



**Assocamerestero**

Associazione delle Camere  
di Commercio  
Italiane all'Estero

**Audizione sullo schema di decreto legislativo recante  
riordino delle funzioni e del finanziamento delle  
Camere di commercio, industria, artigianato e  
agricoltura**

**Atto Camera dei Deputati n. 327**

**INTERVENTO DI  
GAETANO FAUSTO ESPOSITO  
SEGRETARIO GENERALE  
DELL'ASSOCIAZIONE DELLE CAMERE DI  
COMMERCIO ITALIANE ALL'ESTERO**

Il presente documento intende sottoporre all'attenzione della Commissione Attività produttive, commercio e turismo del Senato della Repubblica contributi informativi per il lavoro di analisi e approfondimento che la Commissione ha avviato sull'attività e l'organizzazione del Sistema camerale italiano, con specifico riferimento al ruolo della rete delle Camere di Commercio Italiane all'Estero (CCIE).

### 1. *Le nuove esigenze di internazionalizzazione delle imprese italiane*

Nel 2016 l'economia italiana è cresciuta a tassi molto bassi. Nel secondo trimestre 2016, la crescita del PIL è rimasta invariata rispetto al trimestre precedente, mentre su base annua si registra un incremento dello 0,8%. Nello stesso periodo, il contributo della domanda estera netta al PIL torna in territorio positivo (+0,2%, in controtendenza rispetto al contributo negativo del primo trimestre 2016, pari al -0,1%), a fronte invece di una domanda nazionale che stenta a recuperare (-0,1%).

Il 2017 dovrebbe segnare una fase di recupero, sebbene le recenti stime abbiano limato al ribasso dello 0,1% le previsioni relative al PIL, che dovrebbe sperimentare un incremento dello 0,5% anziché dello 0,6%. La questione della lenta crescita italiana si è accentuata durante la crisi: nel triennio 2014-17 la variazione cumulata del PIL italiano (+2,0%) viaggia ad un ritmo meno sostenuto di quello dei principali partner europei, come Germania (+5,0%), Francia (+3,7%) e Spagna (+8,9%).

Il tasso di crescita sarà dunque ancora insufficiente ad imprimere un forte processo di sviluppo, e sarà condizionato dall'incertezza dovuta a fenomeni quali la BREXIT e a una situazione di modesta espansione del commercio mondiale.

In questo ambito, per il nostro Paese, occorre tener conto dei seguenti fattori di scenario:

- il continuo aumento delle imprese esportatrici (+0,5% nel 2015, raggiungendo il nuovo picco di 214mila esportatori), in particolare nel segmento di quelle di minore dimensione, che cercano nuovi sbocchi di mercato all'estero, trainate anche dalle buone performances del *Made in Italy* tradizionale, nonché il consolidarsi di una vasta area di imprese esportatrici di matrice commerciale, che aprono nuovi sbocchi per l'attività di supporto all'estero;
- il miglioramento della capacità attrattiva dell'Italia come destinazione di investimenti e, più in generale, di attenzione da parte di operatori esteri, testimoniata anche dall'incremento dei relativi indici di attrattività internazionale: l'indice sintetico che misura l'attrattività del sistema-Italia passa infatti da un valore di 33,2 registrato nel 2014 all'attuale 47,8, segnando così un incremento di oltre 14 punti, soprattutto grazie alle riforme in atto (mercato del lavoro, digitalizzazione, nonché per effetto del traino di Expo 2015);
- il lancio del piano governativo Industria 4.0, che dovrebbe portare una serie di agevolazioni alle imprese in termini di iperammortamento ad hoc per gli investimenti sul digitale e un credito d'imposta per la spesa in R&S che passa dal 25% al 50%; elementi questi che dovrebbero contribuire a rendere più competitive le aziende italiane, sia sul versante interno che sui mercati internazionali;
- la riconferma del ruolo centrale della dimensione estera come fattore di traino non solo del reddito, ma anche di un più vasto ammodernamento dell'economia e delle imprese, per gli input di positiva innovazione trasmessi all'intero sistema;
- l'aumento della complessità dei processi di internazionalizzazione, a seguito del consolidamento di catene globali del valore, che oggi incidono per circa l'80% delle

esportazioni mondiali, sia nella produzione manifatturiera che nella fornitura e acquisizione dei servizi, che porta a valorizzare un approccio multilaterale nel supporto delle imprese all'estero;

- la diffusione di forme innovative di utilizzo delle potenzialità del web a sostegno e sviluppo della proiezione internazionale, sia con riferimento agli aspetti più strettamente distributivi, sia a quelli dell'assistenza organizzativa per le aziende che intendono crescere all'estero.

Il nuovo scenario sta portando ad una progressiva evoluzione delle esigenze delle imprese italiane, che implica importanti trasformazioni nel panorama dei servizi per l'internazionalizzazione:

- una forte contrazione dalle risorse disponibili da parte degli interlocutori pubblici, a fronte della richiesta di azioni efficaci oltre che efficienti e una tendenza a orientare le azioni direttamente verso i beneficiari finali e molto meno verso soggetti intermedi, accompagnata dalla tendenziale unificazione dei soggetti pubblici per l'internazionalizzazione, per assicurare unicità d'indirizzo;
- una crescente domanda di assistenza delle imprese piccole e/o micro, che fanno registrare una forte vivacità sull'estero (solo nel 2013 le piccole imprese hanno esportato in valore 50 miliardi di euro, più dell'intero tessuto produttivo della Danimarca o della Finlandia), e da parte del vastissimo pubblico di quanti hanno potenzialità di esportazione, ma non riescono ancora a concretizzarle in risultati e che rappresentano il segmento di riferimento del riformato sistema camerale italiano. Basti pensare infatti alle 112mila aziende potenzialmente esportatrici che, se intercettate e opportunamente assistite, potrebbero ampliare il loro business al di fuori dei confini nazionali;
- la tendenziale esigenza delle imprese a richiedere soggetti operanti su più mercati, in coerenza con il percorso di crescente diversificazione delle vendite all'estero che si sta affermando anche nel nostro Paese;
- una minore propensione verso attività generaliste, optando per azioni maggiormente mirate e/o tailor made ad alto valore aggiunto, accompagnata da una fortissima attenzione per i risultati concreti dell'azione di promozione (es. contratti conclusi).

Ancora più rilevante, rispetto al passato, sarà quindi la capacità del sistema camerale di fungere da collegamento tra i territori italiani - intercettandone le esigenze e potenzialità come principale soggetto di prossimità per le imprese italiane - e i mercati internazionali - grazie al supporto del network delle CCIE, radicato all'interno delle comunità d'affari estere e per questo in grado di individuare controparti e possibili spazi di inserimento per le diverse tipologie di prodotto/servizio.

## ***2. Il contributo del sistema camerale a sostegno dei processi d'internazionalizzazione delle imprese***

Grazie al sistema camerale nel suo complesso, i Territori italiani possono avvalersi di una rete caratterizzata dallo sforzo congiunto delle CCIAA e, fuori dai confini nazionali, delle CCIE attive in 54 Paesi del Mondo.

In base al D.L. n. 23 del 15.02.2010, le Camere italiane all'estero sono infatti riconosciute come parte integrante del Sistema camerale italiano, per quanto distinte per caratteristiche strutturali (associazioni di imprese binazionali) e natura giuridica (privata, di mercato).

Questa rete esperienziale e professionale è un valore enorme per un Paese in cui la base produttiva è capillarmente diffusa ed articolata. Per rispondere alle esigenze del tessuto

imprenditoriale, è infatti necessario il supporto di un sistema altrettanto strutturato e specializzato di promozione, in cui la rete camerale (orientata secondo un processo di efficienza e di funzionalità) svolga un ruolo peculiare e di vicinanza alle imprese **in base alla capacità di presidiare l' "ultimo miglio" in Italia e all'estero**, assicurando una maggiore efficacia e capillarità di servizio, funzionale agli obiettivi più generali di promozione del Sistema Paese.

Ciò pone alla rete una sfida di: professionalità, imprenditorialità, capacità di radicamento sempre più forte e consapevole all'estero di un'istituzione del mercato chiamata ad interagire anche, e sempre di più, con le reti di distribuzione, le piattaforme logistiche, i soggetti della finanza tradizionale e innovativa, le start-up innovative, in una crescente logica di multilateralità.

Le Camere di commercio italiane all'estero nascono come punti di aggregazione associativa delle comunità di affari di matrice italiana ed estera per favorire lo sviluppo del business bilaterale.

Lo sforzo negli ultimi anni si è costantemente indirizzato a favorirne **l'organizzazione su base multilaterale**, promuovendo concrete azioni promozionali di sistema, tali da far agire le CCIE come un network con le seguenti caratteristiche:

- buon radicamento e capacità di introduzione istituzionale sui mercati esteri, derivanti dall'essere organizzazioni di diritto locale estero a prevalente base imprenditoriale, con una compagine associativa composta per oltre l'80% di aziende estere;
- riconoscimento istituzionale attraverso la legge 580 del 1970 che le disciplina;
- capillarità di diffusione nei singoli Paesi, grazie anche a una fitta rete di delegazioni che si innervano nelle singole realtà-paese;
- buona organizzazione nella capacità di erogare servizi per l'internazionalizzazione, in particolare quelli che richiedono un maggior livello di personalizzazione e di relazionalità rispetto ai contesti locali (introduzione sul mercato, *scouting* opportunità di affari, incontri BtoB, etc.) e rivolti specialmente alle PMI.

**Le CCIE sono libere associazioni di diritto estero a base imprenditoriale, che operano nel mondo conoscendo i fabbisogni delle imprese e delle istituzioni estere che vogliono lavorare sull'Italia.**

**La loro legittimazione e forza derivano dalla capacità di essere consolidate e forti sui mercati esteri, rappresentative dell'imprenditorialità locale-estera e in grado di portare queste istanze verso il mercato italiano.**

*Le CCIE sono, quindi, utili perché* sono gli unici soggetti esteri (accreditati dallo Stato italiano) in grado di convogliare verso l'Italia (che ne ha un bisogno estremo) flussi economici, di interesse e opportunità di business, particolarmente rivolti alle PMI, anche dialogando con i principali interlocutori istituzionali in Italia. **Essenziale poi è la funzione di lobby verso i soggetti imprenditoriali residenti all'estero e le istituzioni locali.**

In più per la loro *constituency* imprenditoriale sono il naturale referente dei soggetti imprenditoriali di minori dimensioni, che hanno bisogno di un referente operativo, diretto ed efficace e di un approccio *problem solving* alle esigenze aziendali di apertura sui mercati internazionali.

Il valore aggiunto dell'attività di assistenza delle CCIE è riconosciuto dalle aziende: da una recente indagine condotta dalla DOXA su indicazione del Ministero degli Affari Esteri e

della Cooperazione Internazionale (MAECI) su un campione di circa 1.100 imprese internazionalizzate, emerge che il 55% di quelle intervistate conosce il network delle CCIE come ente qualificato a supporto del business italiano nel mondo e circa la metà di queste ultime si avvale dei servizi di assistenza che eroga la rete.

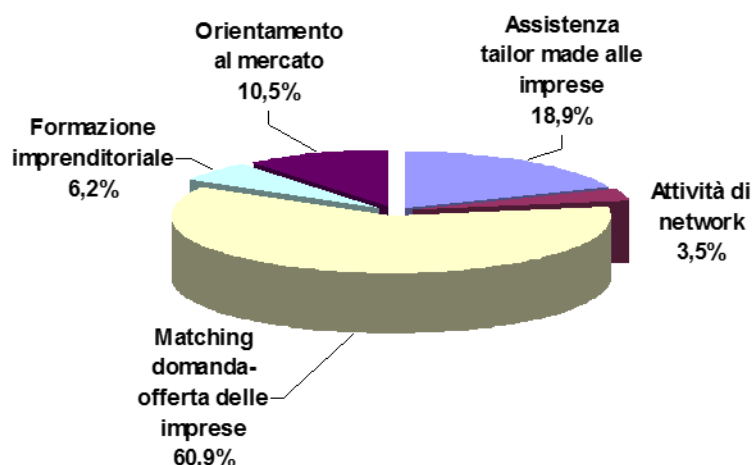
GLI ENTI A SOSTEGNO DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE		
	CONOSCENZA	UTILIZZO
	Base: totale imprese internazionalizzate 1.107 casi Valori %	Base: imprese internazionalizzate che conoscono l'ente
ISTITUTI DI CREDITO	62	56
ASSOCIAZIONI INDUSTRIALI	59	41
ENTI FIERA	57	58
CAMERE DI COMMERCIO ITALIANE ALL'ESTERO	55	49
SISTEMA DELLE CCIAA/UNIONCAMERE	52	50
SOC. DI CONSULENZA, STUDI LEGALI, COMMERCIALISTI	49	54
<b>MINISTERO DEGLI AFFARI ESTERI E DELLA COOPERAZIONE INTERNAZIONALE</b>	<b>47</b>	<b>33</b>
ENTI REGIONALI DI PROMOZIONE/SPORTELLI REG.	46	49
CASSA DEPOSITI E PRESTITI	43	35
AGENZIA ICE	41	42
CONSORZI EXPORT	41	49
SIMEST	31	51
SACE	30	48

il numero medio di enti a cui ci si rivolge aumenta al crescere della dimensione dell'impresa da **2,8** per le micro imprese a **3,4** per le medie imprese

Fonte: Indagine MAECI-DOXA, "Il punto di vista delle imprese sulla notorietà, utilizzo e valutazione della Diplomazia Economica Italiana"

## 2.1 I principali "numeri" delle CCIE

- Circa **42 milioni di euro**, quasi completamente reperiti sul mercato, è il volume di risorse investite globalmente dalle CCIE per la realizzazione di **oltre 2.000 attività promozionali ogni anno**, che consentono di servire annualmente circa 30 mila PMI italiane;
- Le CCIE sono specializzate nelle azioni che riguardano il primo inserimento ed il radicamento delle imprese italiane all'estero: nel **60%** dei casi tramite il **matchmaking tra imprese** (organizzazione di missioni imprenditoriali, incontri BtoB, partecipazione a manifestazioni fieristiche, etc.) e per il **20%** circa grazie all'**assistenza a specifiche e personalizzate esigenze aziendali** (studi di mercato, assistenza legale, fiscale, finanziaria, assistenza per l'apertura di filiali in loco, individuazione di partner per joint venture, accordi di distribuzione, studi di prefattibilità, check up aziendali, etc.);



- Per la realizzazione delle iniziative promozionali, le CCIE hanno sostenuto, in media, un costo di **1400 euro per impresa coinvolta**, di cui **solo 163 euro "coperti" dal meccanismo del cofinanziamento pubblico** per l'attività promozionale realizzata.

## 2.2 Le trasformazioni della rete delle CCIE

I punti di forza del network possono essere riassunti:

- essere rete multilaterale, capace di autosostenersi ampiamente con il ricorso alle entrate da servizi resi e dalle sponsorship private di sostegno di carattere totalmente volontario;
- avere un rapporto diretto di servizio con le imprese, secondo una linea che si va affermando anche per il rinnovato sistema camerale italiano;
- supportare le priorità del sistema camerale italiano sui nuovi temi: dalla capacità di mobilitare iniziative sui temi dell'orientamento formativo e professionale, supportare partnership istituzionali e imprenditoriali per l'estero, sostenere l'apertura all'estero di potenziali nuove aziende esportatrici, supportare azioni di importazione strategica, sviluppare progetti e tematiche innovative, come quella del sostegno alle start-up, agli aspetti ambientali e di certificazione, ecc...
- complementare su specifici mercati l'azione di promozione del Governo che si realizza tramite l'Agenzia ICE.

## 2.3 Un sistema già riformato che potrebbe accelerare

Le risorse finanziarie per il sostentamento delle CCIE *sono reperite, in gran parte, sul mercato*. Lo Stato italiano ha erogato nel 2015 un cofinanziamento nell'ordine del 14% delle spese sostenute per la realizzazione delle attività progettuali per l'anno 2014.

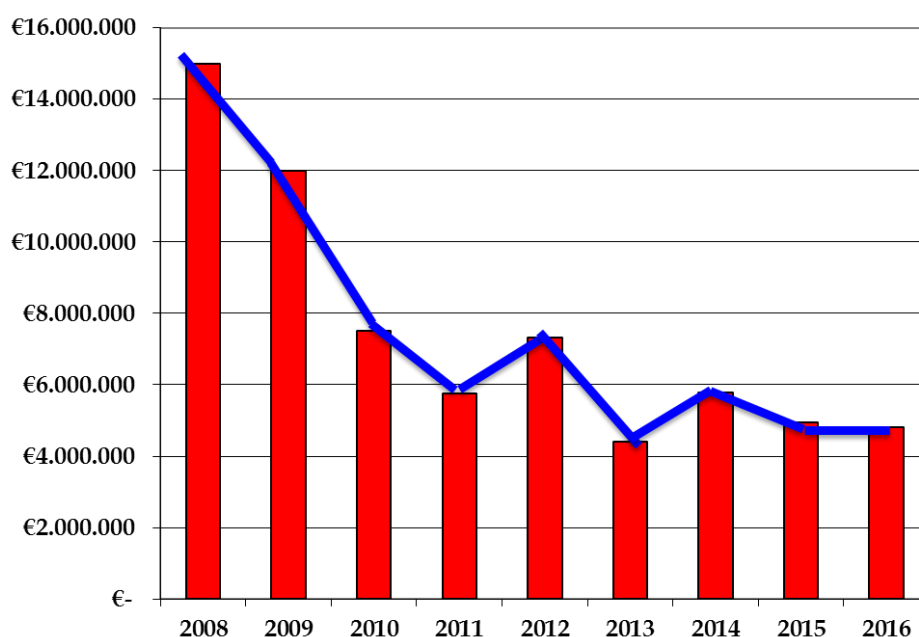
Nel corso degli anni, con forte intensificazione dall'anno 2010, il valore del cofinanziamento pubblico si è drasticamente ridotto, passando dal 37% dell'anno 2008, al 14%, in media, del 2015.

Per l'anno 2015, infatti, si deve parlare di media in quanto, grazie alla Riforma dell'anno 2014, di cui si dirà successivamente, *le CCIE hanno accettato una revisione del meccanismo*

*di cofinanziamento che premia percentualmente di più le CCIE più affidabili e meno quelle meno affidabili.*

In valore assoluto, nel 2016 il contributo pubblico destinato ai progetti camerali ammonterebbe a meno di 4,9 MEURO: la parte di questo stanziamento *che va a contribuire ai costi del personale camerale e della struttura pesa per il 6,7% sul fatturato complessivo del network camerale*, tutto il resto è a parziale ristoro di spese dirette per realizzare i servizi indispensabili allo svolgimento dell'attività promozionale.

Risorse ministeriali



Se si considera che il fatturato in questo anni è stato di 42 milioni di euro si comprende come il modesto cofinanziamento dello Stato si configura come un investimento dal forte effetto moltiplicativo perché, grazie al meccanismo di intervento del mercato e alla capacità di mobilitare anche risorse di altri paesi e di altre fonti, produce un volume di attività di quasi nove volte superiore al contributo pubblico.

## 2.4 L'auto-riforma del sistema delle CCIE

### 2.4.1 La procedura di cofinanziamento

Già da due anni è stato profondamente rivisto il meccanismo di cofinanziamento dei progetti per le CCIE e la riforma è stata realizzata con il DM del 24 aprile 2014.

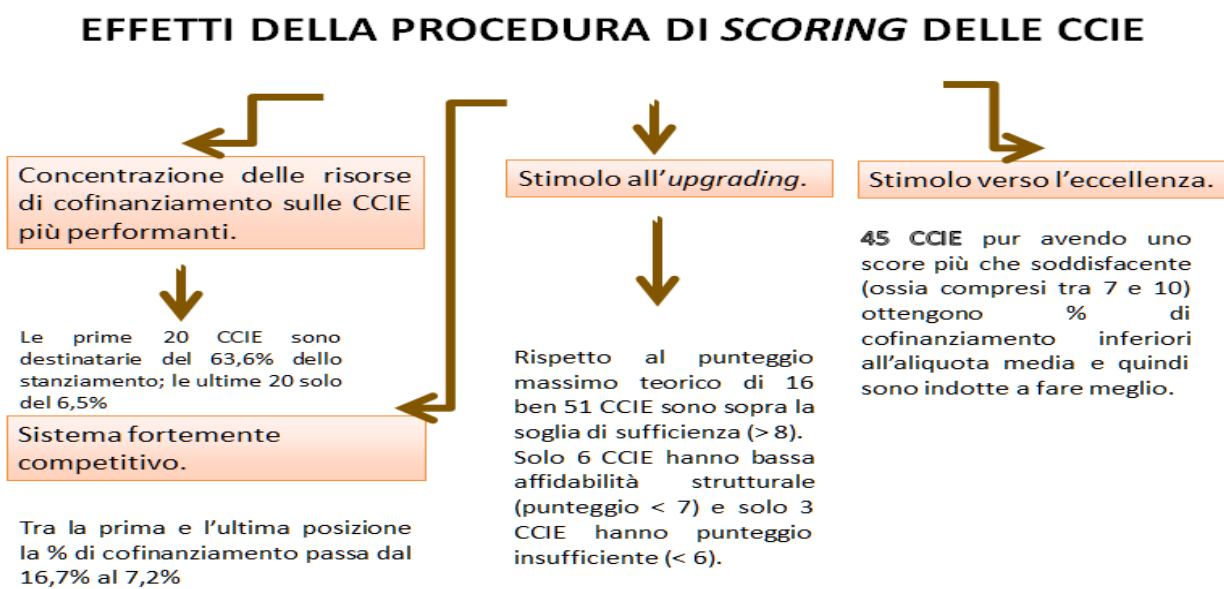
Nel passato tutte le CCIE ricevevano proporzionalmente la stessa quota di cofinanziamento. *Oggi le risorse di cofinanziamento vengono attribuite alle CCIE secondo una procedura che valorizza il merito e l'affidabilità*: sulla base di una graduatoria di 16 parametri che misurano l'affidabilità organizzativa, strutturale, economico-finanziaria e di fare rete.

Il Ministero, che si avvale di Assocamerestero per il supporto tecnico alla elaborazione della graduatoria, *attribuisce così una percentuale di cofinanziamento (comunque*

modesta) maggiore o minore rispetto al valore medio sulla base della posizione che la CCIE ha nella graduatoria di scoring.

Si tratta di un sistema:

- innovativo, che non ci sembra abbia eguali in altre forme di contribuzione pubblica;
- tende a concentrare le risorse di cofinanziamento sui soggetti più affidabili;
- fortemente competitivo;
- che stimola verso l'eccellenza.



Inoltre il sistema è flessibile, perché può essere tarato al meglio ogni anno sulla base di un decreto direttoriale che può rimodulare i singoli parametri dello scoring e decidere di non finanziare le CCIE che presentano una soglia troppo bassa di rendicontazione (nel 2015 sono state escluse tre CCIE).

Ciò significa che, già oggi, oltre il 60% delle risorse pubbliche sono dirette al 24% delle CCIE, con sbarramento efficace per quelle meno globalmente affidabili.

#### 2.4.2 Il processo di auto-selezione per l'efficienza

Assocamerestero ha avviato un processo di autoselezione delle strutture camerali, con la **riduzione di otto presenze e in prospettiva di altre cinque**. Ciò ha portato ad una riduzione del numero complessivo di CCIE, in un'ottica di maggiore efficienza ed efficacia. Il principio alla base è che le Camere italiane all'estero devono rispondere a reali esigenze del mercato ed esprimere una effettiva capacità competitiva e di servizio, misurata dall'acquisto di servizi da parte delle imprese (che per questo sostengono un costo e quindi sono chiamate ad apprezzare il *value for money*).

**Si sta poi stimolando un processo di aggregazione nei Paesi in cui esistono più CCIE.** Ad oggi in 11 paesi c'è più di una CCIE, per un totale di 36 CCIE. Questa situazione risponde a motivazioni di ordine storico-operativo. Su tale aspetto si può lavorare per realizzare un migliore raccordo a livello Paese, *per semplificare le strutture nei Paesi pluricamera*, elaborando le soluzioni più idonee a valorizzare l'efficienza senza compromettere l'operatività e il livello di servizio rivolto alle imprese.



### 2.4.3 La necessità di presidiare lo stanziamento pubblico a favore delle CCIE

Questo processo di efficientamento già conseguito, **non può prescindere, però, dal riconoscimento alle CCIE di un minimo livello di cofinanziamento da parte dello Stato italiano.**

I fondi relativi sono allocati all'interno del cap. 2501 del Ministero dello Sviluppo Economico, il cui ammontare è definito annualmente nella Legge di Stabilità.

*Per il 2017 lo stanziamento - a legislazione corrente - sarebbe di poco più di 7 milioni di EURO. Questa disponibilità, va detto, è da ripartire tra le CCIE e altri due tipologie di soggetti promozionali di natura privata: i consorzi d'internazionalizzazione e le Associazioni imprenditoriali di livello nazionale.*

*Per assicurare, quindi, quell'adeguato cofinanziamento di cui si auspica il mantenimento, è essenziale che, già in fase di presentazione del disegno di legge in Parlamento per il 2017, si riesca a incrementare almeno di 2 MEURO lo stanziamento.*

In caso contrario, tutti gli sforzi fatti fino ad ora per rendere più competitivo il sistema delle CCIE e gli ulteriori sviluppi, finirebbero per essere stati vani, perché di fatto non potrebbe più esserci alcuna sostenibilità per *un sistema integrato* di Camere italiane all'estero, *il tutto in profonda controtendenza con quanto stanno facendo gli altri nostri principali competitor sui mercati internazionali*, che invece stanno rafforzando i propri sistemi camerali all'estero (a partire dalla Germania, il Regno Unito, la Spagna, la Francia, e più recentemente anche la Cina).

### 3. Per una politica promozionale all'estero più integrata e specializzata

Da tempo sottolineiamo la possibilità di flessibilizzare una parte dei costi fissi di strutture all'estero attraverso l'affidamento di programmi di promozione da parte di Agenzie pubbliche.

Ciò si potrebbe realizzare, ad esempio, con azioni complementari e specializzate sul piano promozionale, ma anche valorizzando l'integrazione tra le strutture della rete estera dell'ICE e dell'ENIT ed il network delle CCIE.

*Le CCIE potrebbero svolgere in diverse piazze estere, in cui sono presenti con strutture solide, certificate dal meccanismo dello "score camerale" e sulla base di un programma annuale soggetto a verifica dei risultati, la funzione di punti di prima assistenza sulle richieste e problematiche che le piccole e medio-piccole imprese, intervenendo, attraverso una promozione cosiddetta "di dettaglio", sulle seguenti tipologie di attività:*

- *scouting di opportunità di affari verso cui indirizzare le imprese per la creazione di partnership durature;*
- *sollecitazione di interessi imprenditoriali per iniziative di investimento da e verso l'Italia;*
- *realizzazione di incontri "BtoB";*
- *follow up delle missioni economico-commerciali e delle presenze fieristiche;*
- *supporto allo sviluppo di azioni innovative come lo start-up imprenditoriale;*
- *scambio di professionalità tra estero e Italia.*

L'Agenzia per l'internazionalizzazione potrebbe maggiormente orientarsi su azioni promozionali "di larga scala", con particolare riferimento:

- organizzazione di *grandi manifestazioni e iniziative fieristiche per la promozione del Sistema Paese e dell'immagine Italia all'estero*;
- *apertura di nuovi mercati di opportunità*, sui quali non si sono ancora costituite comunità di affari che guardano all'Italia e quindi non ci sono ancora le premesse per l'operatività di una CCIE;
- messa a punto di *sistemi informativi e alla fornitura di informazione economica* sulle caratteristiche specifiche dei Paesi e sull'attrattività dell'Italia;
- *supporto complessivo al decision making* e alle Amministrazioni per il raccordo e coordinamento dei provvedimenti per l'internazionalizzazione.

Questa soluzione potrebbe rappresentare lo sviluppo di un accordo già concluso tra Assocamerestero e ICE nell'anno 2014 su alcuni mercati in cui l'ICE non aveva più una sede (Grecia, Portogallo, Slovacchia e Uruguay), anche lavorando in maniera più organica e strutturata. Si potrebbe pensare di effettuare lo stesso tipo di integrazione funzionale con il rinnovato ENIT.

I vantaggi per lo Stato italiano, sarebbero molteplici:

- l'ICE o l'ENIT, pur non rinunciando alla titolarità dei servizi, potrebbe chiudere le proprie sedi nei Paesi in cui i servizi fossero affidati alle CCIE (magari a partire da alcuni Paesi europei) sulla base di una convenzione che specifichi costi, condizioni di fornitura e risultati attesi;
- si otterrebbe anche una razionalizzazione delle azioni di promozione, attribuendo alle CCIE pure il compito di ricercare una parte di risorse a copertura dei costi;
- ne scaturirebbe un forte risparmio di costi fissi per le finanze pubbliche, in termini di affitti sede, personale italiano distaccato, ecc.;
- inoltre il negoziare un programma da parte dell'ICE, in particolare, avrebbe il vantaggio che qualora i parametri a consuntivo non fossero quelli definiti, lo stesso programma potrebbe essere rinegoziato a condizioni differenti successivamente.

Questa ipotesi è anche già consentita dal Decreto Ministeriale 24 aprile 2014; si tratterebbe solo di richiamarla e di renderla operativa individuando le risorse finanziarie necessarie a realizzarla.

#### *4. Riflessioni conclusive*

Alla luce di quanto rappresentato, riteniamo che tra i compiti e le funzioni del sistema camerale debba continuare ad essere ancora maggiormente esplicitato il ruolo peculiare e sussidiario che esse possono svolgere nell'attività di promozione dell'economia locale, certo eliminando eventuali duplicazioni con altre amministrazioni pubbliche, ove esse esistessero, ma anzi enfatizzando l'importanza di una grande sintonia programmatica tra i soggetti attivi del territorio, con l'individuazione di comuni obiettivi e settori d'intervento.

Per ottenere questo risultato, è necessario che la struttura organizzativa del sistema camerale continui certamente nel suo sforzo di aggregazione e di efficientamento, pur mantenendo quella presenza sui territori indispensabile per agire a supporto dell'imprenditoria locale.

Per quanto riguarda il sistema delle CCIE questo processo è già attivo, come dimostrano i risultati in termini di efficienza e di aggregazione delle strutture già raggiunti.

È, tuttavia, imprescindibile una riflessione attenta sulle necessità di finanziamento del sistema camerale: l'articolo 28 del decreto legge 24 giugno 2014, n. 90, convertito, con modificazioni, dalla legge 11 agosto 2014, n. 114 fissa per il 2017 il valore del diritto annuale a carico delle imprese al 50% di quanto da queste versato nell'anno 2014.

Si tratta di un taglio di disponibilità finanziarie che, se da una parte si rivela essere un risparmio neppure percepito per il sistema delle PMI, dall'altro frustra ogni desiderio del sistema camerale di contribuire, non solo con professionalità, ma anche con risorse finanziarie allo sviluppo nell'attività di promozione del Territorio e dell'economia locale.

Riteniamo, in sintesi, che una più attenta riflessione sulle risorse sia imprescindibile per la tenuta complessiva del sistema, oltre che per sostenere quell'azione di accompagnamento delle imprese che, tramite il sistema delle CCIE all'estero, potrà anche essere più efficiente che nel passato, grazie ad una più forte integrazione delle politiche di servizio e di intervento sulle imprese tra componente italiana ed estera del sistema camerale italiano.

Sullo specifico versante delle CCIE una valorizzazione del loro potenziale al servizio delle imprese, con una specializzazione di funzioni e lo sviluppo di una azione sussidiaria, comporterebbe una espansione dell'azione promozionale, una integrazione di potenzialità con riferimento a interventi multi mercato, il tutto potendo contare anche sulla capacità delle CCIE di attivare un consistente processo di autofinanziamento da parte del mercato, con vantaggio per l'efficacia/efficienza degli interventi, veicolando al contempo crescenti flussi di interesse (di investimento, di partnership commerciali e produttive, ecc.) verso l'Italia.