

Registrazione Tribunale
di Firenze n. 3790
del 29/12/1988

Direttore Responsabile:
Franco Natali



IMPRESA TOSCANA

Impresa Toscana - Periodico di informazione sulla dinamica regionale delle imprese edito da Unioncamere Toscana

Redazione: Unioncamere Toscana, Via Lorenzo il Magnifico 24 - Firenze - 055 4688.1 - www.tos.camcom.it

Gli studi e le rilevazioni economiche curate dal Sistema camerale toscano



**Dicembre
2020**



Indice

- **Al via le iscrizioni alla XXIX edizione dell'Ercole Olivario**
Il prestigioso concorso dedicato alle eccellenze olearie italiane
- **Brexit: istruzioni per l'uso**
Dal 1° gennaio la Gran Bretagna uscirà definitivamente dall'Unione Europea, diventando a tutti gli effetti uno Stato terzo
- **Cinque imprese artigiane pisane all'edizione Online di "AF Live"**
Le imprese pisane potranno vendere i loro prodotti di punta sulla piattaforma digitale dell'evento aperta per un intero anno
- **L'export nelle province di Arezzo e Siena nel terzo trimestre 2020**
- **Sistema camerale, le linee di intervento per il 2021**
Il programma si aggiunge alle iniziative già realizzate quest'anno dalle Camere di Commercio per aiutare gli imprenditori a fronteggiare la più grave crisi dal dopo guerra
- **La Camera di Commercio della Maremma e del Tirreno a lezione di "Organizzazione snella"**
Ridisegnata la mappa dei processi lavorativi

Registrazione Tribunale di Firenze n. 3790
del 29 / 12 / 1988

Direttore Responsabile Franco Natali



Al via le iscrizioni alla XXIX edizione dell'Ercole Olivario

Il prestigioso concorso dedicato alle eccellenze olearie italiane

È iniziata la campagna iscrizioni alla **XXIX° edizione dell'Ercole Olivario 2021**, il prestigioso concorso dedicato alle eccellenze olearie italiane, organizzato dall'Unione Italiana delle Camere di Commercio in collaborazione con la Camera di Commercio di Perugia, il Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali ed il Ministero dello Sviluppo Economico, che terminerà il **4 febbraio 2021**.

Anche questa sarà un'edizione contrassegnata dalla parola novità. Due sono le menzioni di merito aggiunte quest'anno tra i riconoscimenti che saranno assegnati: la Menzione di Merito **Impresa Donna** che sarà assegnata a tutte le imprese femminili che abbiano superato il punteggio 75/100 e la Menzione di Merito **Impresa Digital Communication** volta a valorizzare le imprese che investono nello sviluppo della cultura digitale. Inoltre in occasione dell'Ercole Olivario 2021, grazie alla collaborazione con i principali attori della filiera agricola, verranno organizzati degli incontri formativi dal mese di marzo 2021, rivolti a tutte le aziende aderenti al concorso.

Altra importante novità rivolta agli oli finalisti, sarà la possibilità di entrare a far parte del programma promozionale all'estero che il Comitato di coordinamento sta progettando insieme ad Agenzia ICE. Il Premio Ercole Olivario è infatti riconosciuto dall'ICE (Istituto per il Commercio Estero), come ambasciatore dell'olio e.v.o. italiano nel mondo, per tale ragione i vincitori e i finalisti saranno protagonisti di azioni promozionali e di incontri con buyer italiani e stranieri, che si terranno in diverse fiere o eventi di settore in Italia e all'estero. Non mancheranno poi momenti promozionali con degustazione degli oli vincitori in varie piazze d'Italia, in occasione di eventi e nelle più importanti fiere dedicate alle eccellenze del Made in Italy.

Per il 2021 potranno accedere alle selezioni nazionali, in programma dal 12 al 16 aprile in Umbria, massimo 110 oli, che abbiano ricevuto un punteggio minimo di 70/100 nelle selezioni regionali. Nella fase conclusiva, a livello nazionale invece, a ricevere l'ambito Tempietto di Ercole Olivario saranno esclusivamente le etichette finaliste che otterranno almeno 75/100 punti e che si contenderanno i premi e le menzioni speciali.



Il concorso Ercole Olivario, che si contraddistingue da sempre per il rigore e la selezione della qualità degli oli premiati, per questa edizione 2021 premierà soltanto il primo classificato di ciascuna delle due categorie in gara (DOP/IGP ed EXTRA VERGINE) per le tipologie fruttato leggero, fruttato medio e fruttato intenso. A decretare i vincitori assoluti sarà una giuria nazionale, composta da 16 esperti degustatori provenienti da altrettante regioni italiane, capitanata da Alfredo Marasciulo nuovo capo panel per il biennio 2021 - 2022.

Gli altri riconoscimenti del 2021 saranno:

la Menzione di Merito **Giovane Imprenditore**, che si rinnova e questo anno andrà ai migliori titolari under 40 degli oli ammessi in finale con un punteggio superiore a 75/100;

il Premio Speciale **Amphora Olearia**, all'olio finalista che recherà la migliore confezione (secondo i parametri stabiliti dal regolamento);

la Menzione Speciale "Olio Biologico", al prodotto certificato a norma di legge, che otterrà il punteggio più alto tra gli oli biologici finalisti;

la Menzione "**Olio Monocultivar**", dedicata all'olio monocultivar che ha ottenuto il punteggio più alto;

la Menzione di Merito Impresa Donna dedicata alla valorizzazione ed incentivazione delle imprese femminili arrivate in finale e che abbiano superato il punteggio di 75/100;

la Menzione di Merito **Impresa Digital Communication** alle realtà aziendali che investono nella comunicazione e nello sviluppo della cultura digitale;

il Premio **Leikithos**, un riconoscimento che sarà consegnato alla personalità straniera in prima linea nella diffusione della conoscenza dell'olio di qualità italiana all'estero, un premio rivolto a chi si è fatto ambasciatore all'estero e che viene stabilito in collaborazione con l'ICE e le Camere di Commercio italiane all'estero.

Per partecipare al Premio - riservato agli oli ottenuti esclusivamente da olive italiane – c'è tempo fino al 4 febbraio 2021. E' possibile iscriversi attraverso la piattaforma <https://www.planbweb.it/ercoleolivario/> , che consentirà di inviare la domanda in tempo reale o in alternativa inviando la domanda di partecipazione a ercoleolivario@pg.camcom.it (Regolamento completo sul sito <http://www.ercoleolivario.it/index.php/concorso/come-si-partecipa/chi-e-come-puo-partecipare>).

Franco Natali



Brexit: istruzioni per l'uso

Dal 1° gennaio la Gran Bretagna uscirà definitivamente dall'Unione Europea, diventando a tutti gli effetti uno Stato terzo

Al termine del countdown di Capodanno il Regno Unito sarà ufficialmente fuori dal mercato unico europeo, con conseguenti limitazioni alla libertà di movimento di persone, beni e servizi.

A questo proposito, il portale della Commissione europea, aggiornato costantemente su come prepararsi alla fine del periodo di transizione, riporta gli avvisi sui preparativi per il settore fiscale e doganale.

In più, la Commissione europea ha stilato una "Brexit Readiness Checklist" per agevolare le imprese di Ue e Uk che, a prescindere dal risultato dei negoziati, dovranno adattarsi alle **nuove disposizioni in vigore dal 1° gennaio 2021**.

I certificati rilasciati dalle autorità del Regno Unito non saranno più validi per l'immissione di prodotti e servizi sul mercato dell'Unione. Ciò è particolarmente rilevante per il **settore finanziario, dei trasporti e dell'energia**. Cesseranno di applicarsi, ad esempio, le autorizzazioni a fornire servizi finanziari nell'Ue a partire dal Regno Unito e la Commissione consiglia alle imprese di prepararsi di conseguenza.

Per maggiori informazioni su **certificati di origine delle merci e Carnet ATA** per il Regno Unito si consiglia di scaricare le informazioni fornite da Unioncamere.

Sul portale WorldPass è stato pubblicato materiale illustrativo (schede di approfondimento e video) realizzato dall'Agenzia ICE, anche in collaborazione con l'Ambasciata italiana a Londra, utile alle imprese che continueranno ad intrattenere relazioni con partner commerciali inglesi.

Antonella Berti



Cinque imprese artigiane pisane all'edizione Online di "AF Live"

Le imprese pisane potranno vendere i loro prodotti di punta sulla piattaforma digitale dell'evento aperta per un intero anno

E' sempre stato il periodo natalizio quello in cui, nel polo fieristico di Fieramilano Rho-Pero, andava in scena la kermesse "AF L'Artigiano in Fiera": una delle più importanti manifestazioni del settore a livello mondiale nata per valorizzare l'artigianato e le sue creazioni, la bellezza e il valore delle arti e dei mestieri. Evento che, per la sua importanza, la Camera di Commercio di Pisa ha frequentato fino all'anno scorso a fianco degli artigiani pisani.

Nell'anno del Covid 19 ed in considerazione dell'evoluzione della situazione epidemiologica, l'evento, giunto alla 25a edizione, si è riproposto in forma completamente digitale, diventando "AF Live", in una veste non meno accattivante per i visitatori e non meno interessante per gli artigiani.

La Camera di Commercio di Pisa si è fatta trovare pronta all'appuntamento sostenendo finanziariamente la partecipazione di cinque imprese artigiane operanti nella provincia di Pisa che sono presenti sulla "vetrina digitale" della manifestazione che si è svolta dal 28 novembre al 20 dicembre, con piattaforma digitale multicanale, fruibile da Smartphone Tablet e PC, che resterà attiva per la vendita online nei prossimi dodici mesi. Un ambiente inedito, grazie alle applicazioni multimediali di alto livello, che riesce a valorizzare adeguatamente quegli elementi di unicità e qualità che contraddistinguono le produzioni artigianali. Le imprese si fanno inoltre portavoce del territorio delle Terre di Pisa grazie a foto e video che raccontano la loro storia, le peculiarità dei processi di produzione artigianale, il valore della manodopera e dei materiali utilizzati.

I numeri rilevantissimi dei contatti potenziali che la fiera può esprimere avranno anche un risvolto concreto immediato: le imprese pisane infatti potranno vendere direttamente sulla piattaforma di Artigiano in Fiera Live, attraverso un sistema di e-commerce con logistica integrata, fino a 5 prodotti di punta per ognuna: quelli maggiormente rappresentativi della propria produzione e testimoni attendibili della nostra specificità territoriale



Le imprese partecipanti:

Arte Pietra S.r.l. (Cenaia- Crespina Lorenzana) nata nel 1998 l'impresa si distingue nel realizzare interni ed esterni in Marmo e Pietra Naturale per essere un supporto indispensabile allo sviluppo del design italiano. Pavimenti, rivestimenti, sculture ed elaborati su misura sono le produzioni di punta.

Etruria Alabastri di Volterra (Volterra) impresa che, seguendo la lunga tradizione volterrana della lavorazione dell'alabastro, produce complementi d'arredo come lampade, set da bagno, scacchiere, scatole, cornici e articoli a mosaico unici e originali.

Antico Pastificio Morelli (San Romano – Montopoli in Val d'Arno) impresa che fin dal 1860 produce artigianalmente paste secche sia classiche che particolari, frutto di un'accurata scelta della migliore semola italiana e Toscana.

Machiavelli Pelletteria (Pisa) da 45 anni si occupa di produzione e vendita di accessori moda in pelle.

Salumificio Mancini Adriana (San Miniato). L'azienda si tramanda da tre generazioni con produzioni che seguono antiche consuetudini e ricette artigianali, ponendo particolare attenzione nella scelta di carni, lavorazione e stagionatura. Può vantare il riconoscimento dell'Associazione Italiana Celiachia e dalla Spiga Barrata Service per i prodotti privi di latte, derivati e glutine.

Alberto Susini





L'export nelle province di Arezzo e Siena nel terzo trimestre 2020

Nel terzo trimestre 2020 il valore complessivo delle esportazioni della **provincia di Arezzo** si è attestato a poco più di 3 miliardi di euro, in crescita del +22,1% rispetto allo stesso periodo del 2019. Il bilancio dei primi nove mesi dell'anno si chiude a oltre 7,7 miliardi di esportazioni con una crescita del 17,9% rispetto al 2019.

*“In questo terzo trimestre – ha commentato il Presidente **Massimo Guasconi** – assistiamo, dopo le difficoltà dei mesi precedenti, ad una sorta di rimbalzo delle nostre esportazioni. Si tratta di un andamento per certi versi atteso avendo avuto, dopo la crisi mondiale derivante dalla prima ondata della pandemia, una sorta di mini-ripresa nel trimestre luglio/settembre che ha condizionato positivamente gli scambi internazionali almeno per alcuni settori. Nel caso di Arezzo come sempre si registra una sorta di anomalia rispetto alla tendenza nazionale dovuta alla particolare composizione dell'export provinciale, i cui valori sono fortemente condizionati dalla componente dei metalli preziosi e dei prodotti della gioielleria. Anche il terzo trimestre non fa eccezione: i metalli preziosi sfiorano nel trimestre i 2 miliardi di euro ed arrivano a rappresentare quasi i due terzi del totale dei flussi verso l'estero (65%). In termini tendenziali si registra un aumento del 45,4% che ha chiaramente condizionato in maniera rilevante il dato complessivo che, nei primi nove mesi del 2020, si attesta a quasi 5 miliardi di euro, in aumento del 62,7% rispetto al 2019. L'aumento del prezzo dell'oro contribuisce in maniera importante ma non determinante alla definizione di questi risultati: le quotazioni del metallo prezioso sono infatti cresciute del 23,2% nel terzo trimestre del +27% nel periodo gennaio – settembre. Il settore orafo, al contrario, nonostante la robusta spinta del prezzo dell'oro, accusa un calo delle vendite all'estero del 23,8% nel terzo trimestre e del 39,3% nei primi nove mesi dell'anno. In difficoltà tutti i principali mercati di riferimento: gli Emirati Arabi accusano una perdita del 59% nel terzo trimestre e del 56,5% nei primi nove mesi dell'anno. Simile l'andamento del secondo mercato, Hong Kong (-44% nel trimestre e -52% nei nove mesi). Gli Stati Uniti riescono a contenere meglio le perdite che si attestano al 2% nel terzo trimestre e al 17% nei nove mesi.”*



*“Pur con la preoccupante eccezione della gioielleria e di altri settori in sofferenza – ha evidenziato il Segretario generale della Camera di Commercio **Marco Randellini** – il dato del terzo trimestre è complessivamente un dato soddisfacente. Merito anche del terzo macro settore più importante per le nostre esportazioni, la moda, che dopo un primo semestre decisamente critico, nel periodo luglio-settembre fa registrare un rimbalzo del 46,8%. Una crescita che, comunque, non recupera completamente quanto perso in precedenza e che fa chiudere il bilancio dei primi nove mesi dell’anno con una flessione del 4,1%. All’interno del comparto per l’abbigliamento (+57,8% nel trimestre e +5,1% nei 9 mesi) e la pelletteria (+66,4% nel trimestre e +6,4% nei 9 mesi) il recupero è più pronto rispetto alle calzature (+16,8% nel trimestre e -24,8% nei 9 mesi) e soprattutto al tessile (-27,8% nel trimestre e -38,4% nei 9 mesi). Occorre però evidentemente attendere gli esiti dei prossimi mesi per comprendere le ripercussioni della seconda ondata di pandemia sui mercati di interscambio dove peraltro pesano anche altre incognite. Si dovrà infatti tener conto delle nuove strategie dell’economia cinese essendo stato individuata nel Piano quinquennale 2021-2025, tra i principali obiettivi, la crescita delle produzioni interne ad alto valore aggiunto che sono poi quelle su cui si incentra l’export italiano. Sarà poi necessario valutare, in tempi più prossimi, le conseguenze derivanti dagli accordi sulla concorrenza che accompagneranno l’uscita definitiva del Regno Unito dalla UE prevista per il prossimo 31 dicembre. Una situazione quindi in evoluzione che può presentare ulteriori penalizzazioni per alcune delle nostre esportazioni.”*

Fra gli altri settori, nel terzo trimestre sono in crescita: agricoltura (+2,6%), prodotti alimentari (+9,3%), bevande (+14,7%), legno e prodotti in legno (+6%), prodotti farmaceutici (+10,7%), articoli in gomma e plastica (+13,7%), elettronica (+5,5%), macchinari (+26,1%), autoveicoli e altri mezzi di trasporto (+1,6%).

Negli altri settori la crisi ha lasciato ancora il segno: prodotti di carta (-10,2%), prodotti chimici (-7,5%), altri prodotti della lavorazione dei minerali non metalliferi (-24%), prodotti in metallo (-20,5%), apparecchiature elettriche (-26,6%), mobili (-25,9%).

Passando ad analizzare l’export della **provincia senese** nel terzo trimestre 2020, il valore complessivo delle operazioni è aumentato complessivamente di circa 60 milioni di euro, attestandosi a circa mezzo miliardi di euro, il 14,3% in più rispetto allo stesso periodo del 2019. Il bilancio dei primi nove mesi dell’anno si chiude in positivo con quasi 1,4 miliardi di esportazioni ed una crescita del 3% rispetto allo stesso periodo del 2019.



*“In questo terzo trimestre – ha commentato il Presidente **Massimo Guasconi** – assistiamo, dopo le difficoltà dei mesi precedenti, ad una sorta di rimbalzo delle nostre esportazioni: la quasi totalità delle specializzazioni presenta infatti un segno positivo, con la sola eccezione di legno e prodotti in legno (-11,3%) e apparecchiature elettriche (-10,8%). Si tratta di un andamento per certi versi atteso avendo avuto, dopo la crisi mondiale derivante dalla prima ondata della pandemia, una sorta di mini-ripresa nel trimestre luglio-settembre che ha condizionato positivamente gli scambi internazionali. Dovremmo attendere comunque i dati del quarto trimestre 2020 e quelli dei primi mesi del 2021 per comprendere a pieno quali siano stati effettivamente le conseguenze del Covid 19 sulle transazioni internazionali e quindi le ricadute sul sistema economico locale”.*

*“A fronte di una contrazione particolarmente rilevante del commercio mondiale – ha poi sottolineato il Segretario Generale della Camera di Commercio **Marco Randellini** – il dato del terzo trimestre, con i principali settori provinciali in positivo, costituisce un segnale importante, soprattutto se consideriamo che è positivo anche il ben più rappresentativo confronto “anno su anno”. Occorre però evidentemente attendere gli esiti dei prossimi mesi per comprendere le ripercussioni della seconda ondata di pandemia sui mercati di interscambio dove peraltro pesano anche altre incognite. Si dovrà infatti tener conto delle nuove strategie dell’economia cinese essendo stato individuata nel Piano quinquennale 2021-2025, tra i principali obiettivi, la crescita delle produzioni interne ad alto valore aggiunto che sono poi quelle su cui si incentra l’export italiano. Sarà poi necessario valutare, in tempi più prossimi, le conseguenze derivanti dagli accordi sulla concorrenza che accompagneranno l’uscita definitiva del Regno Unito dalla UE prevista per il prossimo 31 dicembre. Una situazione quindi in evoluzione che può presentare ulteriori penalizzazioni per alcune delle nostre esportazioni.”*

Nel periodo luglio-settembre 2020 si registrano quindi ottime performance per i settori più importanti a livello provinciale: i prodotti farmaceutici, dopo la pausa del secondo trimestre, riprendono a correre mettendo a segno un incremento del 27,1% delle esportazioni che porta il saldo dei primi nove mesi a 375 milioni di euro (+42,3%).



Anche il comparto della camperistica presenta un eccellente risultato : le esportazioni, infatti, crescono nel terzo trimestre dell'11,5%. Si tratta però di una ripresa non sufficiente a compensare le flessioni subite nei primi sei mesi: il bilancio consuntivo dei primi nove mesi si chiude infatti con un "rosso" di 64 milioni di euro ed una flessione tendenziale del 20,8%.

Il vino mette a segno nel terzo trimestre un moderato incremento delle vendite all'estero pari all'1%, toccando quasi i 79 milioni di contro valore. Positivo anche il bilancio dei nove mesi, attestandosi a oltre 237 milioni di euro in crescita dello 0,9% rispetto al 2019.

I macchinari, pur crescendo dell'1,1% nel terzo trimestre, non riescono a recuperare le perdite subite nel primo semestre dell'anno, chiudendo così i primi nove mesi del 2020 con il segno negativo (-20,8%).

Ed in fine, i prodotti alimentari, fiore all'occhiello del territorio, presentano al contrario un andamento molto brillante sia nel trimestre in esame (+46%) che nel periodo gennaio-settembre (+38%).

Tutti i restanti settori presentano un andamento positivo: fra i principali possiamo citare gli altri prodotti della lavorazione dei minerali non metalliferi (+5,6%) e l'insieme delle attività della moda (+73,7%).

Eliseo Brocherel





Sistema camerale, le linee di intervento per il 2021

Il programma si aggiunge alle iniziative già realizzate quest'anno dalle Camere di Commercio per aiutare gli imprenditori a fronteggiare la più grave crisi dal dopo guerra

Al via il programma di azione del sistema camerale per il 2021. Il piano è suddiviso in 12 linee di intervento articolate in funzione delle priorità e dei temi strategici individuati per aiutare le imprese a fare fronte a questa emergenza pandemica e, nel contempo, a lavorare per la ripresa.

Trasformazione digitale delle imprese; internazionalizzazione; prevenzione delle crisi d'impresa rafforzandone l'equilibrio economico-finanziario e favorendo i processi di aggregazione e le formule collaborative; sostegno ai settori maggiormente colpiti dalla crisi, come il turismo. Sono queste le linee indicate con carattere di urgenza sulle quali il Sistema delle Camere di Commercio si impegnerà nel prossimo anno in considerazione dell'attuale situazione economica dovuta al Corona virus.

A queste quattro aree di intervento se ne aggiungono altre sei che fanno leva sui fattori di competitività nel medio periodo e che mettono al centro giovani e mondo del lavoro, sostenibilità, sviluppo tecnologico, semplificazione, infrastrutture, imprenditoria femminile.

Sono queste tutte linee di azione accuratamente dettagliate nel piano che saranno attraversate trasversalmente da un'attenta attività di monitoraggio e analisi economica - attraverso la rete degli osservatori camerali, attorno al Centro Studi nazionale - e dalla messa a punto di un piano di comunicazione e marketing del Sistema camerale che punta a renderlo più riconoscibile alle imprese e più vicino ai loro bisogni. Il programma di attività del Sistema camerale per il prossimo anno si configura quindi come un insieme di linee di indirizzo pensato per dare risposte adeguate alle imprese in questa difficile fase.

E si aggiunge alle iniziative realizzate già quest'anno dalle Camere di Commercio che hanno messo sul campo 300 milioni di contributi per aiutare gli imprenditori a fronteggiare la più grave crisi dal dopo guerra.



Si tratta di un impegno economico considerevole in rapporto alle risorse a disposizione delle Camere, ma necessario. Il Covid-19, infatti, ha sconvolto il già difficile processo di recupero dalla crisi del 2008 aggiungendo ulteriori elementi di difficoltà e di incertezza da parte di imprese e consumatori.

I principali indicatori economici fotografano un Paese in grave difficoltà, con una forte caduta del PIL italiano e dei consumi nel 2020. Una situazione di difficoltà gravissima che permarrà anche nei prossimi mesi: oltre due terzi delle aziende italiane, vivono uno stato di problematicità per la liquidità, per la finanza, per il costo del lavoro.

Bisogna allora agire per venire incontro all'emergenza attuale che sta mettendo a dura prova il nostro tessuto imprenditoriale ma allo stesso tempo occorre sapere guardare lontano programmando la ripartenza.

Ed è esattamente la direzione in cui vuole andare il piano di azione strutturato dal Sistema camerale per il 2021 che insieme agli interventi di sostegno immediato volti a dare una boccata di ossigeno agli imprenditori punta ad articolare iniziative maggiormente collegate ai programmi di Recovery, di assistenza al riavvio delle attività.

Per questo il piano può costituire la base per un duraturo sviluppo della capacità camerale di promuovere una crescita più sostenibile sotto il profilo economico, ambientale e sociale.

Tornando ai temi più urgenti, sulla trasformazione digitale delle imprese, l'azione del Sistema si focalizzerà sul potenziamento dei servizi dei PID (assessment, formazione, ecc.), ad oggi fruiti da circa 300.000 imprese, attraverso iniziative coordinate ed omogenee tra i diversi territori. Sempre attraverso il digitale ed il rafforzamento della presenza delle PMI sui canali commerciali OnLine, Il Sistema camerale intende incrementare gli sforzi a sostegno dei processi di internazionalizzazione.

Si punterà in aggiunta sul rafforzamento dei collegamenti fra il Sistema camerale italiano e quello italiano all'estero. La crisi Covid ha colpito in modo particolare il settore del turismo per aiutare il quale è opportuno agire, da un lato, fornendo informazioni economiche tempestive che, anche usando l'intelligenza artificiale, sappiano disegnare scenari previsivi verso cui orientare il loro posizionamento



competitivo e, dall'altro lato, per dare loro un'assistenza personalizzata verso una qualità declinata secondo il paradigma della sostenibilità.

Quello della sostenibilità, insieme a quello dei giovani imprenditori, è un tema di particolare interesse per il futuro delle giovani generazioni.

Le Camere si propongono di continuare l'impegno nel diffondere la cultura della sostenibilità, degli appalti verdi, delle tecnologie "pulite".

Sarà necessario quindi rafforzare il know-how e i servizi del Sistema camerale sul complesso delle nuove norme ambientali in merito alle quali le Camere di Commercio possono potenziare il proprio ruolo. Come dimostrato anche dai recenti provvedimenti, l'emergenza sanitaria ha reso ancor più centrale la necessità di intensificare gli sforzi - anche da parte del Sistema camerale - per garantire una semplificazione dei rapporti tra imprese e Pubblica amministrazione, fra imprese e Stato, nonché uno snellimento delle procedure.

Nell'epoca dell'informazione, il Registro delle imprese, i suoi Big Data, la piattaforma di Infocamere rappresentano la via maestra per garantire tale semplificazione, costituendo un punto unico di accesso, un vero e proprio Gateway per la PA. I dati, e la loro gestione efficiente, rappresentano l'alternativa più potente contro lo spreco che deriva dalla cattiva burocrazia e la chiave strategica possibile per l'affermazione del principio Once Only.

Franco Natal





La Camera di Commercio della Maremma e del Tirreno a lezione di “Organizzazione snella”

Ridisegnata la mappa dei processi lavorativi

Si chiama Lean Organization e significa Organizzazione snella: è un insieme di principi, metodi e tecniche per la gestione dei processi aziendali, che mira a ridurre gli sprechi e ad aumentare il valore percepito dal cliente.

La Camera di commercio Maremma Tirreno ha deciso di applicare in casa questa metodologia, tipica delle aziende private, sottoponendo ad analisi tutti i suoi più importanti processi lavorativi, con il fine di renderli più snelli e fluidi, risparmiando tempi, costi e dando così un servizio migliore al suo pubblico di riferimento, cioè le imprese. Si è trattato di un impegno notevole, durato circa un anno e mezzo e che ha coinvolto gran parte del personale, con alla testa un gruppo di referenti. A fare da guida in questo percorso è stato il Dipartimento di Economia aziendale dell’Ateneo pisano: la prof.ssa Mariacristina Bonti e la Dott.ssa Lucia Bonechi hanno svolto questa sperimentazione sul campo, affiancandosi al personale degli uffici e consegnando un set di strumenti utili per “mettersi in discussione”.

*“Con la partecipazione attiva del personale suddiviso in gruppi - commenta il Segretario Generale **Pierluigi Giuntoli** – sono stati presi in esame ben 54 processi lavorativi, di cui 23 di carattere trasversale che coinvolgono più uffici. Il lavoro è consistito nel riesaminare i flussi operativi e decisionali, ripercorrendo tutte le azioni di competenza dei vari uffici: con la **lean organization** siamo riusciti a eliminare passaggi superflui, a definire meglio compiti e responsabilità, a snellire e ridurre i tempi di attesa. Non ultimo, è servito a creare una maggiore comunicazione e sinergia tra i vari servizi”.*

Dopo che ogni processo è stato discusso, analizzato e tracciato, si è creato un set di indicatori che servono, d’ora in avanti, a monitorare il rispetto del corretto procedere del lavoro.



*“La sfida adesso – ha proseguito **Giuntoli** - è quella di mettere in pratica quanto appreso e di utilizzare gli strumenti forniti dalle docenti, perché il metodo della Lean Organization presieda il nostro modo di lavorare, riducendo tempi morti con maggiore soddisfazione da parte di tutti”.*

*“Voglio complimentarmi con il personale della Camera di Commercio per l’impegno profuso in questo lavoro – ha aggiunto il Presidente **Riccardo Breda** -. In un anno così difficile gli uffici hanno fatto fronte non solo all’emergenza pandemica, garantendo il proseguimento di tutti i servizi anche da remoto, ma sono riusciti anche a portare a termine un progetto di ampia portata, che ci attendiamo produca frutti concreti a tutto vantaggio del mondo economico”.*

Serenella Guideri e Barbara Fondelli

