

**UNIVERSITA" DEGLI STUDI DI MODENA E REGGIO EMILIA
FACOLTA" DI ECONOMIA "MARCO BIAGI"**

Corso di Laurea Specialistica in Economia

**IL SISTEMA DELLE CAMERE DI COMMERCIO ITALIANE
ALL'ESTERO: RAPPORTO CON LA BUSINESS COMMUNITY E
ANALISI DI CASI SPECIFICI**

Laureando Andrea Cattalini

Relatore Dott. Alberto Rinaldi

Anno accademico 2008-2009

CAPITOLO 2

L'evoluzione delle Camere di Commercio italiane all'estero

2.1.2 L'attività istituzionale

Dopo aver analizzato brevemente la composizione dirigenziale e associativa delle Ccie l'analisi si sposta su ciò che realmente facevano nei primi anni di vita. Innanzitutto occorre dire che a riguardo esistono differenze importanti tra le diverse Camere. In alcuni casi non erano altro che luoghi d'incontro e di vita sociale tra ristretti gruppi di persone che avevano in qualche modo a che fare con l'Italia, e che spesso si autonominavano pomposamente "Camera di Commercio" distribuendo i titoli di Segretario, Presidente, Consiglieri, ecc. in pratica tra tutti i membri, e avanzavano subito pretese di uno status semiconsolare osteggiato con forza dal Console anche perché i loro programmi effettivi non andavano oltre i tornei di carte e bocce, il ballo di fine anno, i cori e le esibizioni di bel canto, qualche banchetto, e la richiesta ossessiva di essere invitati a qualche ricevimento ufficiale collegato bene o male all'Italia; mentre in altri erano associazioni di tipo dopolavoristico o regionale, talvolta, nei casi migliori, club di piccoli imprenditori e commercianti con qualche pretesa di prestigio,

ma certo non sempre luoghi orientati al business e allo stimolo dell'attività economica da e verso l'Italia.¹

In altri casi invece nascevano in paesi con una vocazione economica più pronunciata (Europa e Nordamerica), e più orientate al business, sta di fatto comunque che nei primi anni di vita, soprattutto nei paesi in cui si riversò la diaspora, le Camere si orientarono alle comunità locali di immigrati, più che alla business community, svolgendo svariate funzioni, talvolta umili: dal fermo posta fino al luogo fisico per riunioni di ogni genere, dallo scrivano pubblico alla microassistenza legale per le pratiche di richiamo dei parenti, dalla scuola serale di lingua al mutuo soccorso e alla biblioteca popolare, dall'autodifesa di gruppo ed economica fino alla socializzazione etnica e al preservamento delle tradizioni e dei simboli dell'italianità.

Tuttavia è possibile identificare una serie di attività comuni a tutte le Camere che riguardano studio e informazione, la certificazione, il patronato e l'arbitrato.

Lo studio può riguardare qualsiasi questione inerente le finalità dell'azione camerale e può essere condotto sia direttamente dalla Camere che su richiesta dello Stato. Nel loro ruolo di interfaccia di diversi sistemi economici alle Ccie spetta in primo luogo diffondere la conoscenza degli usi e delle consuetudini commerciali italiani nel paese di loro residenza e quelle di quest'ultimo in Italia. Ma esse non mancano di agire in via ufficiosa anche per la protezione dell'emigrante in collaborazione con l'addetto all'emigrazione, dove esiste, o del console in difetto. Esse svolgevano funzioni informative sull'affidabilità commerciale degli imprenditori facilitando il livello di trasparenza del mercato, la fiducia e quindi la velocità delle transazioni. Spesso le Camere dovevano reperire informazioni confidenziali sulla solvibilità e serietà delle ditte, in qualche modo erano i garanti dello scambio in atto. Questa funzione nei primi periodi della loro attività è stata sicuramente la più importante e rappresentava un notevole valore aggiunto rispetto alle transazioni commerciali di quegli anni, che spesso avvenivano in una completa o parziale mancanza di informazioni della controparte.

Le Ccie inoltre, si preoccupavano di inviare periodicamente campioni dei prodotti locali ai Musei Industriali presenti in Italia e viceversa, di organizzare in loco esposizioni dei prodotti nazionali, tant'è che entrarono nell'organizzazione di eventi importanti come le esposizioni internazionali, e di fiere specializzate. Si trattava di un

terreno di impegno primario che richiese un' alleanza d'intenti tra le Camere e le istituzioni diplomatiche e commerciali italiane. Le grandi esposizioni internazionali a cavallo tra Ottocento e Novecento diventarono il banco della crescita delle capacità organizzative e promozionali delle Camere: l'Expo del 1889, quella universale del 1900 e la "Foire" internazionale del 1904 a Parigi o la "Industrial and Commercial Exhibition" dello stesso anno a Londra, dove erano presenti le tipiche produzioni del made in Italy. A Parigi, la Camera surrogò il governo, assente pure dal sostegno agli espositori italiani, prima per garantire una sezione italiana all'Expo del centenario, poi, all'opposto, firmati i nuovi accordi commerciali, per gestire la folla dei ben 3150 espositori italiani. Ne derivò anche una sensibile crescita della presenza di sezioni dedicate ai prodotti delle ditte italiane all'estero nelle esposizioni nazionali e internazionali organizzate in Italia (es quella di Milano del 1906).

Sempre in quel periodo le Camere si accorgono della necessità di dotarsi di strumenti di informazione e di promozione continuativi da far circolare non solo tra i soci. A tal fine assumono iniziative apposite come campagne di informazioni o pubblicazioni monografiche impegnative. Ne è un esempio la collana "Monografie e Studi" pubblicata dalla Ccie di Berlino dal 1911 al 1914. Particolare attenzione viene dedicata alle questioni di natura finanziaria, tariffaria e infrastrutturale.² Altre iniziano a pubblicare bollettini o riviste camerale che in alcuni paesi, come in Inghilterra, trovano vasta diffusione riflettendo la rapida estensione dei compiti e il crescente ruolo di mediazione assunto dalla Camera di Londra anche per la creazione delle reti infrastrutturali e di comunicazione. Per la pubblicazione di bollettini appaiono le figure dei segretari. Spicca tra questi la figura del giornalista Dondero con il "Bollettino mensile" di San Francisco. I bollettini hanno cambiato volto nel corso degli anni, spesso in coincidenza con cruciali passaggi storici o si sono associati con altre riviste. Nel primo dopoguerra, ad esempio, a Parigi si decide di pubblicare non più il solo bollettino ufficiale, ma una vera e propria rivista: "*La France et le marchè italien*", pubblicata dal 1918 al 1929.

È indubbio che per le Camere l'attività di informazione sia la più importante, ma occorre non sottovalutare le altre. Ad esempio l'attività di certificazione e di patronato si manifesta nel vidimare firme commerciali, nel concedere certificati e dichiarazioni,

² L.F.Saudati, "*La Camera di Commercio italiana per la Germania*", in *Profili di camere di commercio italiane all'estero*, a cura di G. Fontana e E. Franzina, Rubettino, 2001

ma anche nell'interporre i propri buoni uffici rispetto ai problemi che potevano crearsi alla dogana sull'interpretazione delle voci della tariffa.

Di grande rilievo è infine la funzione di arbitrato svolta direttamente oppure appoggiandosi alle Corti arbitrali delle Camere di Commercio locali. Gli enti camerali possono designare, a richiesta delle parti, "arbitri per la soluzione di controversie commerciali anche tra italiani e stranieri, per pacifica risoluzione di contratti di locazione d'opera e di lavoro e di procedere, se del caso, alla costituzione di collegi arbitrali continuativi. Possono designare inoltre periti per contestazioni doganali. In questo senso le Camere svolgono una funzione essenziale di contenimento dei costi di transazione dovuti a fattori di incertezza e di scarsa trasparenza dei mercati che inevitabilmente rallentano la fluidità degli scambi.

L'efficace svolgimento di questi compiti presuppone una crescente apertura della Camera ai soci stranieri, la cui presenza può anche concorrere ad equilibrare i costi della struttura sulle due comunità riducendo il peso economico dell'istituto sulla comunità italiana. *"Esse possono così divenire il fulcro di un circolo virtuoso in cui i servizi approntati per il mercato generano riconoscimento, adesione sociale e autonomia finanziaria, riducendo così il livello di dipendenza da altri organismi estranei alla comunità mercantile"*³ Insomma fin dai primi anni di vita le Camere hanno individuato la strada da percorrere per raggiungere l'autonomia finanziaria, ma come si vedrà questa arriverà soltanto intorno agli anni settanta.

Nel dispiegarsi a questa sempre più vasta attività le Camere instaurano proficue collaborazioni con enti e istituzioni del paese ospite e realizzano un progressivo ampliamento geografico del proprio raggio d'azione talora con il riposizionamento dei prodotti tradizionali dell'export italiano. La penetrazione del prodotto italiano comincia ad arrivare anche nelle zone interne. Tutto ciò impone una stretta collaborazione con i consolati, con gli uffici commerciali delle ambasciate e degli istituti per la promozione del commercio estero sia nelle manifestazioni che nella divulgazione di cataloghi e bollettini, di pubblicazioni tecniche e commerciali. In questa direzione si sviluppano presto forme di cooperazione inter-camerali, simili a *joint-ventures* magari inconsapevoli. Attraverso la circolazione di gruppi dirigenti e meccanismi di *spin-off* camerali si creano i primi embrioni della rete. Lo strumento è in genere la costituzione

³ G.Fontana, *Per una storia delle Ccie e della business community italiana ne mondo*; in *Profili di camere di commercio italiane all'estero*, a cura di G. Fontana e E. Franzina, Rubettino, 2001.

di comitati locali. Ad esempio in Francia, tre anni dopo la nascita la Camera di Parigi sono già sorti i comitati di Lione, Bordeaux e Marsiglia, che di lì a poco si trasformerà in una Ccie.