

BRIEF

“UNIONCAMERE: i valori simbolici e i significati caratterizzanti”

Unioncamere, l'Associazione delle Camere di commercio italiane, si trova a dover gestire un delicato momento di passaggio. Il Governo è già intervenuto sul Sistema camerale riducendo del 50% in tre anni il contributo annuale delle imprese, fonte primaria di sostentamento delle Camere di commercio (CCIAA), e con il decreto legislativo n. 219 del 25 novembre 2016, n. 219 ha, tra le altre cose, ridotto il numero delle CCIAA di circa la metà, per accorpamenti in aree geografiche più ampie delle attuali province e a ridefinirne le funzioni.

Con la riforma varata dal Governo, le Camere di commercio passeranno quindi da 105 a 60 sulla base di un processo di accorpamento tra le diverse strutture. Restano sul territorio ma diventano più snelle ed efficienti. Tuttavia il “cuore” della riforma sta nel cambiamento delle funzioni del sistema.

Non più Camere che fanno promozione “a pioggia”, ma Camere che fanno servizi innovativi “taylor made” per le imprese.

Il Sistema camerale si propone quindi come “il collegamento dell'ultimo miglio verso le imprese sui temi del digitale, dell'internazionalizzazione, del placement delle competenze, del sostegno alle start up, nei servizi della mediazione...”.

Questi gli asset principali sui quali si spenderanno le “nuove” Camere di commercio.

Unioncamere ha definito una strategia di nuovo posizionamento del Sistema attraverso un Piano di Comunicazione che sostenga e divulghi in maniera appropriata il nuovo ruolo delle CCIAA nel Paese, sottolineandone la modernità, l'essenzialità e l'importanza del loro apporto complessivo al sistema Paese.

Conseguentemente alla riforma, le 60 nuove CCIAA dovranno cambiare *naming* passando da *Camera di Commercio di XX* (dove XX sta per il nome della provincia, area territoriale di competenza della Camera), a *Camera di Commercio di YYYY* (dove YYYY sta per il nome del territorio di riferimento. Ad esempio: *Camera di commercio Delta Lagunare* o *Camera di commercio del Molise*).

Unitamente, Unioncamere ritiene strategico sottolineare il cambiamento anche con un nuovo segno grafico, un nuovo logo che segni da subito la lontananza e il cambiamento rispetto alla percezione pubblica del Sistema camerale attiva in precedenza.

Unioncamere, Unione italiana delle Camere di commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura, avvia una procedura aperta per l'affidamento del servizio di progettazione del nuovo logo del Sistema camerale, che dovrà identificarlo in maniera univoca nel suo insieme e nelle sue singole componenti, rafforzandone la visibilità e rendendo la specifica attività riconoscibile e memorabile.

Per tali ragioni si è ritenuto indispensabile lanciare un concorso di idee, per la progettazione e realizzazione del nuovo logo del Sistema camerale destinato all'identificazione e rappresentazione di tutte le sue componenti.

L'obiettivo è quindi quello di trovare un modo creativo e innovativo per raccontare il Sistema camerale nella sua interezza e articolazione a partire dallo stretto legame che le singole Camere di commercio hanno con il proprio territorio di riferimento e con le imprese che vi risiedono, fino ad arrivare ad una forte riconoscibilità a livello nazionale.

Il nuovo logo del Sistema camerale sarà adottato dall'Unione nazionale, dalle future 60 Camere di commercio e dalle società partecipate (a livello nazionale e a livello locale). Le informazioni sulla struttura e articolazione del Sistema camerale nonché ulteriori notizie possono essere recuperate dal sito istituzionale al seguente link: www.unioncamere.gov.it.

Il nuovo logo del Sistema camerale - che avrà carattere di autenticità, unicità, e irriproducibilità - dovrà essere fortemente rappresentativo ed essere capace di comunicare il nuovo posizionamento del Sistema camerale e delle sue componenti:

1. le Camere di commercio come vero strumento di modernità del nostro Paese, un ponte tra i servizi e le funzioni pubbliche, nazionali e regionali, e le imprese;
2. istituzione ultracentenaria, che ha alle spalle una grande storia e una tradizione importante, ma che ha l'innovazione nel Dna: la prima amministrazione pubblica che dialoga interamente con i suoi utenti utilizzando le tecnologie digitali (il primo Registro delle Imprese nasce telematico già nel 1995, best practice a livello europeo);
3. la semplicità e velocità dei rapporti con gli utenti (PA amica), possibile grazie all'utilizzo delle nuove tecnologie (semplificazione) e delle piattaforme digitali;
4. la capacità delle Camere di commercio di essere luogo di sintesi degli interessi economici dei singoli territori (tutela delle specificità) ma anche una rete nazionale e globale;
5. queste Camere "nuove" hanno però la loro storia. Una storia ancorata ai territori, alla creatività e originalità di tante produzioni che le Camere hanno contribuito a valorizzare e tutelare. Quindi, Camere di commercio come baluardo del Made in Italy di qualità. Che deve evolvere nei processi (produttivi) e nella diffusione/distribuzione/internazionalizzazione. Ma deve restare unico perché la sua unicità è il suo più grande valore. Per questo serve una istituzione "presente" sul territorio.

Il sistema valoriale da comunicare

La nostra Mission

Il Sistema camerale opera nel Paese per sostenere lo sviluppo delle Imprese, fornendo loro servizi all'avanguardia, orientando e sostenendo le loro scelte strategiche.

Un Sistema camerale rinnovato ed efficiente può essere uno degli elementi essenziali per una nuova fase di sviluppo delle nostre economie.

La nostra Vision

Unioncamere e le Camere di commercio credono nelle persone. Sono le persone il motore di qualsiasi sviluppo economico.

Lo sviluppo delle competenze professionali a tutti i livelli delle organizzazioni sostiene lo sviluppo economico delle nostre imprese. Per questo il Sistema camerale sostiene i processi di formazione e di studio, il rigore professionale, il merito e l'emergere delle eccellenze, senza distinzione di genere, nazionalità o religione.

I nostri Valori

- Rispetto per le persone
- Rispetto per il lavoro
- Rispetto per il merito
- Rispetto dell'Impresa come forma essenziale dello sviluppo
- Riconoscimento dell'eccellenza
- Sostegno ai giovani per la loro formazione e per il loro ingresso nel mondo del lavoro

Il nuovo segno proposto dovrà avere le seguenti caratteristiche:

- distintivo e originale;
- riproducibile e flessibile, mantenendo la sua efficacia espressiva e comunicativa nelle applicazioni su diverse dimensioni, nella riproduzione in positivo e negativo, nell'uso verticale e orizzontale, versatile e applicabile in più forme sui principali supporti di comunicazione e prodotti di merchandising, tenendo conto dei diversi materiali e tecniche di stampa e riproduzione.

Il nuovo segno non dovrà costituire, né evocare:

- pregiudizi o danno all'immagine del Sistema camerale o a terzi;
- propaganda di natura politica, sindacale, ideologica, sportiva;
- pubblicità diretta o indiretta, collegata alla produzione o distribuzione di alcun prodotto;
- messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.