



**IL PIANO STRATEGICO PER LO SVILUPPO DEL SETTORE DEI METALLI
PREZIOSI - 2004 / 2006**

Sintesi dei risultati

1. PREMESSA

La legge 29 dicembre 1993, n. 580, di riforma delle Camere di Commercio I.A.A., ha inteso valorizzare il ruolo, svolto dal sistema camerale, di promozione del sistema generale delle imprese e, innanzi tutto, di coordinamento e di rappresentanza unitaria delle relative istanze ed esigenze nei confronti delle pubbliche Amministrazioni.

Un ruolo cui le Camere di Commercio hanno tentato di adempiere ricercando sempre il massimo livello di coesione e collaborazione con la rappresentanza associativa.

Consapevole di ciò, Assicor, organismo di coordinamento del sistema camerale "per lo sviluppo produttivo dell'oreficeria, argenteria ed affini", ha predisposto, nella primavera-estate del 2004, un "piano strategico per lo sviluppo del settore dei metalli preziosi", allo scopo di coordinare e sviluppare le diverse iniziative ritenute necessarie, sulle quali far confluire le risorse economiche messe a disposizione dal sistema camerale e da altri enti pubblici per la loro realizzazione.

Questo non solo nell'adempimento delle proprie finalità istituzionali, come evidente, ma anche per favorire la collaborazione tra Camere su progetti comuni che, assumendo valenza interterritoriale, assicurino al sistema maggiore visibilità, a livello sia nazionale che internazionale.

Nell'individuazione delle azioni da inserire nel "piano strategico" è stato essenziale il contributo fornito dalle Associazioni nazionali rappresentative del comparto, le quali si sono fatte carico di focalizzare ed elaborare le istanze provenienti dalla base imprenditoriale.

Una volta stilata la versione definitiva del documento (settembre 2004), cinque Camere di Commercio (Alessandria, Arezzo, Caserta, Milano e Vicenza) ed Unioncamere, condividendone l'opportunità e le finalità, hanno deciso di finanziarne la realizzazione, sottoscrivendo all'uopo un protocollo d'intesa.

A tali risorse si sono cumulate quelle messe a disposizione dal Ministero delle Attività Produttive (nell'ambito della convenzione tra detto Ministero, Unioncamere ed Assicor per l'implementazione dei controlli previsti dalla normativa in materia di titoli e marchi d'identificazione dei metalli preziosi¹) e dall'Istituto Nazionale per il Commercio con l'Estero (all'interno dell'accordo di programma tra tale Istituto e Unioncamere).

Assicor si è fatta carico del coordinamento e della concretizzazione delle diverse azioni previste dal piano, nonché della gestione dei fondi a ciò destinati.

Anche in questa fase è stato della massima rilevanza il ruolo svolto dalle rappresentanze associative a livello nazionale del settore, le quali hanno fattivamente collaborato all'attuazione delle varie iniziative, recando sempre il loro prezioso contributo d'idee e suggerimenti e fungendo da trait-union con la vasta platea delle imprese.

L'odierno documento, al termine del biennio previsto per la realizzazione del "piano strategico", intende ripercorrerne, seppure in estrema sintesi, lo sviluppo e illustrarne i risultati conseguiti.

2. IL QUADRO DEL SETTORE ORAFO-ARGENTIERO

Prima, comunque, di scendere nel dettaglio delle azioni sviluppate nel quadro del "piano strategico", si ritiene opportuno delineare il quadro d'insieme in cui ci si è mossi.

¹ D. Lgs. 22 maggio 1999, n. 251, e D.P.R. 30 maggio 2002, n. 150

Il settore orafa-argentiero italiano, che pure tanto rilievo ha nell'economia nazionale e, ancor più, in quella di alcune regioni (si pensi alla Campania, al Piemonte, alla Toscana e al Veneto), è composto, nel complesso, da 36.326 imprese, le quali occupano 103.139 addetti².

Le imprese di produzione sono 12.490, con 51.579 addetti ed una media di 4,13 addetti per impresa; quelle della distribuzione sono 23.836, con 51.560 addetti ed una media di 2,16 addetti per impresa³.

Si tratta, come di tutta evidenza, nella stragrande maggioranza dei casi di piccole e piccolissime imprese. Ciò nonostante il settore è stato sempre fortemente orientato all'export: circa i 2/3 della produzione è, infatti, destinato ai mercati esteri e per alcuni decenni l'Italia ha avuto la leadership mondiale nella trasformazione dei metalli preziosi⁴ a fini di oreficeria, gioielleria ed argenteria.

Negli ultimi anni, purtroppo, le imprese italiane del comparto stanno attraversando un periodo di grande difficoltà, come testimoniato dal volume delle nostre esportazioni, che sono passate dai 5.717 milioni di euro del 2000 ai 3.991 milioni di euro del 2005, con un decremento del 30,19%⁵.

I motivi alla base di questa "crisi" (che, a caratteri prettamente congiunturali, unisce anche aspetti strutturali) sono molteplici.

Da un lato il susseguirsi di accadimenti internazionali sfavorevoli (l'11 settembre 2001 – e si ricorda che gli USA sono il maggior mercato nazionale di sbocco del nostro export – la SARS, le guerre in Afganistan ed Iraq, il perdurare della minaccia del terrorismo internazionale), dall'altro l'affacciarsi sui mercati internazionali di nuovi competitors (come India, Turchia, Thailandia, ecc.), che hanno costi di manodopera notevolmente minori e legislazioni assai arretrate in materia di tutela del lavoro e dell'ambiente (con fenomeni di vero e proprio dumping sociale e ambientale) e che, per di più, beneficiano, essendo considerati in via generale PVS (sebbene nello specifico settore rappresentino delle realtà industriali consolidate), di agevolazioni daziarie (particolarmente rilevanti in un comparto in cui il costo delle materie prime è nettamente preponderante sul valore aggiunto).

A ciò deve aggiungersi la profonda trasformazione avutasi nei modelli di consumo, da un lato con l'emergere di nuovi prodotti direttamente (come, ad esempio, i monili in acciaio) e indirettamente (come telefonini, computers, viaggi, ecc.) concorrenziali, dall'altro con la perdita di "appeal" da parte dei gioielli "made in Italy" (dovuta sia ad una scarsa attività di "comunicazione" da parte delle imprese del settore – anche a causa delle loro ridotte dimensioni -, sia alle tendenze "minimaliste" della moda, ma anche, non occorre dimenticarlo, al devastante fenomeno delle "imitazioni").

E' in questo quadro, certamente non roseo, che si è sviluppata l'iniziativa del sistema camerale, coordinata da Assicor, di supporto alla realtà imprenditoriale del comparto orafa, gioielliero ed argentiero.

3. IL PIANO STRATEGICO

Nell'elaborare il "piano strategico" furono individuate tre macro-aree d'intervento:

² Istituto G. Tagliacarne, Atlante del settore dell'oreficeria, argenteria e affini, Assicor, Roma 2002

³ Ibidem

⁴ Per metalli preziosi si intendono l'oro, l'argento, il platino e il palladio

⁵ Fonte ICE - ISTAT

- a) attività legislativa, di difesa del design, di ricerca e comunicazione;
- b) attività di vigilanza e controllo;
- c) attività di promozione.

Le iniziative ricomprese nella prima macro-area erano tese a consentire alle imprese di operare in un quadro normativo favorevole, ad offrire più efficaci strumenti a tutela della creatività dei nostri operatori, a sviluppare processi di cambiamento e d'innovazione tecnologica e, infine, a fornire agli imprenditori le informazioni necessarie per assumere con sempre maggiore consapevolezza le proprie scelte aziendali.

Nella seconda macro-area, derivante da un compito assegnato al sistema camerale dalla vigente legislazione (nell'ambito di quelle funzioni affidate alle Camere e riconducibili, sia pure "lato sensu", alla definizione di controllo del mercato, ovvero più correttamente alla promozione dell'equità del mercato), le azioni intraprese hanno teso non solo rispondere a un'esigenza profondamente avvertita dal settore (quella di un'effettiva implementazione della normativa in materia di titoli e marchi di identificazione dei metalli preziosi) e a coordinare l'attività ispettiva svolta dai Servizi metrici di ciascuna Camera, così da garantire un'adeguata omogeneità di comportamenti sull'intero territorio nazionale, ma anche a far sì che questa potesse essere di stimolo ad una crescita, tra le imprese, di una "cultura della qualità".

Con l'ultima macro-area, quella relativa alla promozione, si è voluto offrire al comparto orafo, gioielliero ed argentiero italiano il supporto del sistema camerale per un approccio a mercati nuovi e/o difficili (in particolare quello cinese e quello russo), evitando di sovrapporsi a iniziative già esistenti (quali, ad esempio, il piano promozionale dell'ICE) e di insistere su mercati già aperti, in cui le imprese italiane operano ormai da diversi anni.

4. ATTIVITÀ LEGISLATIVA, DI DIFESA DEL DESIGN, DI RICERCA E COMUNICAZIONE

I progetti realizzati in questa area sono stati i seguenti:

- a) elaborazione di una modifica alla normativa in materia di titoli e marchi di identificazione dei metalli preziosi;
- b) elaborazione di una proposta di normativa in tema di commercio dei materiali gemmologici;
- c) approfondimento sulla vigente normativa in materia di regole di origine;
- d) realizzazione di un progetto di norma tecnica UNI per la determinazione del titolo dell'oro nelle leghe utilizzate in oreficeria e gioielleria mediante spettrometria di fluorescenza a raggi X a dispersione di energia;
- e) ricerca di mercato sui marchi collettivi d'impresa e possibili collegamenti con le certificazioni aggiuntive;
- f) progetto per il rafforzamento dello strumento del Giurì del Codice di Autodisciplina del Design Orafo e per un suo eventuale riconoscimento al di fuori dei confini nazionali
- g) indagine sulle criticità dell'innovazione tecnologica nelle imprese orafe;
- h) studio delle legislazioni nazionali degli Stati membri dell'Unione Europea in materia di oggetti in metalli preziosi.

Sono ancora in fase di realizzazione altri due progetti, che saranno portati a termine nel primo trimestre del 2007: il primo relativo alla predisposizione di "contratti-tipo" per il settore, che si propone di fornire alle imprese degli strumenti operativi per dare, alla loro attività, un sempre più preciso inquadramento giuridico; il secondo ad una ricognizione circa la vigente normativa che regola l'attività professionale dei "periti ed esperti", allo scopo di poter, successivamente, elaborare proposte per dare ad essa una disciplina più rispondente al delicato compito che si trova a svolgere all'interno dello specifico orafo, gioielliero ed argentiero.

4.a *Elaborazione di una modifica alla normativa in materia di titoli e marchi di identificazione dei metalli preziosi*

L'applicazione pratica della nuova disciplina sui titoli e marchi di identificazione dei metalli preziosi evidenziò subito delle problematiche per le imprese.

Ciò era dovuto alla genesi stessa del testo normativo: trattandosi, infatti, di un decreto legislativo⁶, nella sua stesura⁷ si era stati costretti ad attenersi ai principi e ai criteri direttivi contenuti nella legge di delega⁸, lasciando invariata buona parte della previgente normativa⁹.

Questo non permise di tenere nel debito conto le modificazioni intervenute nella realtà del settore e gli sviluppi tecnologici avutisi in un trentennio.

Conseguentemente, le Associazioni nazionali di categoria sollecitarono immediatamente i competenti uffici del Ministero delle Attività Produttive affinché si studiassero le necessarie modifiche.

All'uopo fu istituito, presso il Ministero, un gruppo di lavoro, cui Assicor ed Unioncamere parteciparono attivamente, facendosi interpreti delle difficoltà incontrate anche dal sistema camerale nello svolgimento dell'attività di vigilanza, che nel giro di alcuni mesi elaborò il progetto di una nuova normativa.

Tale testo, che ci si augurava potesse essere presentato al Parlamento d'iniziativa del Governo, fu, invece, sostanzialmente trascritto in una proposta di legge presentata, il 27 ottobre 2004, dai deputati Raisi, Saia e Conte¹⁰.

Assicor si attivò prontamente, in collaborazione con le rappresentanze associative del comparto, affinché fosse possibile apportare a detta proposta quegli emendamenti necessari per renderla pienamente aderente alle esigenze delle imprese e, nel contempo, assicurare alla stessa un veloce iter parlamentare.

Si sono, a tal fine, organizzati incontri ad Arezzo, Milano e Vicenza con i parlamentari eletti in quelle circoscrizioni, per sensibilizzarli al problema.

Ciò nonostante, purtroppo, la fine della XIV legislatura è intervenuta senza che la proposta di legge fosse approvata anche da una sola delle due Camere, venendo così a decadere.

Nella nuova legislatura, comunque, essa è stata ripresentata¹¹ ed è ferma intenzione di Assicor seguirne con la massima attenzione e sollecitarne l'iter, al fine di portare a termine il lavoro svolto e dare risposta alle esigenze delle imprese e dello stesso sistema camerale.

4.b *Elaborazione di una proposta di normativa in tema di commercio dei materiali gemmologici*

E' un'esigenza avvertita da molto tempo (più di un decennio) dal settore quella di avere una normativa cogente che disciplini il commercio dei materiali gemmologici, al fine di garantire sia la tutela dei consumatori, sia la trasparenza delle transazioni commerciali.

Ciò nonostante, sebbene siano state elaborate, anche a livello internazionale, normative tecniche in materia¹², nessuna proposta di legge era stata avanzata fino al 16 marzo 2004,

⁶ Ex art. 76 Cost.

⁷ E, conseguentemente, in quella del regolamento di applicazione (D.P.R. 30 maggio 2002, n. 150)

⁸ Art. 42, legge 24 aprile 1998, n. 128

⁹ Legge 30 gennaio 1968, n. 46, e D.P.R. 30 gennaio 1970, n. 1496

¹⁰ AC 5383

¹¹ AC 641- v. Appendice 1

¹² Blue Book CIBJO e norme UNI 9758, 10173 e 10245

quando l'on. Mazzocchi ne presentò una¹³ recante "Disposizioni a tutela dei consumatori in materia di regolamentazione nel settore dei materiali gemmologici in commercio".

Successivamente, il 20 settembre 2004, anche l'on. Nieddu presentò un'analogha proposta di legge¹⁴ recante "Regolamentazione del mercato dei materiali gemmologici e norme a tutela dei consumatori".

Sebbene entrambi i provvedimenti prendevano quale loro base le normative tecniche sopra ricordate, fu subito rilevato che essi prevedevano, a carico delle imprese, adempimenti onerosi e difficili da rispettare.

Per questo motivo, su iniziativa della Confedorafi, fu istituito un gruppo di lavoro per predisporre un testo che, rispondendo alle istanze del comparto, risultasse di reale applicabilità.

A tale gruppo di lavoro ha partecipato attivamente, su mandato di Assicor, il CISGEM (Centro Informazione e Servizi Gemmologici – Azienda speciale della Camera di Commercio di Milano), unico laboratorio pubblico per le analisi gemmologiche esistente in Italia.

Nell'arco di alcuni mesi è stato predisposto un testo in cui sono contemperati il rigore scientifico, la tutela dei consumatori e le esigenze commerciali ed operative delle imprese, che è stato ripreso, il 26 maggio 2005, in una successiva proposta di legge¹⁵, sempre d'iniziativa del deputato Mazzocchi.

Nei già ricordati incontri, svoltisi ad Arezzo, Milano e Vicenza, con i parlamentari, questi furono sollecitati pure su questo argomento.

Ciò nonostante, purtroppo, anche in questo caso, la proposta di legge è decaduta, essendo intervenuta la fine della XIV legislatura senza che essa fosse approvata anche da una sola delle due Camere.

Nella nuova legislatura, comunque, essa è stata ripresentata¹⁶ ed è ferma intenzione di Assicor seguirne con la massima attenzione e sollecitarne l'iter, al fine di portare a termine il lavoro finora svolto e dare, in tal modo, risposta alle necessità del settore.

Nel contempo è già in fase di elaborazione, da parte di un apposito gruppo di studio, il testo delle disposizioni applicative, così da fornire la base per il futuro regolamento di attuazione della normativa in parola, allo scopo di garantirne, una volta questa sia approvata, una rapida implementazione.

4.c Approfondimento sulla vigente normativa in materia di regole di origine

Una sempre maggiore tutela del "made in Italy" ed una sempre più incisiva lotta alle "contraffazioni" (da intendersi in senso lato) sono esigenze profondamente avvertite da quei settori che, come quello orafo, gioielliero ed argentiero, hanno nella "creatività" una componente fondamentale per il successo dei propri prodotti.

Al fine, quindi, di poter valutare appieno quali potessero essere le iniziative da intraprendere per dar loro una risposta efficace, Assicor, su sollecitazione della Consulta dei Produttori Orafi ed Argentieri, ha organizzato il 7 aprile 2006, ad Arezzo, un seminario

¹³ AC 4814

¹⁴ AC 5272

¹⁵ AC 5880

¹⁶ AC 158 – v. Appendice 2

su "l'origine delle merci e la certificazione dell'origine", cui hanno partecipato i dirigenti delle Associazioni nazionali di Categoria¹⁷.

Sempre sull'argomento Assicor ha preso contatti con l'Agenzia delle Dogane per una collaborazione nell'ambito del programma FALSTAFF, dovendo però riscontrare la scarsa rispondenza di tale progetto alle peculiari esigenze del settore.

Ha, inoltre, su richiesta della Federorafi, sensibilizzato la sede Unioncamere di Bruxelles sulle tematiche di maggior interesse per il comparto¹⁸, nonché sull'opportunità di dare nuovo impulso all'E-JAG (European Jewelers' Associations Group).

Infine Assicor ha studiato e predisposto il testo di una modifica al vigente regolamento di applicazione della disciplina sui titoli e marchi di identificazione dei metalli preziosi¹⁹, tesa a differenziare il marchio di identificazione del fabbricante italiano da quello dell'importatore, al fine di consentire al consumatore finale di distinguere i prodotti "made in Italy" da quelli importati e di evitare confusioni nel caso di loro successiva riesportazione²⁰

4.d Realizzazione di un progetto di norma tecnica UNI per la determinazione del titolo dell'oro nelle leghe utilizzate in oreficeria e gioielleria mediante spettrometria di fluorescenza a raggi X a dispersione di energia

La vigente legislazione in materia di titoli e marchi di identificazione dei metalli preziosi prevede che, al fine di verificare la rispondenza del titolo reale dell'oggetto al titolo dichiarato, si utilizzino i metodi di analisi indicati nell'Allegato II al D.P.R. 30 maggio 2002, n. 150.

La norma prevede, per l'oro, il metodo della coppellazione²¹, che comporta, nella quasi totalità dei casi, il danneggiamento dell'oggetto verificato.

Questo crea, come di tutta evidenza, problemi nel caso in cui si debbano sottoporre ad analisi oggetti di produzione artigianale ad alto contenuto di manodopera (o pezzi unici) o oggetti prelevati presso imprese della distribuzione.

In entrambi i casi, infatti, qualora l'analisi fornisca un esito positivo, l'impresa dovrebbe sopportare un ingiustificato danno economico.

La normativa, però, prevede anche che "sono altresì da considerarsi metodi ufficiali di analisi tutti quelli previsti dalle norme emanate da enti di normazione nazionale o internazionale che presentano un grado d'incertezza uguale o minore a quelli dettati nell'Allegato II"²².

Al fine, quindi, di ovviare alle problematiche poc'anzi illustrate, Assicor ha ritenuto di dover verificare la possibilità di giungere alla redazione di un progetto di norma nazionale per la determinazione del titolo dell'oro mediante un metodo di analisi "non distruttivo".

¹⁷ Nell'Appendice 3 sono riprodotte le slides presentate durante il seminario

¹⁸ In particolare la proposta di regolamento relativa all'indicazione del paese di origine di taluni prodotti importati da paesi terzi e la problematica relativa alle barriere tariffarie e non tariffarie

¹⁹ D.P.R. 30 maggio 2002, n. 150

²⁰ V. Appendice 4

²¹ Secondo la norma UNI EN ISO 11426

²² Art. 11, comma 3, D.P.R. 30 maggio 2002, n. 150

Si è, quindi, provveduto a costituire, in accordo con l'UNI, un apposito gruppo di lavoro, coordinato da Mauro Caneschi, direttore della SAGOR²³, e da Elio Poma, direttore del Laboratorio di Saggio dei Metalli Preziosi della Camera di Commercio di Vicenza.

Il gruppo di lavoro ha preso in considerazione la tecnica spettrometrica di fluorescenza a raggi X a dispersione di energia (EDXRF) e, in poco più di un anno di lavoro, ha predisposto la bozza finale²⁴ che, attualmente, sta seguendo l'iter previsto dall'UNI per la produzione e pubblicazione di norme tecniche.

Si evidenzia come, la tecnica d'indagine in parola, abitualmente utilizzata in altri settori, si sia già rivelata di grande interesse per il settore manifatturiero dei metalli preziosi, sia nel controllo dei processi produttivi, sia come tecnica di analisi di supporto ai metodi già normati.

Numerosi organismi di controllo europei e internazionali, peraltro, già utilizzano questa tecnica come metodica di "screening" per il controllo della conformità dei prodotti orafi.

La produzione di una norma tecnica di riferimento si rivelerà, inoltre, determinante nelle attività di controllo, operate sul mercato nazionale, dai Servizi metrici delle Camere di Commercio.

Il successivo passo, una volta ottenuto lo "status" di norma tecnica, potrà essere quello di proporre la norma italiana come base di un'analogia iniziativa in sede CEN, per giungere alla pubblicazione di una norma EN/ISO di riferimento, sia a livello che internazionale, e, quindi, utilizzabile per la verifica della conformità dei prodotti nelle transazioni commerciali.

4.e Ricerca di mercato sui marchi collettivi d'impresa e possibili collegamenti con le certificazioni aggiuntive

La Camera di Commercio di Alessandria ha realizzato, nell'ambito di un più ampio progetto rivolto al settore, una ricerca sulla valenza che marchi collettivi d'impresa possono avere nella comunicazione d'impresa e nella promozione dei prodotti in metalli preziosi.

In tale contesto è stata, altresì, attentamente valutata la possibilità di collegare tali marchi allo strumento, previsto dalla vigente normativa in materia di titoli e marchi di identificazione dei metalli preziosi, della certificazione aggiuntiva.

Questa, infatti, costituisce un utile strumento per:

- le imprese che vogliono ottimizzare il proprio processo produttivo e che vogliono tenere sotto controllo i propri subfornitori, qualificando i rapporti business to business;
- fornire evidenza della conformità dei prodotti ai requisiti legislativi da parte di un organismo indipendente;
- avere la garanzia dei prodotti e/o semilavorati dei propri fornitori;
- elevare e fornire evidenza al mercato e ai consumatori dell'attenzione prestata dall'impresa alla qualità e alla garanzia dei propri prodotti.

Assicor ha, oltre a ciò, seguito le diverse iniziative assunte autonomamente dalle Camere di Commercio, relative alla realizzazione di marchi di qualità e/o territoriali (Real Precious Quality, Autentico, ecc.), fornendo, ove richiesta, la propria assistenza.

²³ Azienda speciale della Camera di Commercio di Arezzo

²⁴ V. Appendice 5

Prendendo spunto da queste esperienze, al fine di approfondirne ulteriormente i risultati, Assicor ha contribuito all'elaborazione e sta coordinando la realizzazione di un progetto delle Camere di Commercio di Ancona, Arezzo, Bari, Cagliari, Milano, Napoli, Roma e Vicenza, finanziato col Fondo di perequazione Unioncamere 2004, teso a rilevare, presso le imprese del settore, la reale percezione del "made in Italy" come valore aggiunto del prodotto, l'importanza attribuita ai servizi tecnico-analitici a garanzia della qualità e le concrete necessità in materia di tutela giuridica a supporto del mercato.

In quest'ambito è stata realizzata la pubblicazione "Il sistema della qualità. I laboratori delle Camere di Commercio a servizio delle imprese"²⁵, in cui sono sinteticamente illustrati i servizi messi a disposizione delle imprese del settore orafa, gioielliero ed argentiero dalla rete dei laboratori del sistema camerale, e sono in fase di svolgimento degli incontri con gli operatori nei vari territori, per raccoglierne le proposte, i suggerimenti, le necessità.

4.f Progetto per il rafforzamento dello strumento del Giurì del Codice di Autodisciplina del Design Orafo e per un suo eventuale riconoscimento al di fuori dei confini nazionali

Consapevole che il design, la creatività e la capacità di dare vita a stili e tendenze costituiscono, insieme alla qualità esecutiva, i punti di forza del prodotto orafa-argentiero "made in Italy" e che, proprio per questo, richiedono una tutela attenta, efficace e di facile accesso, Assicor, partendo dalla positiva esperienza del Giurì del Codice di Autodisciplina del Design Orafo e dall'autorevolezza ormai riconosciutagli, ha fatto effettuare un progetto di ricerca per il rafforzamento di tale strumento ed il suo riconoscimento al di fuori dei confini nazionali.

Le finalità di tale studio, anche alla luce della sempre maggiore attenzione prestata, dalla normativa nazionale e comunitaria, alla proprietà intellettuale ed al diffondersi di metodi alternativi di risoluzione delle dispute (la c.d. "giustizia alternativa"), erano quelle di:

- elaborare proposte tese a conferire al Giurì una più estesa capacità d'intervento e una maggiore incisività alle sue istruttorie, non solo nell'ambito delle manifestazioni fieristiche italiane, ma anche al di fuori di esse, in modo continuativo e su tutto il territorio nazionale;
- esaminare la possibilità di esportare il modello e l'operatività del Giurì nelle principali fiere estere di settore, nelle quali la partecipazione di imprese italiane è particolarmente ampia, configurando il Giurì come concreto sostegno al "made in Italy", di cui il prodotto orafa-argentiero è componente significativa;
- coordinare l'attività del Giurì con quella delle Camere di Commercio e dell'Agenzia delle Dogane, consentendo, così, alle imprese di utilizzare la competenza tecnico-giuridica del Giurì nell'attività di contrasto alla contraffazione, istituendo, in tal modo, un concreto ed efficace dialogo tra imprese ed organi istituzionali.

La ricerca, sviluppatasi nell'arco di circa 4 mesi, si è articolata nelle seguenti fasi:

- analisi del panorama esistente in materia di percezione e tutela del design nell'ambito delle fiere orafe italiane ed estere;
- elaborazione di proposte preliminari finalizzate agli obiettivi del progetto;
- verifica della compatibilità di tali proposte con gli ordinamenti giuridici di riferimento;
- elaborazione di proposte definitive sostenibili;
- redazione di specifiche norme integrative e di proposte da sottoporre agli enti fieristici italiani ed esteri.

²⁵ Allegato 1 al presente documento

Il lavoro svolto e le conclusioni a cui si è giunti sono stati raccolti in un articolato documento²⁶. In particolare, i risultati ottenuti possono essere così sintetizzati:

- predisposizione di proposte di modifiche da apportare al Codice di Autodisciplina del Design Orafo e al relativo Regolamento di attuazione;
- redazione di proposte di modifiche da apportare alle clausole contrattuali presenti nei Regolamenti delle manifestazioni fieristiche nazionali;
- elaborazione di un programma di lavoro per conferire funzioni integrative al Giuri (presenza nelle fiere estere, servizi informativi e di sostegno alle imprese orafa-argenterie, etc.)

E' attualmente in fase di realizzazione un ulteriore "step" di questo progetto, teso a predisporre un documento di lavoro per la riproposizione dell'esperienza del Giuri in ambito internazionale, su cui, successivamente, confrontarsi con le organizzazioni e gli enti esteri e gli organismi sovranazionali interessati.

4.g Indagine sulle criticità dell'innovazione tecnologica nelle imprese orafe

L'obiettivo dell'indagine, commissionata da Assicor al CREI (Centro Ricerche Economiche e Industriali), era quello di analizzare i processi di cambiamento e d'innovazione tecnologica (intesa in senso ampio, cioè come cambiamento tecnico organizzativo) nei distretti orafi di Arezzo e Vicenza.

I risultati della ricerca²⁷ hanno evidenziato i fattori di forza e di debolezza del settore, nel quadro della competizione globale.

Premesso che, per le imprese italiane, il "prezzo di manifattura" non rappresenta più il principale terreno su cui basare il vantaggio competitivo, visto che i differenziali nel costo del lavoro con i principali "competitors" (Turchia, India, Cina, ecc.) sono praticamente incolmabili e che i produttori di questi Paesi sono, comunque, in grado di dotarsi dei macchinari più innovativi.

Restano, invece, fattore di vantaggio competitivo le capacità tecniche e creative delle nostre imprese.

La debolezza del settore risiede, in modo particolare, nelle ridotte dimensioni delle imprese che lo compongono e nel loro forte "individualismo", che ostacola la realizzazione di forme di alleanza tra le stesse.

Ciò ostacola l'adozione di nuove tecnologie in progettazione, il monitoraggio delle tendenze di mercato e la realizzazione di efficaci azioni di promozione del prodotto.

In conclusione, lo studio propone alcune iniziative utili a ridare slancio al comparto, quali:

- la promozione di forme di collaborazione tra le imprese, sia tra produttori, sia tra questi e gli operatori della distribuzione;
- il potenziamento della professionalità dei designers e dell'area progettazione delle imprese, anche fornendo orientamenti sulle "tendenze moda";
- la realizzazione di iniziative formative nel campo dell'organizzazione aziendale, suggerendo modelli di gestione utili ad operare in un contesto di crescente flessibilità.

²⁶ V. Appendice 6

²⁷ V. Appendice 7

4.h Studio delle legislazioni nazionali degli Stati membri dell'Unione Europea in materia di oggetti in metalli preziosi

Preso atto dell'impossibilità di giungere ad un'armonizzazione, a livello comunitario, delle diverse legislazioni nazionali che disciplinano la produzione e la commercializzazione degli oggetti in metalli preziosi, visto il definitivo accantonamento, da parte della Commissione, della proposta di direttiva in materia²⁸ e considerato che il mercato comunitario, nel suo insieme, costituisce il maggior sbocco delle nostre esportazioni (nel 2005 le nostre esportazioni verso i Paesi membri dell'U.E. sono state di 1.006,5 milioni di euro, pari al 25,22% del totale mondiale, rispetto agli 831,5 milioni di euro, pari al 20,83% del totale, dell'export verso gli USA²⁹), Assicor ha ritenuto di dover mettere a disposizione degli operatori uno strumento informativo per poter meglio operare negli altri Stati membri dell'U.E.

A tal fine sono state raccolte le diverse legislazioni nazionali, provvedendo alla loro traduzione, ed è stata realizzata una pubblicazione in cui sono riportate le informazioni di carattere normativo di maggior rilievo per le imprese.

È nei programmi di Assicor il continuo aggiornamento di tali informazioni e la produzione di analogo materiale informativo per gli altri Paesi destinatari delle nostre esportazioni.

5. ATTIVITÀ DI VIGILANZA E CONTROLLO

Gli articoli 20 e 50 del D. Lgs. 31 marzo 1998, n. 112³⁰, hanno trasferito alle Camere di Commercio i compiti precedentemente assolti dagli Uffici Provinciali Metrici e del Saggio dei Metalli Preziosi.

Tale attribuzione di funzioni è stata ribadita e meglio specificata dal D. Lgs. 22 maggio 1999, n. 251³¹, e dal relativo regolamento di applicazione³².

Detta normativa, nello specifico, ha demandato al sistema camerale l'attività di vigilanza nel settore degli oggetti in metalli preziosi.

L'implementazione dei controlli sul titolo dei metalli preziosi era, peraltro, un'esigenza profondamente avvertita dalle imprese del comparto orafa-argentiero, stante l'assoluta mancanza di verifiche effettuate nel precedente trentennio.

Assicor, rispondendo a tale necessità, ha, in primo luogo sollecitato il sistema camerale per la creazione di un'adeguata rete di laboratori di saggio sull'intero territorio nazionale, con il potenziamento di quelli già esistenti e l'istituzione di nuovi.

Grazie anche ad un progetto "ad hoc" finanziato dal Fondo perequativo di Unioncamere, è stato, quindi, possibile realizzare un network di 8 laboratori (Ancona/Macerata, Arezzo, Bari, Cagliari, Milano, Napoli, Roma e Vicenza).

L'attività ispettiva presso le imprese è iniziata, risolte alcune problematiche connesse al trasferimento delle funzioni dagli Uffici Provinciali Metrici, nell'autunno del 2002, anche a seguito della stipula di una convenzione tra l'allora Ministero delle Attività Produttive,

²⁸ Proposta di direttiva 267/94/COM del 30 giugno 1994, ritirata dalla Commissione il 24 marzo 2005

²⁹ Fonte ICE-ISTAT

³⁰ Recante "Conferimento di funzioni e compiti amministrativi dello Stato alle regioni ed agli enti locali, in attuazione del capo I della legge 15 marzo 1997, n. 59"

³¹ Recante "Disciplina dei titoli e marchi di identificazione dei metalli preziosi, in attuazione dell'articolo 42 della legge 24 aprile 1998, n. 128"

³² D.P.R. 30 maggio 2002, n. 150

Unioncamere ed Assicor, tesa a fornire alle Camere di Commercio le necessarie risorse finanziarie.

Assicor si è fatta carico di uniformare l'attività dei Servizi metrici delle diverse Camere, codificando le procedure e predisponendo la relativa modulistica, di pianificare le verifiche e di monitorare l'andamento dei controlli.

Inoltre è stata cura di Assicor far sì che tale attività potesse essere non solo indirizzata alla repressione di comportamenti illeciti, ma costituisse l'occasione per diffondere e far crescere, tra le imprese, una "cultura della qualità".

Al 30 giugno 2006, data in cui è venuta a termine la ricordata convenzione con il Ministero delle Attività Produttive, erano state ispezionate 6.094 imprese e sottoposti a controllo 16.921 oggetti finiti in metallo prezioso³³.

6. ATTIVITÀ DI PROMOZIONE

L'attività di promozione inserita nel "piano strategico", lungi da voler sovrapporsi alle altre iniziative già in essere (quali il programma promozionale ICE), intendeva essere un'occasione, offerta dal sistema camerale alle imprese, per approcciare nuovi mercati, in particolare mercati ancora difficili da affrontare per la singola impresa.

A tal scopo si è pensato di realizzare uno stand istituzionale, con il quale partecipare a manifestazioni espositive nei Paesi individuati (nello specifico Cina e Russia), rappresentando la produzione orafa, gioielliera ed argentiera italiana.

Dopo alcune difficoltà iniziali, dovute anche alla necessità di rapportarsi con l'ICE, partner nell'iniziativa, nell'autunno del 2005 veniva conferito l'incarico di progettare detto stand istituzionale, incarico portato a termine entro la fine dell'anno.

È stato, quindi, possibile partecipare a due fiere: la China International Gold, Jewellery and Gem Fair, svoltasi a Shenzhen (Cina) dal 1° al 4 marzo 2006, e l'International Jewellery Moscow, svoltasi a Mosca (Russia) dal 17 al 20 maggio 2006³⁴.

In entrambi i casi, lo stand istituzionale e l'attività svolta hanno ricevuto commenti positivi da parte degli operatori.

7. CONCLUSIONI

A conclusione di due anni d'intenso lavoro, Assicor ritiene che il progetto di realizzare un "piano strategico", in cui individuare e coordinare le attività da svolgere, abbia dato risultati, nel complesso, assai positivi, fornendo risposte adeguate alle esigenze provenienti, tramite le Associazioni nazionali di categoria, dalla base imprenditoriale.

Ovviamente non sono mancate, in questo primo esperimento, delle imperfezioni e ci sono, quindi, evidenti margini di miglioramento che l'esperienza svolta consentirà di apportare nel futuro.

In quest'ottica ed allo scopo di poter sempre meglio corrispondere alle attese delle imprese del settore, sviluppando iniziative ed azioni in linea con una realtà in rapida evoluzione, è stata commissionata al Consorzio A.A.STER, diretto dal prof. Aldo Bonomi, una ricerca sulle eccellenze dentro la transizione del settore orafa, le cui conclusioni vengono presentate

³³ Per il dettaglio dell'attività svolta nelle singole provincie v. Appendice 8

³⁴ Le relazioni finali su tali partecipazioni sono in Appendice 9 e Appendice 10

unitamente al resoconto dei risultati del "piano strategico" fornito, seppur in estrema sintesi, col presente documento.

Un punto di arrivo e, al contempo, un punto di partenza per Assicor, che, infatti, intende proseguire la propria attività al servizio della filiera orafo-argentiera, adottando il "modus operandi" utilizzato in questi due ultimi anni.