raggiungere questo obiettivo è necessario che tutti gli attori pubblici e privati (e fra questi anche le Agenzie delle Imprese, presumibilmente costituite dalle associazioni di categoria, che potranno attestare la sussistenza dei requisiti normativi per l'avvio delle attività imprenditoriali) si muovano in piena e funzionale collaborazione nel totale rispetto delle competenze

specifiche di ognuno e con modalità di reciproca comunicazione che garantiscano riduzione dei tempi, trasparenza e certezza delle procedure. La Camera di Commercio, quindi, per le sue competenze normative, per il suo Know how in materia di procedimenti digitalizzati e per disponibilità delle infrastrutture telematiche necessarie, in questo contesto deve rappresentare il soggetto “integratore di sistemi” cioè di una rete di Sportelli Unici dotata di una propria struttura di governance che integri e coordini - attraverso varie iniziative di uniformazione, semplificazione dei procedimenti, formazione del personale -, i diversi soggetti coinvolti nelle procedure amministrative al fine di assicurare una semplificazione reale, concreta e coerente con le aspettative delle imprese.

2. Favorire l'adozione di riferimenti procedurali comuni

Anche nel 2011 proseguirà la fattiva omogeneizzazione delle procedure tra le Camere lombarde, attraverso la partecipazione a tavoli di lavoro presso Unioncamere Lombardia, in particolare nel corso del 2010 si è sperimentata l'applicazione di una uniformità quasi completa di procedure con la Camera di Milano, molto apprezzata dagli utenti fruitori di servizi ormai completamente telematizzati.

Nel quadro della riforma degli Sportelli Unici, continuerà l'impegno e la collaborazione tra la Camera di Commercio e la Regione Lombardia per sviluppare i collegamenti informatici procedurali con le amministrazioni comunali.

3. Migliorare l'interazione con l'utenza sviluppando nuovi canali di accesso/erogazione servizi.

L'accesso ai servizi della Camera è ormai consentito quasi esclusivamente attraverso “sportelli virtuali” di sistema che permettono l'accesso ai servizi telematici a tutte le categorie di utenti. La Comunicazione Unica, procedura ormai consolidata, è l'unico canale di trasmissione di qualsiasi tipologia di pratica; le procedure di iscrizione ai corsi e agli esami per gli aspiranti agenti immobiliari, dopo un periodo di rodaggio, avvengono esclusivamente on line, con la conseguente velocizzazione degli stessi e la progressiva riduzione dell'utilizzo della carta.

Proseguirà inoltre lo sviluppo di una piattaforma on line per una gestione omogenea di quesiti relativi a pratiche telematiche, di richieste di sollecito nell'evasione delle pratiche e di annullamento delle stesse.

Continuerà anche l'implementazione di programmi informatici condivisi a livello regionale per favorire flussi di informazione omogenea, con l'obiettivo prioritario di garantire apporti di semplificazione sempre maggiori nei confronti dell'utenza.

Nello svolgimento delle funzioni anagrafico - certificative, si conferma prioritario l'obiettivo del raggiungimento del c.d. “tempo reale”, inteso come tensione continua a comprimere i tempi di lavorazione e non solo a garantire gli standard normativi, senza compromettere la qualità e l'affidabilità dei dati iscritti o gravare sui costi per l'utenza. Oltre a una maggiore informatizzazione della fase istruttoria e al ricorso a soluzioni organizzative (*outsourcing*), si implementeranno applicazioni di automazione “intelligente”, con verifiche preliminari il più a monte possibile, lasciando che il software effettui già in fase di inserimento dati da parte dell'utente i controlli che meno richiedono l'intervento dell'*expertise* giuridica.

L'avvio a regime della scia, con l'auspicata emissione dei provvedimenti attuativi del D.Lgs. 59/2010, comporterà inoltre la necessità di riorientare l'attività del registro imprese verso la funzione di “controllo” ex

post entro i termini assegnati dal legislatore; a questo proposito sarà avviato un apposito programma di aggiornamento delle conoscenze/competenze del personale.

4. Valorizzare il patrimonio informativo, facilitare l'accesso ai dati, veicolare e diffondere le conoscenze

La Camera di Commercio è proprietaria di un patrimonio informativo fondamentale per la comprensione delle dinamiche economiche in atto e per la lettura dell'evoluzione del sistema economico provinciale. Contemporaneamente la Camera di Commercio è anche crocevia di informazioni e dati statistici prodotti da altri soggetti che, sulla scorta di un'esperienza ormai consolidata, vengono elaborati per completare il quadro conoscitivo complessivo. La restituzione a imprese, cittadini, associazioni e istituzioni di strumenti, di queste informazioni indispensabili per l'accrescimento della cultura economica collettiva e per la programmazione di attività utili alla crescita e allo sviluppo del territorio avverrà con la piena messa a regime di OsserVa, il portale virtuale dell'economia varesina e con gli scenari che la ricerca Varese 2020 delinea per il sistema.

Nel 2011 si lavorerà per:

- Continuare a valorizzare il patrimonio informativo di tipo amministrativo a disposizione della Camera di Commercio al fine di restituire al sistema economico i dati che le imprese forniscono nell'assolvimento dei propri obblighi amministrativi;
- Favorire l'accessibilità e la fruibilità dei dati da parte degli utenti, implementando OsserVA e fornendo quindi informazioni, complete e sempre aggiornate, consultabili e navigabili via web;
- Diffondere la conoscenza economica del territorio, anche realizzando ricerche ad hoc – come Varese 2020 - , con l'obiettivo di mettere a disposizione strumenti approfonditi di riflessione a supporto dei processi decisionali, aiutando chi, quotidianamente, è chiamato a compiere scelte strategiche per promuovere la crescita e lo sviluppo locale
- Coordinare e rendere sinergico il potenziale informativo derivante dagli osservatori provinciali (Malpensa, Prezzi, Cooperazione sociale, Internazionalizzazione, Congiuntura) e dalle ricerche commissionate o svolte sul territorio da Università e Centri di ricerca.

A5 POLITICHE ED INIZIATIVE DI SETTORE

La piccola dimensione imprenditoriale, in un contesto globalizzato e fortemente competitivo, se da un lato costituisce un punto di forza del nostro tessuto produttivo e distributivo, dall'altro rappresenta sicuramente un limite al raggiungimento di adeguati livelli di efficienza gestionale perseguibili unicamente attraverso economie di scala, capacità di innovazione e propensione ad "aggredire" i mercati internazionali. In tale contesto, ove perdurano le condizioni di incertezza economica, rimangono prioritari soprattutto per le micro e piccole imprese interventi a sostegno dei processi di aggregazione aziendale e crescita dimensionale capaci di implementare le potenzialità competitive delle imprese. È questa la direzione che la Camera di Commercio intende mantenere nell'ambito "Politiche ed iniziative di settore", contribuendo, attraverso progetti condivisi con gli attori del territorio, ai processi di aggregazione di imprese come la strada migliore per garantire la continuità delle singole unità imprenditoriali, con le loro peculiarità ed i propri caratteri distintivi, assicurando nel contempo adeguati livelli di competitività al sistema locale.

Principali obiettivi strategici

1. Reti, aggregazioni e filiere

Proseguendo su una strada che negli ultimi anni ha permesso di raccogliere buoni risultati, la Camera di Commercio di Varese si propone di rafforzare il tessuto relazionale che lega le imprese della stessa filiera operanti nel territorio supportando operazioni di aggregazione sia di tipo orizzontale che di tipo verticale attraverso iniziative pilota e il consolidamento di progetti già avviati. Alla luce della positiva esperienza di due progetti pilota quali il Consorzio Varese Orafi ed il completamento del percorso di innovazione strutturale intrapreso dal settore "stampi", il tema dell'aggregazione delle piccole e medie imprese, delle filiere e dei distretti, delle reti verrà infatti sviluppato e consolidato con particolare riferimento ai settori tessile/abbigliamento (Varesemoda), aeronautica (Comitato Promotore Distretto aerospaziale Lombardo), meccanica e subfornitura (Mech-net), biotecnologie (Distretto Scienze per la vita), energia (Energy Cluster), artigianato artistico (Art. Art.) e tradizionale. Particolare attenzione verrà posta sia alle forme di aggregazione spontanea, sia alla comprensione della dimensione giuridico-fiscale di queste reti/aggregazioni.

2. Sviluppare e valorizzare le produzioni agricole e agro alimentari

La sinergia con le Associazioni di categoria del comparto e con l'amministrazione provinciale, nell'ambito dello specifico protocollo d'intesa, dovrà consentire di ottimizzare, potenziare ed integrare gli interventi a favore del settore agricolo nella logica della conservazione e della innovazione dell'impresa agricola, della crescita della qualità delle produzioni agricole locali oltre che della loro valorizzazione e promozione.

Prioritari rimangono quindi gli interventi rivolti:

- alla valorizzazione delle produzioni e delle innovazioni lungo tutta la filiera agroalimentare, al fine di facilitare aggregazioni ed alleanze per creare e rendere visibile il valore aggiunto del processo di produzione, trasformazione, conservazione e distribuzione;
- al sostegno e alla crescita delle imprese agricole attraverso il sostegno alla qualificazione dei processi produttivi (agricoltura, zootecnia, florovivaismo, ecc.) e alla diversificazione delle attività svolte;



- alla promozione delle produzioni agroalimentari (con particolare riferimento all' attuazione di politiche della qualità) attraverso la progettazione e realizzazione di interventi specifici di sensibilizzazione della filiera corta e mediante iniziative di *co-marketing* con le attività di sostegno alla promozione turistica.

A6 MARKETING TERRITORIALE

L'obiettivo di sistema resta quello di migliorare la visibilità, l'attrattività e l'apertura del territorio in termini di flussi di persone (turismo e occupazione), di beni, servizi e conoscenze (*export*, ricerca, formazione) e di capitali (infrastrutture ed investimenti produttivi), anche in funzione della preparazione del territorio ad accogliere gli eventi e gli investimenti di EXPO 2015.

Il tema da sviluppare, per rendere ulteriormente interessante la provincia di Varese sia sotto il profilo "leisure" sia sotto il profilo "business", è quello di un territorio a vocazione "green", non solo per il suo paesaggio, quanto per una vocazione da consolidare mediante azioni mirate di attenzione verso le tematiche ambientali (sia nell'offerta congressuale – compreso il post e il side congress – sia nell'offerta leisure).

Principali obiettivi strategici

1. Sviluppare rapporti di collaborazione ed aggregazione turistica.

Il ruolo strategico assunto dal marketing del territorio nelle politiche di sviluppo locale è sancito dalla nascita e dall'avvio dell'operatività dell'Agenzia del Turismo, realtà creata da Camera di Commercio e Provincia, entrata pienamente in funzione nel corso del 2010. Tra le linee di intervento per il 2011 è auspicabile che si sviluppi un sistema di promozione mirata sul territorio nazionale e, soprattutto, su quei mercati esteri particolarmente sensibili al fascino del nostro territorio.

La Camera di Commercio lavorerà nella direzione di rendere sempre più stretto ed efficace il legame tra l'Agenzia del turismo, naturale evoluzione del Protocollo d'intesa con la Provincia di Varese, e il Consorzio turistico provinciale, per proseguire nelle azioni di sviluppo e promozione economica locale.

Il tema da sviluppare, per rendere ulteriormente interessante la provincia di Varese sia sotto il profilo "leisure" sia sotto il profilo "business", è quello di un territorio a vocazione "green", non solo per il suo paesaggio, quanto per una vocazione da consolidare mediante azioni mirate di attenzione verso le tematiche ambientali (sia nell'offerta congressuale – compreso il post e il side congress – sia nell'offerta leisure).

2. Costruire una politica di marketing territoriale in vista di Expo 2015

Alla luce degli obiettivi precedenti è il sistema integrato locale che deve assumere un ruolo da protagonista nella competizione economica globale: è il territorio, inteso appunto come sistema, e non più i singoli soggetti, a porsi in competizione sul mercato internazionale e a confrontarsi con altre realtà. In quest'ottica, la Camera di Commercio di Varese si propone, in stretta collaborazione con gli enti pubblici e le associazioni e ricercando sinergie con altri soggetti attivi sul territorio, la creazione e promozione di un sistema strutturato di strumenti volti a dare visibilità alle opportunità economiche del territorio ed attrarre investimenti. Sarà quindi fondamentale compiere delle scelte di caratterizzazione dell'attrattività locale che potrebbe essere, come per il marketing turistico, il tema dell'eco-sostenibilità, delle energie rinnovabili, del risparmio.

A7. INFRASTRUTTURE

L'impegno dell'ente camerale per lo sviluppo del sistema infrastrutturale a disposizione del territorio è uno degli aspetti qualificanti del programma di attività promozionali del quinquennio. Come evidenziato da molteplici studi sull'argomento, la Lombardia in generale e la provincia di Varese in particolare soffrono un deficit di collegamenti viabilistici e ferroviari, in rapporto al grado di sviluppo economico del territorio e alle esigenze di mobilità espresse da un'area ad elevata densità demografica ed imprenditoriale.

Il principio ispiratore delle attività camerali riferite a questo ambito strategico, confermato in particolare per l'anno 2010, è la concentrazione delle risorse e degli sforzi della struttura organizzativa su pochi obiettivi puntuali, particolarmente significativi, individuati con il forte coinvolgimento delle rappresentanze economiche del territorio.

Come già accaduto nel 2009-2010, attraverso strumenti di programmazione e concertazione quali l'Accordo Quadro di Sviluppo Territoriale o gli Accordi di Programma, il coinvolgimento dell'Ente in interventi infrastrutturali potrà evolvere nel senso della partecipazione diretta alla realizzazione e gestione, anche considerando che in una fase di stagnazione della domanda, il rilancio delle opere pubbliche rappresenta un elemento importantissimo di sostegno all'economia.

Principali obiettivi strategici

1. Sviluppo del collegamento autostradale diretto Varese-Como-Lecco

Nel corso del 2010 è stato completato e ufficialmente presentato alla Regione Lombardia lo studio di fattibilità dell'autostrada regionale Varese-Como-Lecco, iniziativa promossa, come noto, dalla Camera di Commercio di Varese nell'ambito di una alleanza strategica con le consorelle di Como e Lecco stimolata da un Comitato comprendente 23 associazioni di categoria operanti nelle tre province insubriche. Le prospettive di pieno decollo dell'iniziativa sono condizionate da una situazione politica particolarmente intricata, legata a doppio filo anche alle vicende del progetto Pedemontana che, ormai assodato per quanto concerne il tronco principale Dalmine - Cassano Magnago, presenta ancora elementi di forte incertezza riguardo al finanziamento – e dunque alla realizzabilità – dei tratti periferici rappresentati dalle tangenziali di Como e Varese.

Il ruolo degli enti camerali nelle prossime fasi dovrà dunque essere quello di stimolare la riflessione politica a partire da basi conoscitive solide, fondate su dati oggettivi in relazione agli studi di traffico, ai costi di realizzazione, ai flussi di cassa previsti per la gestione futura dell'infrastruttura, favorendo un sereno confronto istituzionale. Tale bagaglio informativo potrà essere completato dalla realizzazione di ulteriori analisi costi-benefici, in grado di evidenziare da un lato le ricadute dell'opera sul territorio (in termini di sviluppo economico, impatto ambientale, miglioramento dei parametri di qualità della vita), dall'altro, di conseguenza, i costi sociali ed economici del non-fare, supportando così le fasi di creazione del consenso sul territorio.

In base allo stato di avanzamento dell'iter procedurale come previsto dal regolamento regionale 4/2002 - approvazione dello studio di fattibilità da parte della Regione e successiva indizione della gara per l'individuazione del "promotore", responsabile dell'attuazione della successiva fase di progettazione preliminare - dovrà inoltre essere attentamente valutata, da parte degli enti camerali coinvolti, l'eventualità di

partecipare attivamente a questa fase del percorso, decidendo se entrare nella compagine del soggetto - società di capitale - che si impegnerà a progettare, e successivamente realizzare e gestire, la nuova infrastruttura.

2. Miglioramento della mobilità di cittadini ed imprese

Le parole d'ordine in questo momento storico sono sostenibilità e risparmio energetico: due elementi fortemente radicati in ogni piano di sviluppo infrastrutturale e della mobilità che possa essere varato da qualsiasi livello di governo del territorio (regionale, provinciale, comunale).

Nel 2011 l'ente camerale potrà proseguire il proprio impegno, in sinergia con associazioni di categoria e altri partner istituzionali, per la realizzazione di iniziative nel campo della mobilità sostenibile, della logistica e dell'intermodalità, della movimentazione delle merci nelle aree urbane (city logistics), già affrontate negli anni precedenti.

Formazione degli operatori, sostegno a opere viabilistiche nell'ambito della programmazione negoziata (AdP, AQST), contributi diretti alle imprese, studi destinati alla creazione del consenso su progetti infrastrutturali: queste alcune delle direttrici lungo le quali potrà svilupparsi l'azione camerale.

A8 PROGETTI SPECIALI

I progetti speciali individuano tematiche e fenomeni che per la loro strategicità e/o criticità necessitano di un'attenzione particolare da parte della Camera di Commercio, sia in termini politici sia in termini gestionali e finanziari.

Il 2011 dovrebbe rappresentare l'anno della ripresa economica fermo restando che gli effetti della crisi – in particolar modo sul fronte finanziario, creditizio ed occupazionale – continueranno a manifestarsi anche nel corso del prossimo anno. Occorrerà però guardare oltre.

Per questo motivo ed in coerenza con le Strategie di intervento per il 2011 delineate nella Relazione Previsionale e Programmatica, gli obiettivi prioritari per il 2011 saranno quindi:

- un attento monitoraggio dell'utilizzo degli strumenti di accesso al credito per verificarne l'efficacia ed introdurre eventuali correttivi o interventi integrativi per massimizzarne gli effetti anticiclici nei confronti del sistema imprenditoriale;
- un approfondimento sull'evoluzione dell'economia varesina al fine di comprenderne le dinamiche, prevederne gli scenari futuri, anticipare i cicli virtuosi e rafforzare - con specifiche politiche e programmi - le direttive di sviluppo e crescita.

A tal fine, sono proposti i progetti speciali "Crisi economica e finanziaria: Confiducia" e "Varese 2020: Riorientamento strategico degli interventi economici", quale conseguenza dell'azione rinforzata di supporto al credito (e all'economia) condotta negli ultimi tre anni e quale presupposto per ridefinire strategie e programmi del mandato sulla linea degli obiettivi di lungo periodo della programmazione comunitaria contenuti in "Europa 2020".

PIANO STRATEGICO DEGLI INVESTIMENTI

In considerazione delle condizioni generali di contesto riguardanti l'andamento economico del sistema produttivo locale, gli investimenti sul patrimonio saranno anche nel 2011 limitati agli interventi di stretta necessità, miranti alla conservazione della funzionalità degli immobili e al mantenimento degli standard di sicurezza per le varie tipologie di utilizzatori (dipendenti, utenti camerale, congressisti, espositori e visitatori delle manifestazioni fieristiche).

Saranno opportunamente valutati i progetti di messa in sicurezza e restauro conservativo della Villa Andrea Ponti e di manutenzione e ammodernamento del Centro espositivo Malpensafiere; a questo riguardo, particolare attenzione andrà riservata al rispetto dei vincoli di spesa fissati in misura molto stringente dalla manovra correttiva approvata tra maggio e luglio 2010, che individua nel 2% del valore iscritto a bilancio il limite massimo per le spese di ordinaria e straordinaria manutenzione.

Resta sullo sfondo un progetto innovativo ed ambizioso quale quello della "casa ecologica", che proseguirà il suo iter preliminare alla realizzazione dei lavori, attraverso le fasi di coinvolgimento del territorio, svolgimento dei vari stadi di progettazione, acquisizione delle necessarie autorizzazioni edilizie e paesaggistiche.

Sempre in tema di risparmio energetico ed innovazione, il 2011 dovrebbe vedere realizzati alcuni interventi significativi, tra i quali di particolare rilevanza il progetto "Green Meeting", volto a dotare le Ville Ponti di tutta la dotazione necessaria a qualificare i propri eventi come "congressi verdi", nuova frontiera del settore MICE.

Dal lato delle immobilizzazioni finanziarie, non si prevedono operazioni di particolare rilevanza: da sottolineare la possibile acquisizione nell'arco dell'anno di quote, comunque per tagli minimi, di società del sistema camerale, al fine di assicurarsi un ventaglio sempre più ampio di servizi "in-house" (ad es. ISNART), e la prevista dismissione della partecipazione nella Società per i mercati – soggetto gestore dell'ex mercato ortofrutticolo di Fontanelle.



Bilancio di metà mandato

Scopo del presente documento è tracciare una sorta di “bilancio di metà mandato”, trascorsi circa tre dei cinque anni di durata in carica degli organi camerali, e fornire così le informazioni necessarie per riposizionare opportunamente, in fase di programmazione annuale, le attività di supporto all'economia locale promosse dall'ente.

L'obiettivo è infatti quello di valutare la rispondenza degli obiettivi strategici fissati nel programma pluriennale 2008-2012, l'impatto sul sistema delle imprese, la loro attualità rispetto ai mutati scenari o piuttosto la necessità di una eventuale rimodulazione nei prossimi due anni di mandato.

Lo sforzo di sintesi e di riclassificazione compiuto dagli uffici ha consentito di evidenziare i più significativi filoni di operatività, in gran parte riconducibili agli ambiti ed assi strategici del programma pluriennale, con alcune delle principali azioni realizzate e relativi indicatori; sono stati quindi individuati alcuni possibili percorsi di sviluppo a cui dare attuazione negli ultimi due anni di mandato, ed è dunque sulla valutazione di queste proposte che potrà concentrarsi il dibattito consiliare che dovrà portare entro la fine di novembre all'approvazione della Relazione Previsionale e Programmatica e al Preventivo Economico per l'anno 2011.

A corredo delle schede di sintesi, anche al fine di indirizzare al meglio le riflessioni programmatiche che ne scaturiranno, è opportuno preventivamente fare cenno a due aspetti di fondo, che occorrerà considerare attentamente in vista della redazione del preventivo economico dei prossimi esercizi.

1) Come più volte sottolineato in occasione delle sessioni consiliari dedicate al bilancio, la capacità dell'ente camerale di finanziare le proprie iniziative promozionali nell'attuale ingente misura deriva dalla possibilità di utilizzo di avanzi patrimonializzati, accumulati nel corso di precedenti esercizi.

Sulla base della stima delle risorse disponibili per attività di supporto all'economia generate da ogni singolo esercizio (ottenute detraendo i costi di funzionamento dai proventi derivanti principalmente dall'incasso dei diritti di segreteria e del diritto annuale) e tenendo presente, all'interno degli avanzi patrimonializzati, a quanto ammonta la parte liquida effettivamente disponibile, si può considerare sostenibile nel medio periodo un livello medio della spesa per interventi promozionali pari a circa 8 milioni di euro e degli investimenti pari a circa 1 milione di euro.

Se si considera che a consuntivo 2009 risultano 9,8 milioni spesi per interventi promozionali e 1,1 milioni per investimenti e che nel preventivo 2010 tali cifre salgono rispettivamente a 13,2 e 1,9 milioni, appare quanto mai necessario che il dibattito consiliare sia volto ad operare una selezione delle iniziative camerali da mantenere anche nei prossimi anni e parallelamente ad individuare gli interventi che presentano le maggiori criticità in termini di realizzabilità o di effettiva ricaduta sul territorio. In questo modo si potranno progressivamente abbandonare le attività a minore valore aggiunto per l'economia locale, riportando il livello della spesa media per interventi promozionali ad una soglia in grado di non creare, in prospettiva, tensioni finanziarie particolari nella gestione del bilancio dell'ente.

2) Recentemente, nell'ambito dei lavori del Tavolo di Concertazione Provinciale, gli attori economici (associazioni, Camera di Commercio, Provincia) hanno condiviso la volontà di aprire una stagione di pianificazione a medio/lungo periodo, in risposta all'attuale fase congiunturale di dura crisi, per disegnare un'unica visione futura del territorio e della sua

economia ed orientare di conseguenza, in maniera coordinata, le politiche di sviluppo locale degli anni a venire.

Ai ricercatori dei due atenei operanti in provincia è stato affidato il compito di sviluppare, nell'arco di circa sei mesi di lavoro da concludersi entro il mese di marzo 2011, uno scenario di come si prevede possa evolvere il sistema produttivo locale nel prossimo decennio, con particolare riferimento ad alcune macro-categorie di rilevante interesse economico (assetto demografico; sviluppo dei settori industriali; occupazione; ambiente; sistema creditizio ecc).

Per la Camera di Commercio si prospetta un ruolo di guida e punto di riferimento sia per questa fase iniziale di studio ed analisi dello scenario, sia per il successivo percorso di attuazione di quanto sarà proposto nell'ambito del progetto.

A questo proposito, è da considerare l'opportunità che fin dall'esercizio 2011 la Camera di Commercio possa essere in grado di recepire le indicazioni provenienti dal lavoro delle Università e del Tavolo di Concertazione, orientando da subito i propri interventi in un'ottica di medio/lungo periodo: si tratterebbe pertanto di varare inizialmente un preventivo 2011 comprendente le sole iniziative consolidate per le quali si prevede continuità e che necessitano di uno stanziamento apposito per assicurarne la prosecuzione, procedendo invece nel corso del 2011 – quando sarà disponibile la ricerca "Varese 2020" – ad un aggiornamento dei documenti di bilancio per allinearli alle indicazioni della ricerca stessa ed avviare le politiche territoriali che emergeranno dal dibattito con gli stakeholder.

Accesso al credito

Accesso al Credito – Con le imprese oltre la crisi

Lo scenario attuale caratterizzato dal perdurare della debolezza dell'economia ed in particolare dei mercati finanziari ha reso necessaria l'adozione sia di un complesso di interventi di immediata e diretta applicazione a favore delle imprese attraverso iniziative di sostegno all'accesso al credito (garanzie, investimenti, liquidità aziendale, patrimonializzazione, consolidamento del debito), sia interventi strutturali di medio periodo che hanno consentito al sistema finanziario ed in particolare ai Confidi - soggetti che, operando in stretto contatto con le PMI, possono ricoprire il ruolo di advisor delle banche nel processo di classificazione delle imprese e quindi di intermediario qualificato tra il sistema bancario e quello imprenditoriale - di accrescere il proprio ruolo di facilitatori nell'accesso al credito da parte delle piccole imprese.

Cosa è stato fatto

Iniziative	Attuazione
Sostegno ai consorzi fidi	Interventi contributivi in favore degli Organismi di garanzia fidi per l'incremento dei Fondi rischi o dei Fondi di garanzia comunque denominati.
Interventi di credito agevolato	Interventi per sostenere ed incentivare, attraverso l'erogazione di contributi in conto interessi, le spese per investimenti sostenute dalle aziende della provincia di Varese.
Patrimonializzazione aziendale/ consolidamento del debito	Contributi in conto interessi, la realizzazione da parte delle aziende della provincia di Varese, tramite organismi di garanzia fidi, delle operazioni di finanza innovativa di patrimonializzazione aziendale (aumento di capitale sociale/versamento dei soci in conto capitale) e di consolidamento del debito (consolidamento delle passività a breve termine).
Fondo "Confiducia"	Interventi straordinari per favorire l'accesso al credito delle piccole e medie imprese lombarde attraverso il rafforzamento delle garanzie dei confidi lombardi (tramite un sistema di co-garanzia e/o controgaranzia)

Principali indicatori di attività

Sostegno ai consorzi fidi importo complessivo 2008/2009/2010	€ 4.740.000
Interventi di credito agevolato risorse stanziare 2008/2009/2010	€ 2.683.435
segnalazioni di affidamento pervenute	n. 1589
Patrimonializzazione aziendale/ consolidamento del debito risorse stanziare 2008/2009/2010 domande presentate	€ 759.303 n.300



Fondo Confiducia

Confiducia regionale (fondo complessivo)

€ 8.393.000

Finanziamenti già garantiti

n. 2392

Confiducia locale (fondo complessivo)

€ 874.000

Finanziamenti già garantiti

n. 392

Risorse economiche

Consuntivo 2008

€ 847.917

Consuntivo 2009

€ 3.858.744

Obiettivo di sviluppo

Sostegno ai consorzi fidi

- Consolidare l'iniziativa anche per l'anno 2011 riconducendola, sia dal punto di vista qualitativo che quantitativo, alla media degli interventi degli ultimi anni, considerato che le risorse impegnate nei tre anni precedenti, alla luce della situazione venutasi a creare con la crisi economico/finanziaria, rivestono carattere di straordinarietà e contingenza;
- Ipotizzare l'individuazione di strumenti aggiuntivi e/o alternativi di sostegno al sistema dei Confidi per massimizzare l'efficacia e l'efficienza nell'utilizzo delle risorse pubbliche in tale ambito, anche alla luce dei processi di accorpamento/fusione che si stanno delineando in seguito alla piena operatività degli accordi di Basilea 2;

FORZE	DEBOLEZZE
buona capacità di leva innescata dall' effetto moltiplicatore	difficoltà nel "gestire" Organismi di garanzia con un ambito di operatività sovra provinciale
gradimento del sistema dei confidi nei confronti di una misura "consolidata"	il regolamento attuale non tiene conto delle diverse problematiche gestionali che devono affrontare i Confidi 107 rispetto ai Confidi 106

Interventi di credito agevolato

- Consolidare l'iniziativa anche per l'anno 2011 confermando la modalità di erogazione immediata del contributo all'atto della presentazione, da parte delle imprese, dei documenti giustificativi (fatture) attestanti gli investimenti effettuati e le relative spese sostenute, con successivo controllo a campione relativo all'avvenuto pagamento delle rate di interessi;
- Ipotizzare l'individuazione di strumenti aggiuntivi/integrativi in materia di accesso al credito, che coinvolgano il sistema dei Confidi nella realizzazione di progetti ed interventi specifici ed innovativi che consentano un utilizzo più efficace e mirato delle risorse (es. crediti per l'internazionalizzazione, sviluppo sostenibile, ecc.).

FORZE	DEBOLEZZE
gradimento delle imprese e del sistema dei confidi nei confronti di una misura efficace	forbice esistente tra le risorse stanziare e quelle effettivamente liquidate (destinata a ridursi in seguito all'introduzione, a partire dal 2009, di nuove modalità di erogazione immediata)
modalità di erogazione immediata del contributo particolarmente gradita alle imprese	difficoltà nell'individuare ambiti di intervento innovativi condivisi con il sistema dei Confidi

Patrimonializzazione aziendale/ consolidamento del debito

- verificare l'effettiva utilità di riproporre l'iniziativa anche per l'anno 2011, valutando se non sia il caso di privilegiare operazioni di sostegno agli investimenti aziendali rispetto ad iniziative rivolte alla liquidità;
- valutare eventuale integrazione della misura all'interno del contributo in conto interessi a sostegno delle spese di investimento delle imprese locali (credito agevolato).

FORZE	DEBOLEZZE
gradimento delle imprese e del sistema dei confidi nei confronti di una misura in grado di agevolare le esigenze di liquidità aziendale in periodi congiunturali difficili	misura scarsamente utilizzata per operazioni di patrimonializzazione/ricapitalizzazione (viene privilegiata la parte relativa al consolidamento delle passività)
	tempi lunghi per il manifestarsi delle condizioni per l'erogazione dell'incentivo.

Fondo Confiducia

- attento monitoraggio sull'utilizzo del fondo al fine di renderne più efficace la gestione, più adeguate le procedure e più fruibile il prodotto da parte delle PMI del territorio, evitando sotto-utilizzi delle risorse a beneficio del sistema economico locale;
- valutare un possibile utilizzo di tale modalità di sostegno alle imprese (fondo di co-garanzia / controgaranzia) per operazioni e progettualità più mirate e potenzialmente di maggior impatto per la crescita delle imprese (es. internazionalizzazione, sviluppo sostenibile).

FORZE	DEBOLEZZE
Risposta unica a livello regionale ai problemi di liquidità del sistema imprenditoriale lombardo	Rischio di "dirottare" sul prodotto Confiducia tutte le operazioni di finanziamento garantite dal sistema dei Confidi
Gestione integrata del fondo da parte di Unioncamere/Federfidi	Rigidità di utilizzo delle risorse regionali (non trasferibili da una provincia all'altra in caso di differenti livelli di utilizzo del fondo)
Coinvolgimento di altri soggetti pubblici (Provincia) sul territorio	Utilizzo del fondo poco omogeneo tra i diversi Consorzi fidi (soprattutto in ambito locale)
Ottimo riscontro (soprattutto nella nostra provincia) da parte del sistema dei Confidi e delle imprese	% di garanzia diverse tra l'intervento regionale e quello locale (in quello locale mancano le risorse della Regione) nel rispetto comunque di una identica quota camerale.

Innovazione, aggregazioni e ambiente

L'unione fa l'innovazione

Le esperienze maturate da Camera di Commercio in diverse forme di aggregazione (Vareseorafi, Varese moda, Progetto Stampi, Distretti del Commercio, Distretto aerospaziale, Protocollo Agricoltura, Agenzia del Turismo, ecc.) e di sostegno all'innovazione (Bandi innovazione e certificazione, Laboratorio Rfid, Rete EEN, ecc.) e l'attuale favor delle imprese e delle istituzioni pubbliche verso i processi di aggregazione creano il contesto ideale affinché Camera di Commercio continui a promuovere programmi e progetti di ampia portata sui temi dell'innovazione tecnologica ed organizzativa, della tutela dell'ambiente e del risparmio energetico.

Cosa è stato fatto

Iniziative	Attuazione
Varese Moda, Varese orafi, Progetto Stampi e Mech-net	Sono state sperimentate diverse forme di supporto all'aggregazione, ora a differenti stati di evoluzione. Ognuna di esse con un focus differente (internazionalizzazione, certificazione di qualità, check up aziendale e creazione di collaborazioni, ecc.) e con una tipologia di supporto mirata (centro servizi, affiancamento e coaching, ecc.)
Laboratorio Rfid	I buoni risultati del primo triennio di start up hanno permesso di rinnovare l'interesse per il Laboratorio rifinanziando un nuovo triennio, con l'obiettivo di allargare il bacino di utenza ad altre filiere e comparti dell'economia varesina.
Bando Search & Develop	Ha sostenuto tre PMI varesine nel partecipare a progetti di ricerca internazionali, sia come partner sia come team leader. Le imprese hanno beneficiato di un abbattimento di costi (nella misura del 60%) di accesso al servizio di assistenza da parte di consulenti specializzati, selezionati con una procedura a evidenza pubblica. Due progetti sono stati ammessi al finanziamento e un terzo è ancora in fase di valutazione da parte della competente DG della Commissione europea.
Rete EEN	Sono erogati servizi di assistenza alle PMI su politiche, programmi e finanziamenti dell'UE, con particolare riferimento ai temi della ricerca e sviluppo, dell'innovazione e del trasferimento tecnologico. Ad esempio, è attivo un servizio d'avviso sulle opportunità di finanziamento, che attualmente raggiunge una segmentazione di 1.190 destinatari. In un anno sono state raccolte una decina di richieste per cooperazioni tecnologiche.
Sportello brevetti ed ambiente	Gli sportelli brevetti ed ambiente sono partner dell'impresa innovativa. Oltre a garantire supporto informativo sui depositi e sugli adempimenti ambientali – presso lo sportello e sul sito camerale – informano le imprese sulle novità normative, tra cui gli strumenti di valutazione/sovvenzione dei brevetti e SISTRI, anche attraverso l'utilizzo di mailing-list mirate ed organizzano momenti formativi.
Distretti del commercio	E' stato dato impulso alla candidatura dei distretti del commercio attraverso l'abbattimento dei costi di sviluppo e presentazione del progetto distrettuale e promossa una campagna di comunicazione verso i cittadini.



Cooperazione ed imprenditorialità sociale	Avviato l'Osservatorio della cooperazione sociale e attuato il programma 2009-2010 a sostegno della responsabilità sociale di impresa e dei suoi strumenti di comunicazione (Bilancio sociale)
--	--

Principali indicatori di attività

Varese Moda, Varese orafi, Progetto Stampi e Mech-net – imprese partecipanti	Varese moda: 36 imprese Varese orafi: 12 imprese Progetto stampi: 5 imprese Mech-net: 13 imprese
Laboratorio Rfid – imprese accompagnate	30 imprese accompagnate in percorsi di sperimentazione RFID nello scorso triennio
Bando Search & Develop – imprese partecipanti al bando e al 7°PQ	3 PMI varesine partecipanti al bando 2 progetti ammessi al 7°PQ 1 progetto in fase di valutazione
Rete EEN – destinatari newsletter	1.190 destinatari
Sportello brevetti – brevetti depositati	463 (esclusi i marchi) (Agg. I sem 2010)
Sportello ambiente – MUD raccolti	18.438 (Agg. I sem 2010)
Distretti del commercio – Distretti sostenuti	12 distretti del commercio tra il 2009 e il 2010
Cooperazione ed imprenditorialità sociale – Imprese agevolate per il bilancio sociale	43 imprese cooperative

Risorse economiche

Consuntivo 2008	€ 2.516.508
Consuntivo 2009	€ 2.274.663

Obiettivo di sviluppo

Agenzie, consorzi, aggregazioni, distretti e meta-distretti, ATI, ATS e contratti di rete: le micro e le piccole imprese non crescono se non si uniscono. Il percorso è questo: l'unione fa l'innovazione. In tutti i campi: dalla tecnologia all'eco-sostenibilità, dalla finanza all'organizzazione, dal marketing all'export, dal commercio al dettaglio all'e-commerce, dalle produzioni agricole al turismo.

Proseguiranno i progetti di innovazione/aggregazione nei settori:

- high-tech e meccanica: aeronautica, automotive, meccanica, auto del futuro, logistica, RFid
- bio-tech: scienze per la vita,
- energy & environment : energy cluster, waste management, ecosostenibilità, energie alternative
- congress & leisure: distretti del commercio, rete dei negozi polifunzionali, green congress, turismo sostenibile,
- social responsibility: osservatorio cooperazione ed imprenditorialità sociale,

Particolare attenzione verrà data alle competenze dei soggetti partecipanti a questi processi di innovazione/aggregazione, tra cui quelle riferite al trasferimento tecnologico, alla valorizzazione della proprietà industriale, alla gestione dei rapporti di rete, alla trasversalità dell'innovazione in tutti i settori.

FORZE	DEBOLEZZE
<ul style="list-style-type: none"> - La presenza sul territorio di Università e Centri di ricerca crea le basi per proficue collaborazione e accordi di trasferimento tecnologico - La varietà del settore manifatturiero varesino e la numerosità delle imprese permette di selezionare ed aggregare imprese di diversi settori - L'esperienza di Camera di Commercio maturata sul tema delle aggregazioni è adeguata a orientare le imprese su percorsi innovativi - I processi di innovazione ed aggregazione coinvolgono imprese di comparti differenti, generando sinergie, spunti di crescita imprenditoriale e joint venture 	<ul style="list-style-type: none"> - Possibili rischi: eccessivo numero di esperienze di aggregazione e/o di iniziative di trasferimento tecnologico con il rischio di dispersione di risorse e sforzi, adesione superficiale delle imprese, difficile composizione degli interessi delle imprese, difficoltà di messa in rete e manutenzione delle relazioni nelle unioni già avviate - Mancanza di reali sostegni finanziari e giuridici alle aggregazioni/reti, soprattutto per l'impossibilità di individuare il soggetto responsabile - Il crescente interesse all'aggregazione tra imprese coincide con il periodo di crisi e potrebbe essere da quest'ultima strettamente dipendente, soprattutto per le micro e piccole imprese - L'aggregazione non è una strategia sostitutiva della crescita aziendale

Formazione e mercato del lavoro

Orientare ... per orientare lavoratori e imprenditori

“Le imprese chiedono tecnici, i varesini vanno al liceo” La Provincia, 12/9/2010. Gli studenti preferiscono i licei mentre cresce il numero di domande di lavoro del settore tecnico professionale che, si stima, siano 1300 ogni anno nella provincia di Varese.

Il titolo dell'articolo è la fotografia precisa del mercato del lavoro varesino e della sua possibile evoluzione, qualora non si intervenisse.

Le tradizionali attività di orientamento al lavoro e alle professioni, di alternanza scuola-lavoro e di formazione svolte da Camera di Commercio agiscono già nella direzione di facilitare l'incontro tra domanda e offerta di lavoro ma un intervento più mirato è indispensabile. Il supporto alla nuova imprenditorialità contribuisce a colmare il gap tra domanda e offerta di lavoro, agendo sul self employment ma le nuove imprese potrebbero crescere e offrire ancora lavoro ... e il cerchio non si chiuderebbe.

Cosa è stato fatto

Iniziative	Attuazione
Alternanza scuola e lavoro	A seguito della positiva esperienza precedente, è stata rinnovata la convenzione con 10 istituti tecnico-professionali e avviato il nuovo programma 2010/2011. Si è deciso di: allargare il numero di istituti scolastici coinvolti; sostenere gli insegnanti nel processo di attivazione dell'Alternanza e di avvio dell'Ufficio Placement; avvicinare gli allievi al lavoro concreto utilizzando i contesti aziendali come risorse integrative per il processo di apprendimento e di crescita.
Formazione abilitante	L'abilitazione di circa 800 persone in quasi tre anni dimostra l'interesse per i percorsi formativi offerti da Camera di Commercio. Si prevedono cambiamenti in funzione della modifica della normativa regionale.
Formazione multisetoriale	La rete di collaborazione con le associazioni di categoria per la formazione multisetoriale, oltre al successo di “pubblico”, ha visto la revisione della convenzione in ottica di funzionalità e flessibilità e l'utilizzo delle tecnologie informatiche per la gestione di corsi e iscrizioni
Punto Nuova Impresa e Progetto START	Prosegue l'attività di orientamento per i potenziali imprenditori, rafforzata da iniziative di informazione, formazione e coaching nel percorso di costituzione delle società.

Principali indicatori di attività

Alternanza scuola e lavoro – Istituti coinvolti	10 istituti coinvolti (agg. I sem 2010)
Formazione abilitante – Abilitazioni	815 abilitazioni (agg. I sem 2010)
Formazione multisetoriale – Attestati rilasciati	7020 attestati rilasciati (agg. I sem 2010)
Punto Nuova Impresa e Progetto START – potenziali neoimprenditori coinvolti	577

Risorse economiche

Consuntivo 2008	€ 673.130
Consuntivo 2009	€ 751.324

Obiettivo di sviluppo

Il percorso "Orientare ... per orientare lavoratori e imprenditori" si pone un triplice obiettivo:

- rafforzare l'attrattività delle professioni tecnico-specialistiche sia comunicando e diffondendo una immagine rinnovata di tali figure professionali ed imprenditoriali (artigiani, compresi), sia potenziando le azioni di orientamento degli studenti al bivio tra "liceo" e "scuola tecnico-professionale", sia incrementando la possibilità di stage e tirocini per gli studenti delle scuole superiori;
- valorizzare il ruolo degli istituti scolastici (professionali e non) quali promotori di esperienze di alternanza scuola e lavoro e del collocamento dei propri studenti, gestendo in modo efficiente ed in rete gli uffici placement e monitorando i percorsi di carriera;
- proseguire l'attività di formazione di lavoratori e imprenditori solo nelle aree di mercato della formazione in cui la specificità del know how della Camera di Commercio è un punto di forza/differenza e la normativa e le finalità istituzionali permettono di rispondere a domanda specifica, non soddisfatta o soddisfabile da altri agenti della formazione, pubblici e privati.

Trasversalmente, tre sono i criteri di attuazione del percorso: l'informatizzazione, il coordinamento a livello provinciale e il coaching di studenti, docenti, imprenditori ed istituti scolastici.

FORZE	DEBOLEZZE
<ul style="list-style-type: none"> - Il know how di Camera di Commercio su alcune tematiche imprenditoriali è un fattore di forza/differenziazione nell'offerta formativa rispetto ad altri competitor; - Promovaresse è un marchio conosciuto e riconoscibile sul mercato come soggetto formatore accreditato, qualificato ed imparziale - L'esperienza di Camera di Commercio maturata sul tema delle imprese e del loro sviluppo e le strette relazioni con le associazioni di categoria possono favorire la creazione di una rete per un'offerta di servizi di orientamento e formazione integrata - La presenza sul territorio di Istituti scolastici di ottima qualità, di due Università e di alcuni Centri di ricerca crea le basi per proficue collaborazioni e accordi - La positiva sperimentazione dell'alternanza scuola-lavoro con gli istituti tecnico-professionali - Non è ancora stata esplorata la strada della collaborazione con i Centri per l'Impiego e i Centri di Formazione Professionale 	<ul style="list-style-type: none"> - Possibili rischi: debole coordinamento tra Camera di Commercio, Provincia, Associazioni di Categoria, Istituti scolastici; adesione superficiale delle scuole, dei docenti e degli studenti ; difficile situazione organizzativa e finanziaria degli istituti scolastici tecnico-professionali - Mancanza di reali sostegni finanziari agli istituti scolastici e ai docenti che seguono i progetti di orientamento e alternanza - Presenza di molti concorrenti sul mercato della formazione – non delimitato territorialmente – con brand, know how e capacità di erogazione spesso superiore alla Camera di Commercio - "Il monopolio" di Camera di Commercio sui corsi abilitanti è minato dai recenti cambiamenti normativi per l'abilitazione professionale - Gli effetti dell'attività di orientamento e di formazione sono visibili solo nel lungo periodo

Internazionalizzazione

Dal LombardiaPoint al LombardiaPoint-Net

L'imperativo dei processi di internazionalizzazione in questa fase economica può essere ricondotto alla seguente proposizione: "Moltiplicare le opportunità di business, accrescere le competenze delle imprese per coglierle e utilizzare gli strumenti corretti per sfruttarle".

E' la combinazione dei tre elementi che risulta un fattore di rilancio su cui investire nel prossimo futuro. Per questo motivo, la rete diventa la struttura essenziale di offerta dei servizi di internazionalizzazione e il coordinamento del flusso di informazioni ed eventi che percorre questa rete un compito primario di Camera di Commercio per poter assistere ogni impresa con lo stesso livello di standard quali-quantitativo di servizio.

Cosa è stato fatto

Iniziative	Attuazione
Lombardia Point	Consolidata l'attività di formazione, informazione e assistenza alle imprese che hanno iniziato o iniziano percorsi di internazionalizzazione.
FARE	Completata l'attività di affiancamento degli export manager alle imprese aderenti al progetto. Completata la fase feedback
Auto del futuro	Alla fase di esplorazione ne è seguita una più specificamente formativa-informativa dedicata a mercati di interesse, che nel 2010 è sfociata in eventi promozionali rappresentati da incoming di buyer provenienti da mercati Europei, Svizzera, Canada.
Supporto finanziario all'export	Confermato l'utilizzo degli strumenti a supporto dell'export per imprese che partecipano a fiere all'estero, missioni, ricerca partner, ecc.

Principali indicatori di attività

Lombardia Point – Utenti serviti	26.511
FARE – Imprese accompagnate	20
Auto del futuro – imprese coinvolte	70
Supporto finanziario all'export – imprese agevolate	1446

Risorse economiche

Consuntivo 2008	€ 1.426.227
Consuntivo 2009	€ 1.749.559

Obiettivo di sviluppo

Il percorso “Dal LombardiaPoint al LombardiaPoint-Net” è volto ad ampliare ed arricchire la rete dei Lombardia Point (www.lombardiapoint.it) (su base provinciale o regionale) che potrebbe coinvolgere direttamente, oltre ai Servizi Attività internazionali delle Camera di Commercio e delle Aziende speciali, anche i corrispettivi servizi all'interno delle Associazioni di Categoria e di altri attori export pubblici o non profit.

La finalità è mettere a disposizione delle PMI un'offerta di servizi, assistenza ed informazione capillarmente diffusa, mirata e altamente qualificata, omogenea nei contenuti e negli standard qualitativi, frutto di un accordo/collaborazione tra i diversi attori dell'internazionalizzazione e costruita su un “knowledge sharing” ampio e forte.

La rete metterebbe anche a sistema, rafforzandoli, i tradizionali strumenti a supporto dell'internazionalizzazione: i contributi alle imprese e ai consorzi export, gli eventi (missioni, fiere, incoming, B2B), i servizi commercio estero, ecc.

FORZE	DEBOLEZZE
<ul style="list-style-type: none"> - Il potenziale di know how sull'internazionalizzazione di Camera di Commercio - La rete può svilupparsi su più direttive in funzione delle scelte degli attori pubblici o privati coinvolti ed in funzione dell'evoluzione delle dinamiche economiche - maggiore condivisione, confronto ed apprendimento di attori ed imprese utilizzatrici. - Il percorso è aperto a chiunque possa essere interessato a livello locale, regionale, nazionale. 	<ul style="list-style-type: none"> - Possibili rischi:duplicazione degli sportelli/interfacce/eventi, difficoltà di messa in rete e manutenzione delle banche dati, disomogeneità degli standard quali-quantitativi di servizio, mancato aggiornamento degli operatori. - Eventuali effetti negativi potrebbero portare i nodi della rete a non assumere responsabilità tecnica sull'assistenza fornita e quindi a “banalizzare” i contenuti della stessa. - Onerosità del percorso (ripetizione di interfacce e servizi, offerta non in grado di incrementare la domanda).

Regolazione e sviluppo dei mercati

Valorizzazione delle funzioni di controllo della Camera come fattori di crescita della responsabilità degli operatori nei rapporti commerciali e come strumento per assicurare la fede pubblica e la correttezza nelle transazioni

All'interno del programma pluriennale, le attività legate alla regolazione del mercato mirano ad offrire elementi di garanzia di trasparenza e correttezza delle relazioni, contribuendo a rendere più chiaro e intellegibile il contesto ambientale entro il quale gli attori del mercato (imprese e consumatori) muovono il loro agire economico. Si tratta di funzioni riconducibili alle forme di giustizia alternativa, alla tutela e regolazione di mercato), all'attività di metrologia legale e alla diffusione delle informazioni. Sono state messe in pratica varie e diverse iniziative, alcune delle quali sono sintetizzate nel riquadro sotto riportato, finalizzate a concretizzare questi obiettivi e adeguando contestualmente l'azione camerale alle novità normative nel frattempo intervenute (ad es.: d. lgs. 28/2010 per la riforma della mediazione civile e commerciale; decreto 5/7/2010 per i concorsi a premio).

Cosa è stato fatto

Iniziative	Attuazione
Ufficio Metrico	Verifiche prime e periodiche; prelievi di prodotti per il controllo nel settore orafa; verifiche ai laboratori accreditati; rilascio carte tachigrafiche
Vigilanza sui prodotti	Convenzione con Unioncamere Nazionale per l'attuazione del protocollo d'intesa Ministero dello Sviluppo Economico/Unioncamere per il rafforzamento delle attività di vigilanza sui prodotti
Raccolta e diffusione prezzi locali	Realizzazione e pubblicazione di listini prezzi semestrali informativi delle opere compiute per l'edilizia, rilevazioni annuali dei prezzi degli immobili, listino prezzi quindicinale dei prodotti petroliferi, listino prezzi annuale informativo dei materiali per l'edilizia
Manifestazioni a premi	Partecipazione del funzionario camerale a garanzia della regolarità della procedura di estrazione nell'ambito dei concorsi a premi e per la verbalizzazione delle chiusure degli stessi

Principali indicatori di attività

- n. verifiche metriche eseguite	5.898
- n. carte tachigrafiche rilasciate	3.806
- n. partecipazioni a concorsi a premi (assegnazioni e chiusure)	556
- n. controlli sui prodotti	252



- n. listini prezzi informativi delle opere compiute per l'edilizia	5
- rilevazioni dei prezzi degli immobili	3

Risorse economiche

Consuntivo 2008	€ 584.295
Consuntivo 2009	€ 646.990

Obiettivo di sviluppo

Attraverso la stipula della convenzione con Unioncamere Nazionale per l'attuazione del protocollo di intesa tra la stessa Unione e il Ministero dello Sviluppo Economico, la Camera di Commercio si propone di rafforzare e implementare l'attività legata alla sorveglianza sul mercato, con particolare riferimento alle competenze di verifica sulla sicurezza dei prodotti e sugli strumenti di metrologia legale, sulla base del contenuto della convenzione.

Le richieste da parte delle imprese di intervento del funzionario camerale per le operazioni di assegnazione e/o chiusura di concorsi a premi sono andate sensibilmente crescendo nel corso degli anni. La Camera è però riuscita, a parità di risorse, a garantire sempre una risposta positiva alla totalità delle richieste pervenute: l'obiettivo proposto è quindi quello di continuare a poter soddisfare il 100% delle domande.

Nell'ambito dell'ufficio prezzi, verrà proseguito il processo intrapreso per rendere completamente telematiche le modalità di rilevazione e di trasmissione dei valori rilevati da parte degli informatori.

FORZE	DEBOLEZZE
Avviato percorso di formazione in materia di verifiche metriche e sulla sicurezza prodotti	Molteplicità di normative tecniche con iter e termini procedurali diversificati
Significativa esperienza acquisita nell'ambito delle procedure per i concorsi a premi	Difficoltà a far conciliare i tempi previsti per le singole procedure con la crescente numerosità delle richieste
Positivo riscontro ed apprezzamento del prodotto da parte degli utilizzatori dei listini prezzi	Resistenza ad utilizzare le nuove modalità telematiche di rilevazione da parte di alcuni informatori

Regolazione e sviluppo dei mercati

La conciliazione: da procedura alternativa di giustizia a procedura obbligatoria

Le recenti novità normative (v. d. lgs. 28/2010 sulla riforma della mediazione civile e commerciale) hanno evidenziato l'importanza sempre maggiore che il legislatore intende dare agli strumenti alternativi di risoluzione delle controversie al fine di deflazionare il ricorso alla giustizia ordinaria, che non riesce a reggere il peso della quantità di procedimenti aperti.

In particolare, la conciliazione viene ad assumere un ruolo centrale in quanto la riforma, in attesa del decreto attuativo, prevede l'obbligatorietà del tentativo di conciliazione per un nutrito gruppo di materie significativamente importanti per qualità e quantità, tra cui le questioni di eredità, le successioni, le locazioni, il condominio, gli affitti d'azienda, la responsabilità medica, i risarcimenti RC auto.

Cosa è stato fatto

Iniziative	Attuazione
Conciliazione	Sottoscrizione del protocollo di intesa con Tribunale di Varese, Ordine degli avvocati di Varese, Ordine dei dottori commercialisti ed esperti contabili di Varese per la realizzazione del "Progetto Conciliamo"; incontri informativi sulla mediazione civile e commerciale; adesione all'appuntamento annuale della "Settimana nazionale dei servizi di Conciliazione delle Camere di Commercio"
Arbitrato	Sottoscrizione della convenzione con Camera Arbitrale di Milano per la gestione delle procedure arbitrali e la promozione dell'arbitrato; realizzazione di incontri sull'arbitrato.

Principali indicatori di attività

- n. procedure di conciliazione attivate	233
- n. procedure arbitrali attivate	11

Obiettivo di sviluppo

Si proseguirà nell'attuazione del contenuto del "Progetto Conciliamo", che prevede la gestione di un punto informativo all'interno del Tribunale di Varese da parte di un vincitore di borsa di studio, che possa fungere anche da punto di raccolta delle domande di conciliazione indirizzate agli organismi di conciliazione presenti nel territorio e liberamente scelti dalle parti richiedenti. Sono in corso contatti per estendere l'esperienza di collaborazione anche al territorio di Busto Arsizio, con la sottoscrizione di analogo accordo tra il Tribunale locale, ordine degli avvocati e ordine dei dottori commercialisti ed esperti contabili del circondario di Busto.

Appena verrà pubblicato il decreto attuativo delle riforma, si prevede inoltre di avviare le procedure per l'iscrizione della Camera di Commercio nel registro degli organismi che gestiscono le conciliazioni, tenuto dal Ministero della Giustizia.

Verrà proseguita la collaborazione con la Camera Arbitrale di Milano sia per la gestione delle procedure arbitrali, sia per la realizzazione di incontri formativi e divulgativi in tema di arbitrato.

FORZE	DEBOLEZZE
Significativa esperienza in materia di gestione di procedimenti conciliativi	Forte impatto quantitativo nella gestione delle procedure a seguito della prossima entrata in vigore della riforma
Stretto collegamento con Tribunale di Varese e ordine avvocati e commercialisti di Varese	Difficoltà di coordinare l'avanzamento del progetto di sviluppo della conciliazione già in essere a Varese, con le diverse esigenze del Tribunale e degli ordini di Busto

Registro delle Imprese

Dal Registro delle Imprese alla rete di Sportelli Unici

Nell'ambito del programma pluriennale la diffusione dell'e.government e la semplificazione amministrativa costituiscono un prioritario obiettivo strategico che con l'entrata a regime, da aprile 2010, della Comunicazione Unica al Registro delle Imprese con effetto anche ai fini fiscali, assistenziali e previdenziali, ha subito una decisa accelerazione. Per favorire il passaggio al nuovo sistema di trasmissione telematica, ora modalità esclusiva, è stato attivato un set di iniziative per assicurare formazione e assistenza tecnica ai grandi utenti (professionisti, intermediari, associazioni ecc) oltre all'attivazione di specifici protocolli d'intesa con le associazioni di categoria con l'obiettivo di fornire agli operatori economici un supporto tecnico-informatico per l'adempimento dei nuovi obblighi telematici. Nell'ambito delle funzioni anagrafico-certificative è, inoltre, confermato l'obiettivo del raggiungimento e mantenimento del tempo reale inteso come riduzione al minimo dei tempi di comunicazione fra impresa ed ente camerale. In questo senso il nuovo scenario di riferimento per l'attività dell'ente, orientato allo sviluppo di servizi virtuali, richiede da una parte l'adeguamento degli strumenti di informazione alle esigenze di tempestività, completezza e accessibilità, e dall'altra una nuova attenzione alle occasioni di contatto diretto con l'utenza in termini di ascolto, accoglienza, orientamento e di rilevazione di nuovi fabbisogni informativi.

Cosa è stato fatto

Iniziative	Attuazione
InfoPoint	Nel corso del 2010, anche a seguito dall'entrata in vigore della Comunicazione Unica d'impresa si è provveduto alla riorganizzazione dei servizi al pubblico sempre più "avamposti informativi" e luoghi di relazione, divulgazione e promozione.
Comunicazione Unica	Attivazione di strumenti per facilitare il passaggio alla modalità esclusiva di presentazione telematica delle pratiche al Registro Imprese assicurando il coordinamento con le altre amministrazioni coinvolte e garantendo il mantenimento del tempo reale (contact center, video corsi, help desk online, ecc.)
Comunica point	Sottoscritte convenzioni con le associazioni di categoria per la promozione di una rete di sportelli che forniscono assistenza alle imprese in fase di inoltro della Comunicazione Unica.
Formazione per l'e.gov.	Realizzazione di seminari e corsi di formazione sulla Comunicazione Unica per supportare le imprese e gli intermediari nell'utilizzo dei nuovi canali di comunicazione

Principali indicatori di attività

InfoPoint	Tempo medio di attesa < 5 min.
Convenzioni sottoscritte	16
ComUnica/Fedra: corsi di formazione/seminari	54
ComUnica: partecipanti ai corsi di formazione/seminari	1709
Pratiche evase in tempo reale	>90%

Risorse economiche

Consuntivo 2008	€ 1.555.420
Consuntivo 2009	€ 1.618.662

Obiettivo di sviluppo

- Cogliere le opportunità aperte dai recenti provvedimenti di riforma normativa tesi a coniugare semplificazione amministrativa, logiche di interoperabilità e univocità di canali di accesso ai servizi ponendosi quale soggetto "integratore di sistema" per favorire un reale processo di semplificazione amministrativa attraverso l'attivazione di una rete di Sportelli Unici (Registro Imprese, Sportelli Unici per le attività produttive, Agenzie per le imprese) che interagisca efficacemente con tutti i soggetti coinvolti nei processi di avvio di attività di impresa. La Camera di Commercio si propone quale naturale capofila, d'intesa con Regione e Comuni, di una struttura di governance della "rete di Suap" che integri e coordini i diversi soggetti pubblici e privati coinvolti nelle procedure, favorendo ricadute positive a vantaggio del sistema delle imprese in termini di riduzione al minimo dei tempi di comunicazione fra impresa e P.A. oltre che di omogeneizzazione e certezza delle procedure.

FORZE	DEBOLEZZE
Percorso di informazione e confronto con soggetti pubblici (Comuni, Asl, VVFF) e privati (ass. di categoria, ordini ecc.) già avviato;	Numerosità degli interlocutori che costituiscono la rete;
Avviato un modello di rete di sportelli (Comunica Point) ;	Iter e termini procedurali variegati;
Positivo riscontro da parte dei soggetti pubblici e privati coinvolti in fase sperimentale.	Presenza di sistemi informatici di gestione pratiche in capo ai diversi soggetti pubblici da rendere fra loro interoperabili:

- Porsi come ente all'avanguardia nell'offerta dei servizi online proseguendo nel contempo il percorso di sviluppo di processi e strumenti di comunicazione sempre più rivolti ad una relazione personalizzata che consenta agli imprenditori locali di rintracciare le informazioni e cogliere le opportunità correlate alle iniziative realizzate dall'ente.

FORZE	DEBOLEZZE
messa a disposizione di informazioni "integrate"	richiesta ancora elevata di servizi essenziali
segmentazione offerta di servizi	risposta debole alla richiesta di conoscenza dei fabbisogni informativi
punto strutturato di promozione dell'informazione	fruizione degli sportelli informativi anche da parte di soggetti non direttamente destinatari dell'informazione / servizio

Informazione economica

L'economia della conoscenza a supporto dell'economia reale

L'economia della conoscenza evidenzia i legami tra i processi di apprendimento, l'innovazione e la competitività, sempre più basata sul sapere e di conseguenza sulle risorse intangibili, sul know-how e sulle competenze distintive. L'economia reale è quindi fatta di scelte e le scelte sono il risultato dei processi di informazione, comunicazione e apprendimento che gli operatori economici avviano per agire consapevolmente.

Cosa è stato fatto

Iniziative	Attuazione
OsserVa	Attivato il portale virtuale dell'economia varesina in condivisione con gli operatori pubblici e istituzionali del territorio
Smail	Confermata la validità e l'utilizzo della banca dati, a sostegno di tutte le attività di informazione economica della Camera (Giornata Economia, Congiuntura)
Osservatorio Malpensa	Rinnovata la convenzione tra le Camere di Commercio, implementato il sito Comitato per Malpensa. Realizzato l'Osservatorio sul sistema aeroportuale e avviati nel 2010 due progetti: 1. opuscolo tascabile sui collegamenti attivi con Malpensa 2. indagine telefonica presso i cittadini e le imprese del bacino di Malpensa per sondarne le opinioni sui servizi offerti dall'aeroporto
Lombardia Nord Ovest	I contenuti sono ancor più orientati alla valorizzazione delle eccellenze locali con i racconti dei protagonisti del "sistema Varese". Si è, inoltre, scelto che i testi di approfondimento siano affidati a esperti, mentre quelli più legati alle case history a giornalisti locali. Si è attivata una targetizzazione più spinta in coincidenza con le specifiche tematiche affrontate da ciascun numero della rivista con spedizioni corredate da un testo di presentazione a firma del Presidente indirizzate a opinion leader. Inoltre alla mailing list di base sono stati aggiunti ristoranti e agriturismi di qualità.
Museoweb	Il progetto è stato presentato al pubblico e ai giornalisti. Nuovi casi aziendali, di particolare significato per la storia dell'economia varesina, sono stati inseriti nel database. Si è provveduto ad un restyling del sito rendendolo più user friendly.
Vareseconomia	È stato incrementato il bacino di utenza della newsletter raccogliendo le adesioni tramite la registrazione al sito camerale.
Sviluppo servizi multimediali	Si è arricchita l'offerta di servizi fruibili direttamente online con la possibilità di iscrizione diretta a seminari, eventi, corsi di formazione. È stato sviluppato anche un servizio di informazione tramite sms.

Principali indicatori di attività

Osserva – Frequenza di aggiornamento dei dati	Mensile, trimestrale e annuale.
Smal – Accessi alla banca dati	1.298 visite e 737 visitatori per 22.950 pagine visitate
Osservatorio Malpensa – Frequenza aggiornamento sito internet	Rassegna stampa quindicinale – anticipazione mensile con commento su dati Sea relativi al sistema trasporti aeroportuale di Milano - sito: 1168 visitatori, 1679 accessi, 9019 pagine visualizzate
Lombardia Nord Ovest	2 nuovi canali di divulgazione
Museoweb	47 imprese aderenti
Vareseconomia	È stato incrementato il bacino di utenza della newsletter raccogliendo le adesioni tramite la registrazione al sito camerale.
Sviluppo servizi multimediali	Si è arricchita l'offerta di servizi fruibili direttamente online con la possibilità di iscrizione diretta a seminari, eventi, corsi di formazione. È stato sviluppato anche un servizio di informazione tramite sms.

Risorse economiche

Consuntivo 2008	€ 414.760
Consuntivo 2009	€ 451.577

Obiettivo di sviluppo

La rapidità dei cambiamenti della società, dell'economia globale, delle persone richiede ai decision maker di analizzare, comprendere e prevedere - attraverso dati e ricerche e raffronti – opportune azioni di indirizzo e supporto delle imprese.

L'obiettivo del percorso "L'economia della conoscenza a supporto dell'economia reale" è di rendere questi dati ed informazioni fruibili al più ampio pubblico, in modo immediato, comprensibile, attendibile e soprattutto mirato agli specifici fabbisogni informativi e decisionali su canali adatti.

Processi decisionali informati sono la pre-condizione per una efficace azione di sviluppo del territorio da parte di Camera di commercio.

FORZE	DEBOLEZZE
<ul style="list-style-type: none"> - Il potenziale informativo di Camera di Commercio per ampiezza, varietà dei dati economici, tempestività di fruizione e accessibilità ad altre fonti - Camera di Commercio può essere il pivot dell'economia della conoscenza del territorio - sostanziale riconoscimento di Camera di Commercio come knowledge leader da parte di altri soggetti pubblici e privati - Ogni politica/programma/progetto avrebbe un proprio pacchetto di dati statistici o di ricerca 	<ul style="list-style-type: none"> - L'economia della conoscenza necessita di un continuo investimento in risorse umane, finanziarie e di consenso - Possibili rischi: duplicazione delle fonti e delle interfacce, errata interpretazione dei dati, difficoltà di messa in rete e manutenzione delle banche dati, mancata alimentazione e aggiornamento del sistema - Possibile mancanza di coerenza tra politiche/programmi/progetti decisi dalla Camera di Commercio e informazioni diffuse e comunicate all'esterno.

Marketing territoriale

Dal marketing turistico al marketing territoriale

Il marketing del territorio ha assunto un ruolo strategico nelle politiche di sviluppo locale all'interno di una visione d'insieme ampia e complessiva. Esso si concretizza da una parte nella realizzazione di attività rivolte all'offerta locale e alla promozione all'estero, dall'altra riguarda il coinvolgimento concreto e fattivo di istituzioni, pubblica amministrazione e tutti gli attori che operano sul territorio. Gli obiettivi di marketing territoriale – promuovere l'area della provincia di Varese, incrementare i flussi turistici, valorizzare e garantire la qualità dei prodotti – verranno quindi perseguiti anche grazie all'operatività dell'Agenzia del turismo, espressione di una politica di *marketing* turistico e territoriale comune e condivisa.

Cosa è stato fatto

Iniziative	Attuazione
Sostegno allo start up del Consorzio turistico	Si è giunti al secondo anno di sostegno allo start up del Consorzio turistico con buoni risultati ottenuti rispetto ai programmi di sviluppo presentati.
Costituzione dell'Agenzia del turismo	L'Agenzia è stata costituita nell'aprile 2009 e sta compiendo il suo periodo di rodaggio, acquisendo visibilità sul territorio. Si è in attesa del piano e del programma strategico per il 2011.
Green congress e turismo sostenibile	Si è sviluppata una particolare vocazione turistica nel settore congressuale che potrebbe caratterizzare l'offerta del territorio. Alcune azioni di sperimentazione sono confluite in un progetto di sistema finanziato dalla Regione Lombardia e dall'inserimento della tematica della sostenibilità quale fattore rilevante del rinnovo del Sistema Turistico Varese Land of Tourism
Valorizzazione produzioni locali	Sono state realizzate iniziative di promozione delle produzioni locali nei principali contesti fieristici locali e nazionali; azioni di valorizzazione e tutela della qualità delle produzioni agroalimentari tipiche (vino dei Ronchi IGT, Miele varesino, asparagi di Cantello)

Principali indicatori di attività

Sostegno allo start up del Consorzio turistico – Valore del sostegno	€ 550.000 per lo start up (agg. I sem 2010)
Costituzione dell'Agenzia del turismo – data di costituzione	12 maggio 2009
Green congress e turismo sostenibile – Iniziative sul tema organizzate	1 laboratorio Filiera Turistica Integrata 1 progetto Cast 5 seminari formativi rivolti agli operatori del settore 1 convegno su Marchi Ospitalità italiana e Ecolabel 2 network di operatori che hanno sottoscritto la carta del turismo "ecosostenibile" 1 progetto di sistema su Green Meeting

Promozione fieristica produzioni Partecipazione a:
agroalimentari locali

Artigiano in Fiera, Mipam, Agrivarese, Bit, Art-Art, Fiera Varese,
Mondiali ciclismo di Stoccarda, Mondiali ciclismo Varese.

Risorse economiche

Consuntivo 2008 € 1.826.116

Consuntivo 2009 € 1.332.321

Obiettivo di sviluppo

Combinando le anime del nostro territorio e della nostra economia (paesaggi naturali e imprenditorialità diffusa), il territorio e il sistema economico avvieranno un percorso "Dal marketing turistico al marketing territoriale" improntato ai temi della sostenibilità, dell'apertura internazionale e dell'offerta specializzata e modulare.

Camera di Commercio:

- supporterà l'Agenzia del Turismo nelle iniziative promozionali per migliorare la visibilità, l'attrattività e l'apertura del territorio in termini di attrazione di grandi eventi e di nuovi flussi di turisti internazionali
- sosterrà lo sviluppo e l'integrazione della filiera congressuale, stimolando gli imprenditori ad adottare comportamenti sostenibili e a valorizzare il connubio tra natura e business, congress e post congress, leisure e congress.
- promuoverà la riqualificazione delle strutture della filiera turistica attraverso il supporto verso la certificazione ambientale e l'adozione di forme di risparmio energetico.

L'apertura internazionale potrà essere letta sia in termini di accoglienza di flussi di persone (turisti e lavoratori) ma anche di beni, servizi e conoscenze (export, ricerca, formazione) e di capitali (infrastrutture ed investimenti produttivi), anche in funzione della preparazione del territorio ad accogliere gli eventi e gli investimenti di EXPO 2015.

FORZE	DEBOLEZZE
<ul style="list-style-type: none"> - La struttura della governance del sistema turistico Varese Land of Tourism è completa: Provincia, Camera di Commercio, Agenzia del turismo e Consorzio turistico - Territorio che si presta alla costruzione di numerosi percorsi vocazionali molto specifici e mirati - Buona disponibilità di risorse finanziarie ed umane 	<ul style="list-style-type: none"> - Scarsa condivisione e coordinamento strategico non funzionale al riconoscimento del brand del sistema turistico - Alcuni rischi sintomatici sono possibili: duplicazione di decisioni, programmi, iniziative con il rischio di dispersione di immagine, risorse e sforzi; difficoltà di messa in rete e manutenzione delle relazioni tra gli attori, disomogeneità degli standard quali-quantitativi di servizio turistico, eccessiva concorrenza interna anziché esterna - Sul territorio, la provincia non è ancora percepita come meta turistica

Infrastrutture

Un nuovo concetto di mobilità: dalle parole ai fatti

Il gap infrastrutturale del nord della Lombardia rispetto ad altre aree sviluppate dell'Europa unita è ormai unanimemente riconosciuto: compito delle istituzioni ai vari livelli di governo - nazionale, regionale e locale - è di agire perché la situazione possa migliorare, in una generale tensione verso un concetto di mobilità sostenibile, contribuendo sia all'innalzamento della qualità della vita degli abitanti, sia al rafforzamento della competitività del sistema delle imprese. In questo contesto il ruolo della Camera di Commercio, che non ha competenze dirette in materia di pianificazione territoriale, deve essere quello di proposta, studio e affiancamento delle istituzioni nel percorso di realizzazione dei progetti infrastrutturali.

Cosa è stato fatto

Iniziative	Attuazione
Autostrada regionale Varese-Como-Lecco	Realizzazione dello studio di fattibilità in collaborazione con Associazioni di categoria, Camere di Commercio, Regione
Bretella Gasparotto-Borri (tangenziale sud di Varese)	Compartecipazione al finanziamento dell'opera (nell'ambito dell'AQST – Accordo Quadro di Sviluppo Territoriale)
Progetto “La Lombardia si fa strada, la strada fa società”	Realizzazione di iniziative culturali e di raccolta del consenso nell'ambito del più grande cantiere stradale della Lombardia
Contributi per la mobilità sostenibile	Bando “Logistica sostenibile” (nell'ambito dell'Accordo di Programma per la competitività)

Principali indicatori di attività

Realizzazione dello studio di fattibilità della Varese-Como-Lecco (oltre 200 elaborati)	
Allestimento della mostra “Autostrada Pedemontana Lombarda, il Viale della Lombardia: una strada per la città infinita” in occasione della Giornata dell'economia 2009	
Bando “Logistica sostenibile”	- 2 aggregazioni di imprese finanziate in provincia di Varese
	- 10 imprese del territorio partecipanti alle aggregazioni
	- 86.000 euro contributo medio per ciascuna aggregazione finanziata

Risorse economiche

Consuntivo 2008	€ 164.558
Consuntivo 2009	€ 412.424

Obiettivo di sviluppo

Il territorio non può più aspettare e dunque occorre impegnarsi a livello istituzionale per arrivare a concretizzare le numerose iniziative finora rimaste allo stadio progettuale (superando le opposizioni ideologiche e passando appunto “dalle parole ai fatti”); occorre concentrarsi su pochi obiettivi qualificanti e raggiungibili (nel caso della Camera di Commercio di Varese, il collegamento autostradale insubrico con Como e Lecco e la bretella Gasparotto-Borri, importante per completare il sistema di tangenziali del capoluogo).

Il ruolo dell'ente camerale può spaziare dall'attività di studio e di analisi costi-benefici per il territorio - utile per supportare le decisioni in materia di pianificazione territoriale - all'intervento diretto, attraverso lo strumento della partecipazione ai soggetti promotori (società di capitali) e il contributo a operazioni innovative di cattura del valore.

FORZE	DEBOLEZZE
Ruolo riconosciuto della Camera di Commercio come promotore dello sviluppo infrastrutturale	Scarsità di risorse in relazione alla complessità ed onerosità degli interventi infrastrutturali
Capacità di attivare positive sinergie con gli altri attori istituzionali (Provincia, Regione, Comune)	Frammentazione dei livelli decisionali (Governo nazionale, Regione, Province, Comuni)
Attenzione generale e interesse per lo sviluppo di una mobilità sostenibile	

Progetti speciali

Expo 2015

Expo 2015 costituisce un evento sul quale gli operatori economici pongono molte attese. Al fine di riportare le attese alle reali opportunità di sviluppo dell'economia del territorio, sono stati predisposti due documenti strategici:

- Piano di inquadramento del Sistema economico di Varese per l'Expo universale di Milano 2015",
- Master Plan delle attività 2010/2011

Cosa è stato fatto

Iniziative	Attuazione
EXPO 2015	Realizzato il Piano di inquadramento del sistema economico di Varese e Masterplan delle attività 2010-2011. Avviati i tavoli tecnici con gli stakeholder del territorio e condivisione del piano di inquadramento.

Principali indicatori di attività

EXPO 2015 – Documenti strategici elaborati	Piano di inquadramento del Sistema economico di Varese per l'Expo universale di Milano 2015" Master Plan delle attività 2010/2011
EXPO 2015 – Incontri effettuati	2 incontri con Associazioni di categoria, Università e Centri di Ricerca e altri stakeholder 10 incontri del gruppo di lavoro

Risorse economiche

Consuntivo 2008	€ 57.016
Consuntivo 2009	€ 42.983

Obiettivo di sviluppo

La Camera di Commercio di Varese valorizzerà i principali spunti contenuti nel "*Piano di inquadramento del Sistema economico di Varese per l'Expo universale di Milano 2015*", che è stato presentato, contestualizzato ed arricchito grazie al contributo degli stakeholder del territorio.

Alcuni servizi dell'ambito strategico Innovazione imprenditoriale verranno potenziati in una logica "Expo-oriented". Ad esempio, verrà promosso uno strumento attualmente poco conosciuto, che è utilizzato dalla società Expo 2015 S.p.A. per svolgere procedure d'acquisto interamente per via telematica (piattaforma e-Procurement). Si proseguirà, poi, con il potenziamento di sistemi informativi da mettere in atto per una tempestiva comunicazione alle imprese delle diverse opportunità di collaborazione (per lavori, forniture e servizi, come sponsor principali/tecnici/ufficiali).

Il masterplan definitivo di Expo 2015 S.p.A. dovrebbe essere approvato dal BIE (Bureau International des Expositions) a fine novembre 2010. Solo con l'avvio della piena operatività, sarà possibile valutare,

progettare e realizzare (sempre grazie ad un continuo confronto con gli stakeholder del territorio) le altre iniziative collegate alla fase preparatoria dell'esposizione universale.

FORZE	DEBOLEZZE
<ul style="list-style-type: none">- Expo 2015 costituisce in sé una opportunità per tutti i settori dell'economia, turismo in primis	<ul style="list-style-type: none">- La mancanza di condivisione e coordinamento strategico rischia di generare disillusione in alcuni settori dell'economia (manifatturiero) sull'effettiva potenzialità dell'evento e a presentare il territorio in modo non unitario ed efficace- Non ci sono risorse disponibili per supportare iniziative di pubblico o privato aggiuntive a quelle del programma ufficiale