

RELAZIONE PREVISIONALE E PROGRAMMATICA 2014



Noi le Imprese e il Territorio

L'impegno della Camera di Commercio di Frosinone per la
competitività delle imprese e lo sviluppo del territorio

***RELAZIONE PREVISIONALE E PROGRAMMATICA
ANNO 2014***

PREMESSA	3
IL CONTESTO DI RIFERIMENTO	4
IL QUADRO SOCIO-ECONOMICO DELLA PROVINCIA	4
IL QUADRO NORMATIVO E L'ADEGUAMENTO AL CAMBIAMENTO ISTITUZIONALE	13
RISORSE UMANE, ECONOMICHE E FINANZIARIE	14
PARTECIPAZIONI STRATEGICHE E DI SISTEMA	17
LA MISSION	19
LE PRIORITÀ DELL'AZIONE CAMERALE	20
LA MAPPA DELLE INIZIATIVE PROGRAMMATICHE 2014	22
IL PROGRAMMA 2014	26
1. NOI - EFFICIENZA ED ECONOMICITÀ DEI SERVIZI E RAFFORZAMENTO DELLE RELAZIONI ISTITUZIONALI	26
1.1 SERVIZI AMMINISTRATIVI ALL'IMPRESA	27
1.2 REGOLAZIONE DEL MERCATO E TUTELA DEL CONSUMATORE	29
1.3 STUDI E RICERCHE ECONOMICHE	31
1.4 SVILUPPO ORGANIZZATIVO	32
1.5 COMUNICAZIONE E RELAZIONI ISTITUZIONALI	34
2. LE IMPRESE - COMPETITIVITÀ E PRODUTTIVITÀ DELLE IMPRESE	35
2.1 CREDITO	36
2.2 SVILUPPO IMPRENDITORIALE	37
2.3 INNOVAZIONE	39
2.4 FORMAZIONE	40
2.5 INTERNAZIONALIZZAZIONE	45
3. IL TERRITORIO - COMPETITIVITÀ E ATTRATTIVITÀ DEL TERRITORIO	53
3.1 MARKETING TERRITORIALE	54
3.2 FILIERA DEL TURISMO E VALORIZZAZIONE INTEGRATA DEL TERRITORIO	55
3.3 VALORIZZAZIONI DELLE PRODUZIONI LOCALI	56
3.4 GREEN ECONOMY	57
3.5 INFRASTRUTTURE	58

PREMESSA

La relazione previsionale e programmatica aggiorna annualmente il programma pluriennale ed è approvata dal Consiglio entro il 31 ottobre. Essa ha carattere generale e illustra i programmi che si intendono attuare nell'anno di riferimento, in rapporto alle caratteristiche ed ai possibili sviluppi dell'economia locale e al sistema delle relazioni con gli organismi pubblici e privati operanti sul territorio, specificando, altresì, le finalità che si intendono perseguire e le risorse a loro destinate.

La presente Relazione Previsionale e Programmatica, prende origine dal Programma Pluriennale dell'Ente camerale 2012-2017 e riporta i programmi che verranno attuati nel corso dell'anno 2014.

Essa è stata predisposta nel quadro della programmazione pluriennale e in continuità con l'attuazione delle iniziative programmatiche dell'anno in corso, secondo un percorso che ha tenuto conto dei risultati già conseguiti, degli obiettivi in corso di sviluppo, di quelli da programmare sulla base di nuove esigenze di erogazione dei servizi, di innovazioni normative, di miglioramento dell'efficacia ed efficienza amministrativa e di miglioramenti organizzativi.

La Camera di Commercio continuerà, anche alla luce dei timidi segnali di ripresa economica, a porsi con determinazione l'obiettivo di sostenere misure incisive per l'ammodernamento del territorio e del sistema imprenditoriale, indirizzando la propria azione verso una forte accelerazione per la diffusione del digitale e per una riduzione delle distanze delle imprese e del cittadino rispetto alla Pubblica Amministrazione, impegnandosi ad essere Istituzione di riferimento anche per gli altri Enti ed Organismi territoriali.

Alla Camera di Commercio, quale istituzione del territorio, spetta il compito di contribuire a rigenerare il tessuto imprenditoriale con gli strumenti suoi propri, in raccordo con le Associazioni di impresa, tendendo una rete di protezione e di sostegno con nuovi sportelli integrati, con servizi telematici più veloci, vigilando sull'equità delle regole, facendo incontrare domanda e offerta di lavoro e professionalità, avvalorando il ruolo dei giovani e del sistema scolastico, tutelando la qualità, valorizzando il territorio, trovando sempre nuove strade per indirizzare le produzioni verso nuovi mercati.

Dalla capacità di fare alleanze e sinergie con gli altri Attori dello sviluppo locale, discenderà la possibilità di moltiplicare gli effetti dei programmi da attuare.

L'azione di sostegno che è stata avviata e che troverà ulteriore realizzazione nel corso del 2014, si inserisce nel processo di revisione degli assetti organizzativi e di razionalizzazione delle funzioni dell'Ente, nell'ambito dell'intero sistema camerale, anche alla luce del più generale riordino delle istituzioni territoriali.

Essa riflette un percorso di cambiamento che consenta alla Camera di commercio di continuare ancora di più ad essere la casa comune delle imprese, senza divisioni, in un'ottica di integrazione tra settori, territori e dimensioni e, al tempo stesso, protesa al costante conseguimento dell'obiettivo di miglioramento della propria azione amministrativa, con sempre maggiore efficacia ed efficienza.

IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

Il quadro socio-economico della provincia

Lo scenario economico internazionale e italiano

L'economia mondiale

Agli inizi del 2012 i principali indicatori macroeconomici segnalavano per il primo trimestre dell'anno una prosecuzione della fase di consolidamento della crescita su scala internazionale. Il miglioramento è stato tuttavia transitorio e seguito da un rapido **deterioramento del quadro congiunturale**. Nelle economie avanzate l'attività ha rallentato, con **l'acuirsi delle tensioni sui mercati finanziari e della crisi del debito sovrano in alcuni paesi dell'area dell'euro, e l'incertezza è rimasta persistentemente elevata**.

Le perduranti azioni di risanamento dei bilanci sia pubblici sia privati, oltre che la debolezza del mercato immobiliare e del lavoro, hanno continuato ad agire da freno. Anche diverse economie emergenti hanno registrato un calo del ritmo di espansione, che si è tuttavia mantenuto robusto nel confronto con le economie avanzate.

Alla metà del 2012 il clima di fiducia su scala internazionale ha iniziato a mostrare segnali di stabilizzazione. Nel secondo semestre dell'anno l'attività è stata tuttavia frenata dai rincari dei beni energetici dovuti a interruzioni nella fornitura di petrolio, dai perduranti timori circa la risoluzione delle questioni connesse al debito sovrano nell'area dell'euro, dall'insoddisfacente performance dell'economia americana. Nell'insieme, la crescita mondiale è rimasta debole e la ripresa lenta. La decelerazione del commercio internazionale, iniziata nel 2010, si è intensificata nel corso del 2012: i dati disponibili segnalano una crescita del volume totale degli scambi di appena il 2,2 %, contro il +5,8 % del 2011.

L'area dell'euro

Dopo la brusca flessione del 2009, il PIL in termini reali dell'area dell'euro ha segnato una variazione di segno positivo per due anni consecutivi. Nel 2012, tuttavia, la crescita ha perso slancio e il prodotto lordo si è contratto di oltre mezzo punto percentuale. Il profilo evolutivo del PIL è stato influenzato in ampia misura dalla debolezza degli investimenti e dei consumi privati, che, a loro volta, hanno risentito sfavorevolmente del basso clima di fiducia, dei rincari dei prodotti energetici, dell'inasprimento dei criteri per l'erogazione del credito bancario e delle tensioni nei mercati del debito sovrano, causate principalmente dai timori circa la sostenibilità delle finanze pubbliche in alcuni paesi dell'area.

Il numero degli occupati, che aveva iniziato a diminuire nella seconda metà del 2011, è sceso ulteriormente nel corso del 2012. Dopo aver

raggiunto il minimo nella prima metà del 2011, il tasso di disoccupazione ha cominciato ad aumentare, raggiungendo livelli mai registrati dal 1995, anno di inizio delle serie statistiche per l'area dell'euro. Nel dicembre 2012 il tasso di disoccupazione si è attestato all'11,8%, segnando un incremento di quasi due punti rispetto al livello minimo dell'aprile 2011.

Nel corso del 2012 l'evoluzione dell'economia italiana è stata contraddistinta da un sensibile ridimensionamento della domanda interna. La marcata perdita di potere d'acquisto delle famiglie, a cui ha contribuito in misura notevole l'inasprimento del prelievo fiscale, ha determinato un calo dei consumi in termini reali del 4,3 %. Il volume degli investimenti si è invece contratto di 8 punti percentuali, risentendo degli ampi margini di capacità produttiva inutilizzata, del peggioramento del clima delle aspettative e delle difficoltà per le imprese nell'accesso al credito .

L'economia italiana

Nel 2012 il Pil ha segnato una diminuzione del 2,4% a prezzi costanti, annullando la leggera risalita registrata nei due anni precedenti. La recessione ha colpito la generalità dei settori produttivi, risultando però più pronunciata nelle costruzioni e nell'industria manifatturiera.

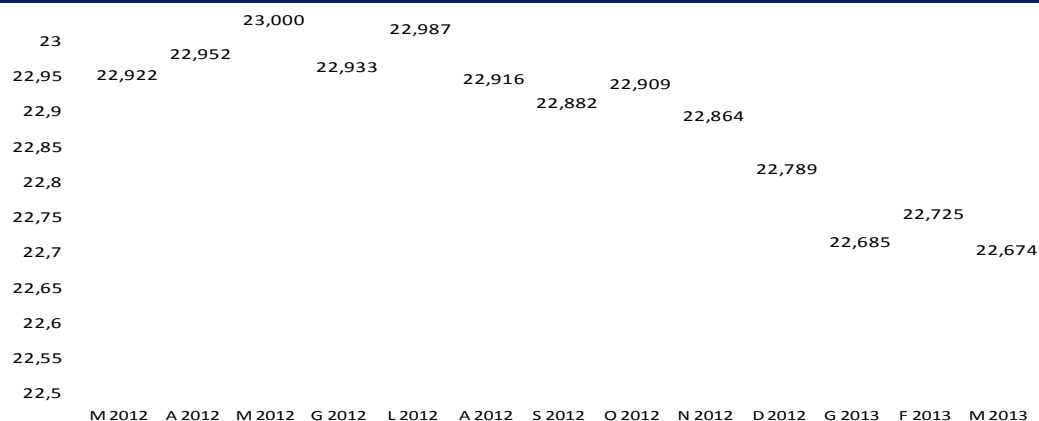
Nel corso del 2012 si è registrata una progressiva accentuazione delle tensioni sul mercato del lavoro. Ad una riduzione degli occupati relativamente contenuta rispetto all'andamento dell'attività economica, si è contrapposto un sensibile incremento del tasso di disoccupazione, che è passato dall'8,4% del 2011 al 10,7% del 2012. I risultati delle indagini condotte dall'ISTAT evidenziano, in tale contesto, altri due elementi di criticità: una crescita di sei punti percentuali del tasso di disoccupazione giovanile (35,3%) e un aumento di 1,2 punti del tasso di disoccupazione di lunga durata (6%).

Tab. 1 – Andamento del PIL nelle principali aree del Mondo (2011, stime 2012 – 2014; in %)

	2011	2012	2013	2014
Mondo	4,0	3,2	3,3	4,0
Economie avanzate	1,6	1,2	1,2	2,2
USA	1,8	2,2	1,9	3,0
Area Euro	1,4	-0,4	-0,3	1,1
Germania	3,1	0,9	0,8	1,5
Francia	1,7	0,0	0,3	0,9
Italia	0,4	-2,4	-1,5	0,5
Spagna	0,4	-1,4	-1,6	0,7
Giappone	-0,8	2,0	1,0	0,7
Regno Unito	0,9	0,2	0,7	1,5
Russia	4,3	3,4	3,4	3,8
Cina	9,3	7,8	8,0	8,2
India	7,7	4,0	5,7	6,2
Brasile	2,7	0,9	3,0	3,4

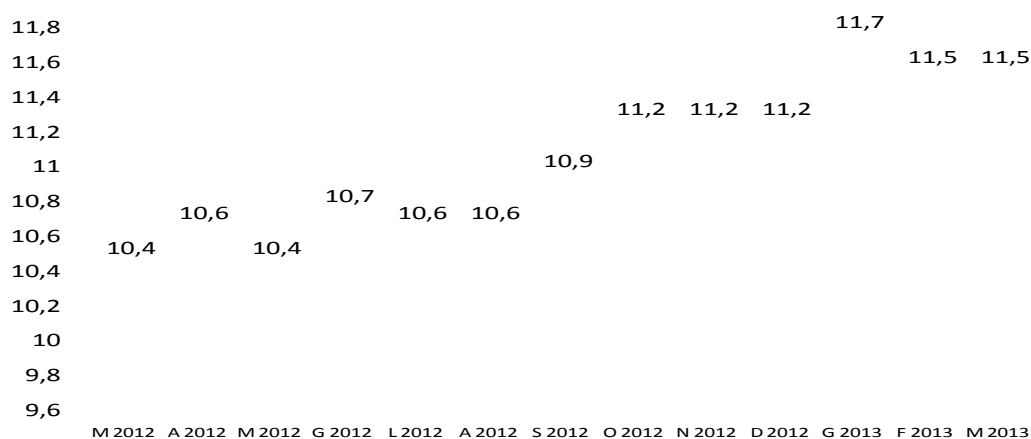
Fonte: International Monetary Fund, World Economic outlook, April 2013

**Graf. 1 – Andamento degli occupati in Italia
(Valori assoluti in milioni; marzo 2012 – marzo 2013)**



Fonte: Istat

**Graf. 2 – Andamento del tasso di disoccupazione in Italia
(In %; marzo 2012 – marzo 2013)**



Fonte: Istat

I risultati dell'economia provinciale nel 2012 – 2013

Il 2012 ha rappresentato per l'economia del frusinate un anno di difficoltà, avendo evidenziato tutti i principali indicatori macroeconomici tendenze sfavorevoli. Crescenti complessità di ordine congiunturale si sono riscontrate nella generalità dei settori, dato il netto peggioramento delle diverse componenti della domanda aggregata e del clima di fiducia degli operatori. Tale peggioramento ha intensificato le tensioni sul mercato del lavoro, facendo lievitare il tasso di disoccupazione (specie quello dei giovani di 15-24 anni), ed è stato accompagnato da un ragguardevole aumento del numero delle imprese cessate.

Il riflesso della recessione sui flussi creditizi e sui rapporti banche - imprese

A rendere ancora più difficile la situazione ha contribuito **l'irrigidimento degli intermediari nella concessione dei finanziamenti (-5,1% gli impieghi bancari in provincia di Frosinone nel 2012: Italia -1,2%), che ha finito col penalizzare soprattutto le strutture produttive di piccola dimensione (tasso di interesse a breve a dicembre 2012: Frosinone 8,6%; Italia 7,8%).**

Molto sentito, in particolare, risulta il problema dell'onerosità del credito che spinge molte aziende a non chiedere prestiti o chiudere le linee di credito possedute. Una parte, minoritaria ma crescente, di imprese provinciali si trova a fronteggiare difficoltà di tipo economico-produttivo e finanziario a fronte delle quali le banche non accolgono richieste di fido o avanzano richieste di rientro, con ulteriori effetti negativi in termini di liquidità disponibile. Il sistema dei Confidi, che rappresenta in Italia un importante veicolo di accesso al credito soprattutto per le imprese più piccole e sottocapitalizzate presenta in provincia ampi margini di potenziamento.

Per altro verso, l'ulteriore inasprimento della tassazione, ha colpito in misura più pronunciata le famiglie della fascia intermedia, contribuendo a rendere la circolazione di risorse più lenta e farraginosa.

Nel 2012 la dinamica del valore aggiunto a prezzi correnti segna un -3,2%

A tal proposito, **nel 2012, il valore aggiunto a prezzi correnti è arretrato significativamente in quasi tutti i settori, facendo registrare un calo mediamente pari al 3,2%.** Calo che – date le caratteristiche strutturali dell'economia del frusinate e, in particolare, la sua spiccata vocazione per le attività della trasformazione – è apparso più pronunciato di quello stimato per le altre province laziali, avendo segnato l'aggregato in esame un -2,8% a Latina, un -2,6% a Viterbo, un -2% a Rieti e un -0,1% a Roma.

L'industria manifatturiera

Sui risultati dell'industria manifatturiera ha pesato la caduta della domanda interna di beni durevoli e semidurevoli, che è la componente più sensibile ai cambiamenti del quadro congiunturale e del clima delle aspettative. A tale caduta si è sommata la netta decelerazione delle esportazioni, le quali avevano consentito nel biennio 2010-2011 di attenuare le perdite sul mercato interno.

Per far fronte alle crescenti difficoltà, le imprese manifatturiere hanno drasticamente ridotto il grado di utilizzo degli impianti e hanno tagliato gli investimenti in macchine, attrezzature e mezzi di trasporto, come suffragato dalla diminuzione di quasi 20 punti percentuali dei relativi finanziamenti. **Esse inoltre sono ricorse in misura massiccia agli ammortizzatori sociali, imprimendo così una forte accelerazione alle ore di Cassa integrazione ordinaria, le quali hanno scavalcato nel consuntivo dell'anno la soglia dei 7,6 milioni (+84,3% rispetto al 2011).** Naturalmente, a questo risultato hanno in parte contribuito i ripetuti blocchi della

Le costruzioni

produzione degli stabilimenti di Cassino.

Oltre al **ridimensionamento dei lavori per opere pubbliche, sul settore delle costruzioni hanno pesato altri due fattori. Il primo di questi è rappresentato dallo sfavorevole andamento degli investimenti in edilizia non residenziale**, i quali hanno accusato un calo nella provincia del 10% (Fonte: Cresme), contro il -12,9% rilevato su scala regionale. Il secondo fattore è dato invece dal **crollo delle compravendite sul mercato immobiliare, il cui numero, secondo i dati dell’Agenzia del territorio, si è ridotto del 26,8%**, a fronte di una media regionale pari a -26,5%.

Il terziario

Sul terziario ha inciso negativamente la caduta dei consumi delle famiglie, ascrivibile all’erosione del reddito disponibile e al deterioramento delle prospettive occupazionali. Nonostante le difficoltà, il terziario sembra comunque aver risentito meno degli altri settori dell’impatto della recessione.

Per quanto riguarda la **distribuzione commerciale, la sua evoluzione è stata condizionata nel periodo in esame dal marcato arretramento della spesa per le diverse categorie di beni.** Il valore delle vendite dei beni per la casa (elettrodomestici, mobili, prodotti dell’elettronica e prodotti dell’ICT) ha accusato una contrazione del 10,8%, contro il -9,2 stimato per l’intera economia laziale (Osservatorio Findomestic). Un sensibile ridimensionamento hanno mostrato anche le immatricolazioni di nuove autovetture (-29,2%) ed il numero di motoveicoli acquistati (-30,4%).

Nell’ambito delle **attività turistiche** si sono riscontrate tendenze piuttosto contrastanti: se è vero infatti che nel 2012, secondo le stime della Banca d’Italia, i pernottamenti dei turisti stranieri nella provincia si sono accresciuti del 9,8% e la relativa spesa del 26,2% (contro valori medi regionali rispettivamente pari a -5,5 e -1,2%); è anche vero, però, che l’ASPI ha segnalato una **netta flessione del traffico autostradale in entrata al casello di Frosinone.** Senza considerare che nei comparti più strettamente collegati con i flussi turistici, cioè nella ristorazione e negli esercizi ricettivi, si è registrato un significativo ampliamento del saldo negativo di natalità aziendale.

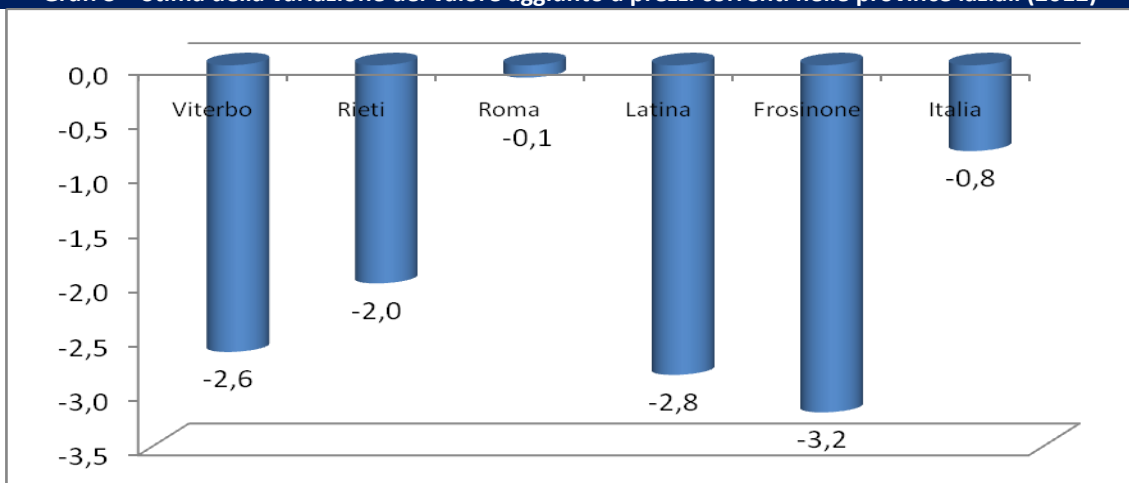
Il mercato del lavoro

Come si è già detto, nel 2012 si sono notevolmente accentuate le tensioni sul mercato del lavoro. Sospinto dalla **crescente massa di giovani in cerca di impiego, il tasso di disoccupazione ha segnato una brusca accelerazione, avvicinandosi nella media dell’anno alla soglia del 13%** (due punti percentuali in più rispetto alla media nazionale). Parallelamente, **il numero degli occupati – nel quale sono compresi i lavoratori in Cassa integrazione – si è ristretto del 3,6%**, a fronte della sostanziale invarianza rilevata per l’intera economia laziale (-0,1%). Tuttavia, a livello settoriale è emersa una notevole variabilità di andamento: l’occupazione si è infatti accresciuta nel terziario (+2,7%) e si è ridotta negli altri settori di attività, cioè agricoltura (-36,3%), industria in senso

stretto (-14,1%) e costruzioni (-13,8%). Per effetto di tali andamenti, il peso del terziario (in termini di addetti) sull'economia provinciale è ulteriormente lievitato, avvicinandosi alla soglia del 70%.

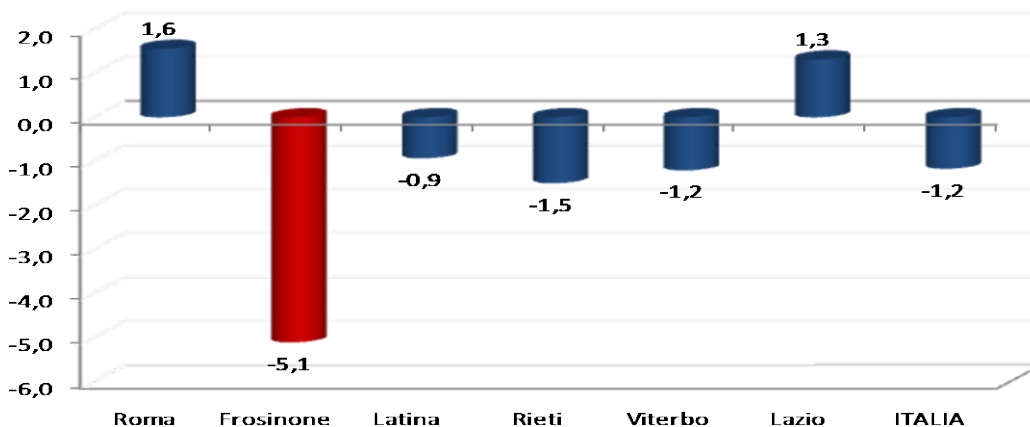
Si tratta di una percentuale certamente elevata, anche se occorre tenere presente che **lo sviluppo assunto dai processi di razionalizzazione si risolve spesso in un "artificioso" ingrossamento delle attività dei servizi, a scapito dei comparti dediti alla produzione materiale**, rappresentati dall'agricoltura e soprattutto dall'industria tradizionalmente in grado di fornire maggiore ricchezza aggiuntiva.

Graf. 3 – Stima della variazione del valore aggiunto a prezzi correnti nelle province laziali (2012)



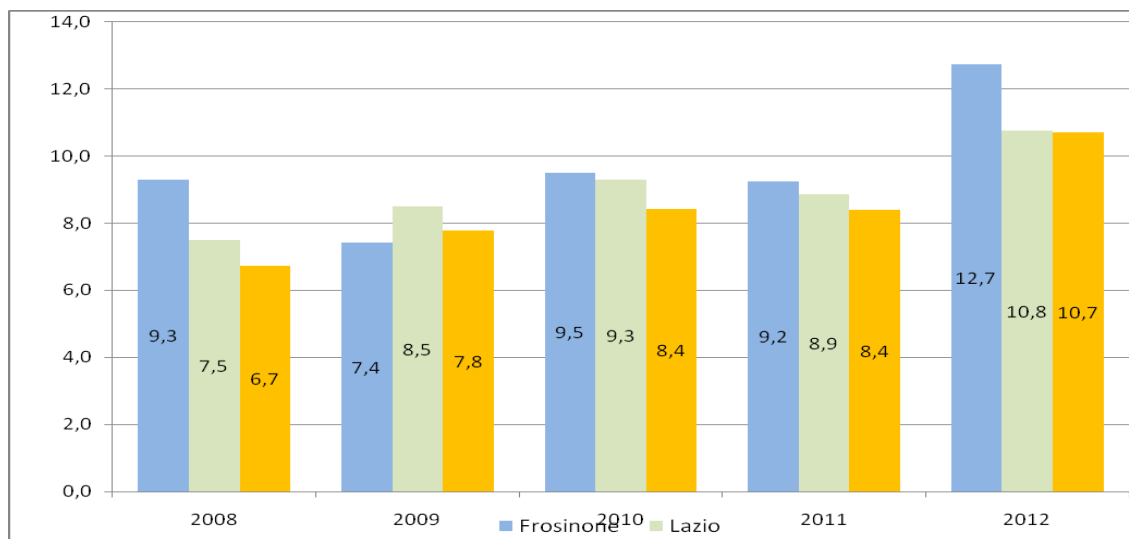
Fonte: Istituto Guglielmo Tagliacarne

Graf. 4 – Variazione degli impieghi nelle province laziali, nel Lazio e in Italia nel 2012 (in %)



Fonte: elaborazione su dati Banca d'Italia

Graf. 5 – Tasso di disoccupazione nella provincia di Frosinone, nel Lazio e in Italia (2008-2012)



Fonte:

Elaborazione su dati ISTAT

Le azioni di sviluppo

Si segnalano alcune direttrici di sviluppo, mirate a:

- **la riattivazione dei flussi economici della provincia;**
- **l'adeguamento dei fattori strutturali del territorio;**
- **l'incremento della competitività delle imprese.**

Per il sistema produttivo della provincia di Frosinone, ciò si traduce nei seguenti assi di attività prioritari:

- **Internazionalizzazione per le PMI;**
- **Innovazione tecnologica non solo per il comparto industriale;**
- **Aggregazioni di imprese;**
- **Credito e confidi;**
- **Turismo integrato;**
- **Semplificazione burocratica;**
- **Infrastrutture e trasporti.**

Le priorità di sviluppo in provincia di Frosinone

Il ruolo del Sistema delle Camere di commercio

Sul versante delle politiche per l'**internazionalizzazione**, l'ingresso di Unioncamere nella Cabina di Regia sancita dalla Legge 15 luglio 2011 contribuisce ad individuare nelle Camere di commercio il casello di entrata per le politiche di internazionalizzazione. L'aumento del numero di imprese esportatrici ed il loro consolidamento sui mercati rappresenta uno degli obiettivi prioritari per il prossimo triennio. Verrà promossa la realizzazione di sportelli per le attività internazionali, con la funzione primaria di costituire punti informativi e di primo orientamento. Si prevede di definire un servizio armonizzato capace di rispondere alle esigenze delle imprese che già esportano e orientare le potenziali esportatrici. Unioncamere, in sinergia con il Ministero degli Affari Esteri, il Ministero dello Sviluppo Economico e le Regioni, definirà annualmente un calendario di fiere e missioni, individuando i casi suscettibili di cofinanziamento.

La proiezione all'estero

Al fine di rendere più efficaci gli sforzi sui **mercati internazionali e la diffusione dell'innovazione**, il Sistema Camerale promuove la **qualificazione della produttività, le eccellenze produttive e l'aggregazione di imprese**. Gli studi condotti dal Sistema Camerale indicano che le imprese che operano nell'ambito di agglomerazioni produttive e/o di scopo risentono in misura minore degli effetti recessivi. I **Contratti di Rete** rappresentano gli strumenti privilegiati per perseguire gli obiettivi della qualificazione delle filiere del Made in Italy. Le reti costituiscono la leva principale per creare alleanze strategiche. Su questo tema, verranno sviluppati prototipi su alcune filiere, a partire dal settore agroalimentare, della moda e del legno, al fine di fornire modelli organizzativi e favorire una maggiore diffusione dei Contratti di Rete sul territorio. Proseguiranno, inoltre, gli sforzi di promozione

L'aggregazione di scopo

dei sistemi di **tracciabilità e qualificazione produttiva nelle filiere produttive**.

Lo snellimento burocratico

Occorre poi favorire il contesto operativo e limitare le diseconomie esterne che le imprese devono sopportare. Il Sistema Camerale è impegnato nella **riduzione degli oneri burocratici e nella riduzione dei tempi occorrenti per l'avvio di nuove iniziative**. Inoltre, saranno elaborate proposte di snellimento da proporre al Governo. Verrà sperimentato lo sportello antiburocrazia: un punto di ascolto, anche telematico, delle difficoltà riscontrate con la Pubblica Amministrazione. In seguito, verranno avviate azioni di analisi con l'obiettivo di individuare possibili soluzioni interpretative o normative.

Il turismo

Inoltre, in provincia occorre orientare le politiche formative e di sostegno allo **start up di nuove iniziative imprenditoriali giovanili in settori mirati** e che sono coerenti con le **vocazioni produttive** espresse dal modello di sviluppo dell'economia di Frosinone. Si pensi, a tal proposito, al **turismo**, rispetto al quale il territorio provinciale ha ancora una potenzialità inespressa, poiché può valorizzare risorse rurali, gastronomiche, storiche, culturali e religiose, oltre che ambientali, nonché la vicinanza a poli turistici di rilievo per dare luogo a percorsi turistici integrati. Occorre una politica di accordi con i *tour operator*; occorre una politica promozionale adeguata, sui mercati esteri; serve una scelta dei mercati-target, puntando su nicchie ad elevata capacità di spesa.

Il credito

Sul versante dei **rapporti banche – imprese**, in provincia permangono elementi di riflessione, nella misura in cui gli impieghi si contraggono ampiamente nel 2012 ed i tassi effettivi di interesse praticati alle imprese sono da sempre più elevati della media italiana, configurandosi come elemento di squilibrio competitivo sia per le imprese che operano sul mercato locale, sia per quelle attive sui mercati esteri, ove il differenziale è ancora più marcato.

Le infrastrutture immateriali

Il **sistema dei Confidi** può favorire l'accesso al credito di un più ampio ventaglio di imprese locali; occorre, tuttavia, potenziare le risorse disponibili e, soprattutto, comunicare meglio i servizi messi a disposizione alle imprese minori.

Infine, alcuni fattori specifici dell'assetto produttivo della provincia esercitano effetti negativi sulla competitività dal lato dell'offerta, ad iniziare da una dotazione infrastrutturale non ancora pienamente sviluppata: la dotazione di **servizi di banda larga**, ad esempio, è pari al 70,5% della media nazionale, mentre i **servizi per le imprese (R&S, servizi reali)** risultano pari al 69,8%, determinando una modesta capacità di attrazione degli investimenti produttivi.

Il quadro normativo e l'adeguamento al cambiamento istituzionale

Nel corso dell'ultimo quinquennio il Sistema camerale ha conosciuto ed attraversato profonde trasformazioni, in particolare grazie alla riforma dell'ordinamento delle Camere di commercio approvata con il decreto legislativo n. 23 del 2010.

Il sistema è uscito rafforzato dalla riforma innanzitutto sul fronte della collocazione istituzionale, ormai definitivamente incardinata all'interno della categoria degli enti dotati di autonomia funzionale che operano in base al principio di sussidiarietà orizzontale espressamente previsto dalla Costituzione, e poi sul fronte della struttura a rete del sistema. Nel contempo alle Camere sono state attribuite nuove funzioni qualificando il loro ruolo e la loro mission.

Grazie a questo importante traguardo, che ancora sta dispiegando i suoi effetti attraverso un'attività di progressiva attuazione normativa della riforma, l'Ente camerale si trova ad affrontare un quinquennio che si annuncia decisivo, caratterizzato da un contesto che sta subendo radicali cambiamenti, sul versante economico e istituzionale.

Il quadro normativo continuerà a conoscere nei prossimi anni profonde innovazioni, che non potranno non coinvolgere anche il Sistema camerale. Prime fra tutte la riforma dei livelli territoriali di governo, con il riordino di tutti i soggetti operanti sui territori, a partire dalle Regioni e dalle Province. In questo scenario, è importante che anche l'Ente possa adeguarsi ai nuovi equilibri che si andranno delineando, valorizzando la propria specificità e rafforzando anche in questa fase la propria mission istituzionale.

Nel corso del 2014 la Camera, anche grazie al tassello posto dalla riforma del 2010, dovrà essere in condizione di poter affrontare e trasformare le importanti opportunità da cogliere.

Parte della riforma è stata già attuata in questi anni, come ad esempio, con i due decreti ministeriali relativi alla formazione degli organi, tuttavia nei prossimi anni vi saranno nuovi provvedimenti per adeguare gli Enti camerali, nell'ambito del Sistema, al nuovo contesto istituzionale che si sta definendo, anche in base, ai provvedimenti di *spending review*. In questo quadro, pur non dovendosi il sistema assimilare alle Province ed al loro percorso di riordino basato su parametri rigidi e non adatti alle sue peculiarità ed al suo posizionamento istituzionale, la Camera di commercio dovrà trovare la dimensione ottimale per continuare ad essere un sistema pienamente efficiente in grado di svolgere, oltre le funzioni istituzionali che gli sono state attribuite, ulteriori attività, diventando titolare di nuove importanti competenze. È attraverso questo percorso di ricerca di economie di scala e di maggiore efficienza che l'Ente dovrà guardare ai prossimi anni, esercitando in pieno la propria autonomia.

In tale contesto le Camere di commercio, enti esponenziali e di autogoverno del sistema delle imprese, articolazioni vitali per tenere insieme il tessuto economico e sociale, hanno già iniziato il cammino di autoriforma.

Nell'ottica della propria natura di autonomia funzionale esse hanno dato impulso ad un progetto di ridisegno dell'organizzazione territoriale e di ridefinizione ed accorpamento delle proprie funzioni, per rendere il proprio sistema ancora più efficiente, creando le condizioni per lo svolgimento di nuove funzioni al servizio delle imprese, senza oneri aggiuntivi per lo Stato ed il sistema imprenditoriale.

Nel quadro di riforma dei livelli di governo, con il riordino di tutte le Istituzioni operanti sui territori, l'impegno della Camera di Commercio è teso all'adeguamento ai nuovi equilibri che si andranno delineando, valorizzando la propria specificità e rafforzando, anche in questa fase, la propria mission istituzionale.

Risorse umane, economiche e finanziarie

Risorse umane

La dotazione organica dell'Ente è stata fissata in n.71 unità con la deliberazione della Giunta camerale n. 128 del 22 dicembre 2008 relativa alla verifica del fabbisogno di personale.

In realtà, a fronte di tale dotazione organica teorica, al 30 dicembre 2013, presteranno effettivamente servizio n. 53 dipendenti, compreso un Dirigente a tempo determinato, con incarico di Segretario Generale e Conservatore del Registro delle Imprese.

I dipendenti sono così raggruppabili, in funzione di sesso, anzianità di servizio, età anagrafica e titolo di studio (dati al 14 ottobre 2013):

donne	uomini
27	26

anzianità di servizio		
0/15	16/30	31/43
19	27	7

età anagrafica	
< 39	40/65
2	51

titolo di studio			
scuola media	diploma	laurea	post laurea
3	26	23	1

Il 31.12.2012 si è avuta la cessazione di un'unità di personale di categoria C; infine, grazie alla conclusione della selezione per una categoria protetta, è entrata in servizio un'unità di categoria B1.

Al contrario, non si sono ancora concluse la mobilità per 2 figure dirigenziali e la procedura per le ulteriori 2 unità di categoria C non acquisite in mobilità.

Pertanto, al 1° gennaio 2014, salvo interventi normativi in materia, la situazione delle carenze di personale sarà la seguente:

	in dotazione	effettivi	carenze
Dirigenti	3	1	- 2
Categoria D:			
Posizione di ingresso D 3	6	4	- 2
Posizione di ingresso D1	13	10	- 3
Categoria C:	29	20	- 9
Categoria B:			
Posizione di ingresso B3	9	9	
Posizione di ingresso B1	11	9	- 2
TOTALI	71	53	- 18

Le carenze sono, perciò, considerevoli e rappresentano il 25% circa del totale delle risorse umane previste in dotazione organica. Tale consistenza peraltro vedrà un'ulteriore riduzione nel corso dell'anno 2016 per la cessazione di 2 unità e del 2017 per la cessazione di un'ulteriore unità, almeno allo stato attuale poiché il disposto del D.L. n. 101 del 31/08/2013 non è stato ancora operativamente chiarito.

Il contingente risente, inoltre, l'effetto ulteriormente riduttivo della fruizione da parte di alcuni dipendenti di permessi e congedi previsti da vari istituti legislativo / contrattuali:

- aspettativa sindacale, ne fruisce 1 unità in servizio appartenente alla categoria C;
- aspettativa per dottorato di ricerca, ne fruisce 1 unità in servizio appartenente alla categoria C;
- part-time, ne fruisce un dipendente di categoria B3;
- Legge 104/92, ne fruiscono 6 dipendenti per 3 giorni pro capite mensili;
- permessi per cariche elettive, spetta, attualmente, ad 1 dipendente per 24 ore mensili, cui possono aggiungersi altre 48 ore per i capigruppo;
- permessi a tutela della maternità, spettano attualmente per 14 minori, sino a otto anni di età.

Pertanto, si può stimare che i congedi, permessi, aspettative e part-time, producano una riduzione media del monte ore di prestazioni lavorative del personale in servizio, per il corrispondente di circa 4 unità di lavoro.

L'Ente, inoltre, si è servito negli ultimi dieci anni di personale in somministrazione. La riduzione delle spese per fornitura di lavoratori in somministrazione, operata dalla legge 12 novembre 2011, n. 183, art. 4, comma 102, che ha esteso alle Camere di Commercio l'art. 9, comma 28, del DL 78/2010, convertito nella L. n. 122 del 30 luglio 2010, ha determinato il taglio del 50% della spesa sostenuta nell'anno 2009 per tale finalità. Attualmente prestano servizio sei lavoratori in somministrazione.

La evidente riduzione di unità di personale in relazione alle carenze organiche descritte, è fortemente penalizzante dell'operatività della Camera, che dovrà riassegnare al personale interno anche le attività svolte sino ad ora da tali unità lavorative.

Per la formulazione delle previsioni per l'anno 2014, si segnalano alcune sostanziali modifiche introdotte anche in materia di facoltà assunzionali dall'art. 14 del D.L. 06/07/2012, n. 95, convertito, con modificazioni, dalla L. 07/08/2012, n. 135.

Risorse economiche e finanziarie

Relativamente ai dati di previsione delle risorse finanziarie da destinare ai singoli programmi, occorre precisare che la corrente edizione della programmazione deve essere inquadrata nell'ambito delle novità nell'ordinamento contabile introdotte con il D.M. 27 marzo 2013, che prevedono, tra l'altro, la predisposizione del budget economico pluriennale. Pertanto, quest'anno, per la prima volta, oltre al budget annuale, dovrà essere predisposto, entro il mese di dicembre, un budget pluriennale (2014-2016).

Secondo le prime stime nel 2014 l'ammontare totale dei proventi che si prevede di realizzare è di circa Euro 11.000.000, di cui circa Euro 8.300.000 derivanti da diritto annuale.

I proventi da diritto annuale comprendono, ai sensi del documento dei principi contabili emanati con circolare del Ministero dello Sviluppo Economico n.3622/C del 05.02.2009, oltre al diritto annuale di competenza le sanzioni e gli interessi di mora.

Nell'anno 2013, rispetto al 2012, gli incassi da diritto annuale hanno subito una leggera flessione attribuibile all'andamento negativo dei fatturati delle imprese.

Nel periodo 2014-2017, in conseguenza di una attesa ripresa dell'economia, si prospetta un leggero aumento, nell'ordine di un punto percentuale, degli incassi da diritto annuale.

Si delinea, invece, una contrazione, nell'ordine di due punti percentuali, dei diritti di segreteria attribuibili all'effetto delle innovazioni normative in materia di semplificazione e "decertificazione".

Dal lato delle spese si può presumere che i costi di funzionamento dell'Ente (oneri vari di funzionamento, spese per gli organi istituzionali, quote associative) assorbiranno il 23% dei proventi correnti complessivamente realizzati dall'Ente nel corso dell'anno 2013, risultando inferiori a quelli degli anni precedenti. Si prevede un consolidamento di tale andamento nel periodo 2014-2017.

I costi del personale, nell'anno 2013, (retribuzioni, oneri sociali, accantonamento T.F.R.) incidono per il 25% sulle entrate correnti, con una riduzione riconducibile al minor numero di unità impiegate presso l'Ente Camerale nonché a livelli retributivi più bassi.

Gli ammortamenti e accantonamenti assorbono il 27% dei proventi correnti. Dal 2012 al 2017, rispetto all'anno 2010, è maggiore del 55% il valore degli ammortamenti per le immobilizzazioni materiali. Infatti, vista l'ultimazione dei lavori di ristrutturazione della sede storica di via De Gasperi, dal 2012 si è ripreso l'ammortamento del valore dell'immobile, a cui si è aggiunta una percentuale del 3% dei lavori di ristrutturazione. Inoltre, è cresciuto negli anni l'accantonamento a fondo svalutazione crediti in conseguenza sia dell'ampliamento del numero delle imprese inadempienti al pagamento del diritto annuale nonché ad un aumento delle percentuali di mancata riscossione con riferimento agli ultimi ruoli emessi.


Nell'ipotesi di un *bilancio in pareggio*, le risorse che potranno essere complessivamente destinate al finanziamento degli interventi programmatici nel periodo 2013-2017 (margine operativo) ammonteranno sui due milioni e settecento mila euro .

Per il piano degli investimenti è opportuno evidenziare che, dal 2014, si prospettano nuovi lavori sulla sede di via De Gasperi al fine di realizzare un ampliamento della stessa che la renda funzionale ed operativa.

Tenuto pertanto conto delle esigenze poste dal rinnovato quadro normativo in materia di contabilità delle Camere di Commercio, e della necessità di definire modalità applicative uniformi anche a livello di sistema, si ritiene di dover prevedere l'assegnazione delle risorse agli interventi economici all'atto della predisposizione del Preventivo 2014.

Partecipazioni strategiche e di sistema

La Camera di Commercio promuove, realizza e gestisce strutture e infrastrutture di interesse economico generale, a livello locale, regionale e nazionale, sia direttamente o mediante la partecipazione a enti, consorzi, società, allo scopo di rafforzare il territorio di Frosinone e migliorare l'offerta di servizi alle imprese che vi sono insediate.

					
Partecipazioni della Camera di Commercio di Frosinone distinte per settore al 7 ottobre 2013					
SISTEMA CAMERALE	FORMAZIONE	ASSIST. IMPRESE	INFRASTRUTTURE	SERVIZI E TURISMO	ENTI ED ORGANISMI
Infocamere S.c.p.a.	CAMCOM Universitas Mercatorum S.Cons.R.L.	Palmer S.c.ar.l.	Società Interporto Frosinone S.p.A.	Valle dei Latini S.c.p.a. <i>in liquidazione</i>	Fabrica dei Talenti
Tecnoholding S.p.A.			Aeroporto di Frosinone S.p.A.		Unionfilire
Retecamere S.c.r.l. <i>in liquidazione</i>			Ciociarìa Sviluppo S.c.p.a. <i>in liquidazione</i>		
TecnoService camere			Consorzio Sviluppo Industriale Frosinone		
IC Outsourcing S.c.r.l.			Consorzio Sviluppo Industriale Lazio Meridionale		
Job Camere Srl					

Si riporta di seguito, in sintesi, l'oggetto sociale delle società partecipate, con indicazione del loro capitale sociale al 31 dicembre 2012 ed il valore percentuale della partecipazione della Camera di Commercio di Frosinone.

LE PARTECIPAZIONI			
OGGETTO SOCIALE	DENOMINAZIONE SOCIETÀ	CAPITALE SOCIALE AL 31/12/2012	PARTECIPAZIONE (VAL. %)
Organizzazione e gestione di un sistema informatico nazionale, in nome e per conto delle Camere di Commercio.	INFOCAMERE S.C.P.A./ROMA	Euro 17.670.000,00	0,78%
Organizzazione, gestione e potenziamento di strutture immobiliari.	TECNO HOLDING S.P.A./ ROMA	Euro 25.000.000,00	0,52%
Attività di assistenza e consulenza nei settori tecnico-progettuali, direzione di lavori, V.I.A., organizzazione e gestione delle strutture e infrastrutture di interesse comune dei soci.	TECNOSERVICECAMERE S.C.P.A./ROMA	Euro 1.318.941,00	0,22%
Predisposizione, effettuazione e gestione di servizi volti all'immagazzinamento ed alla movimentazione di archivi cartacei; acquisizione ed elaborazione dati.	I.C. OUTSOURCING S.R.L./PADOVA	Euro 372.000,00	0,47%
Somministrazione di lavoro, intermediazione ai sensi dell'art. 2, co. 1, lett. B) del D.Lgs. 276/2003, ricerca e selezione del personale, supporto alla ricollocazione del personale, formazione e addestramento di lavoratori.	JOB CAMERE S.R.L.	Euro 600.000,00	0,47%
Realizzazione e gestione di un interporto (centro intermodale).	SOCIETA' INTERPORTUALE FROSINONE S.P.A.- S.I.F./FROSINONE	Euro 6.366.419,75	9,83%
Progettazione, costruzione e manutenzione del complesso aeroportuale di Frosinone.	AEROPORTO DI FROSINONE S.P.A.- A.D.F./FROSINONE	Euro 5.977.350,00	20,91%
Coordinamento e gestione di attività mirate alla promozione, realizzazione e gestione di programmi di ricerca, sperimentazione collaudo e diffusione nei campi dell'innovazione scientifica, tecnologica e organizzativa.	PARCO SCIENTIFICO E TECNOLOGICO DEL LAZIO MERIDIONALE S.C.AR.L.- PAL.MER./LATINA	Euro 685.020,00	13,07%
Promozione della crescita del tessuto produttivo del territorio della provincia di frosinone e dell'incremento occupazionale nello stesso.	CIOCIARIA SVILUPPO S.C.P.A./ FROSINONE	Euro 224.780,00	10,00%
Promozione dell'industrializzazione e dell'insediamento di altre attività produttive nelle aree del territorio di competenza.	CONSORZIO PER LO SVILUPPO INDUSTRIALE DEL LAZIO MERIDIONALE – COSILAM/CASSINO (FR)	Euro 95.951,00	4,52%
Consorzio per lo sviluppo industriale frosinone – asi/frosinone	CONSORZIO PER LO SVILUPPO INDUSTRIALE FROSINONE – ASI/FROSINONE	Euro 435.027,00	18,39%
promozione, coordinamento e gestione di tutte le attività dirette alla crescita socio economica, produttiva e occupazionale dell'area coincidente con il territorio del distretto rurale della valle dei latini	DISTRETTO RURALE ED AGROALIMENTARE DELLA VALLE DEI LATINI	Euro 120.000,00	9,80%
Università telematica a distanza abilitata a rilasciare titoli accademici	UNIVERSITAS MERCATORUM S. CONS. R.L.	Euro 338.864,00	0,74%
Sviluppo, coordinamento e realizzazione di attività e di servizi a sostegno dell'azione del sistema delle camere di commercio	RETECAMERE S.C.AR.L	Euro 900.000,00	0,06%

ASSOCIAZIONI E FONDAZIONI		
Coltivare i Talenti per lo sviluppo del Territorio	FONDAZIONE FABRICA DEI TALENTI	Euro 10.000,00 (adesione)
Promozione del Made in Italy delle filiere	UNIONFILIERE (Associazione, dd.dd. 83/2013 e 261/2013)	Euro 12.000,00 (contributo associativo annuale)

La mission

Attraverso i programmi previsti dalla Relazione Previsionale e Programmatica 2014 la Camera di Commercio di Frosinone dà attuazione alla sua missione dando il proprio contributo alla modernizzazione del sistema istituzionale e alla competitività del tessuto imprenditoriale, agendo direttamente su molte leve sensibili, dall'internazionalizzazione al credito, dalle infrastrutture alla sostenibilità ambientale, dalla semplificazione al presidio delle regole, dall'incremento della produttività per sostenere l'occupazione e lo start up d'impresa all'innovazione, dalla valorizzazione delle risorse umane a una maggiore attenzione al ruolo dei giovani e del sistema scolastico, promuovendo la qualità delle filiere ed il turismo, sviluppando le capacità di lettura ed interpretazione delle esigenze del territorio e mettendo in primo piano la razionalizzazione delle proprie funzioni e l'adeguamento degli assetti organizzativi.

Con interventi innovativi, e grazie ad un decentramento telematico e funzionale sempre più pressante, essa intende assicurare una presenza diffusa sul territorio, anche attraverso lo sviluppo di forme di collaborazione con le Associazioni di categoria. Verranno sostenute iniziative per lo sviluppo di sinergie sempre più stringenti tra mondo produttivo e mondo istituzionale, nuove aggregazioni tra imprese, servizi di valorizzazione dell'ingente patrimonio culturale, artistico, religioso, naturalistico e enogastronomico dei diversi contesti.

In linea con il principio della sussidiarietà, mediante il ricorso continuo al metodo della cooperazione con il Sistema camerale e con le Associazioni di categoria, l'Ente si propone sempre più come interlocutore privilegiato della Regione per la gestione delle funzioni rivolte alle imprese. Per tradurre in fatti la sua aspirazione di motore di sviluppo, la Camera di Commercio di Frosinone conferma il suo impegno per elaborare, verso l'esterno, una vera e propria strategia di alleanze a vari livelli, allo scopo di individuare, insieme, i punti di forza e di debolezza del territorio.

Le priorità dell'azione camerale

Il processo di globalizzazione e la dinamica socio-demografica della popolazione stanno introducendo elementi di mutamento nei modelli di crescita tradizionali.

Anche a livello provinciale è in corso una profonda ristrutturazione del sistema economico alla quale le imprese e le istituzioni devono saper adeguatamente rispondere. Si assiste alla ridefinizione dei comparti produttivi, dei sistemi di business e dei mercati, e il concetto di dimensione di impresa assume il significato di dimensione strategica, intesa come la capacità di creare e gestire reti in grado di catturare i flussi informativi e di conoscenza.

La Camera di Commercio deve quindi rappresentare un volano per attivare alcune grandi progettualità strategiche per lo sviluppo del territorio, che possano produrre un effetto moltiplicatore di ulteriori risorse attivabili a livello regionale, nazionale e comunitario.

Nell'indicare nella presente programmazione le aree di intervento prioritarie sulle quali l'Ente Camerale dovrà impegnarsi nel corso del 2014, si precisa che le risorse da destinare a tali iniziative dovranno in larga parte valorizzare progetti strategici per l'economia locale riservando, tuttavia, anche risorse utili a sostenere progetti pilota di largo respiro proposti dalle singole associazioni imprenditoriali.

In questo contesto, come emerso dagli osservatori di settore, il sistema economico-produttivo frusinate ha dovuto affrontare elementi di elevata criticità.

Ciononostante sono in atto meccanismi di riallocazione delle risorse che occorre considerare ed approfondire per poter meglio formulare giudizi e mettere in atto politiche in grado di sostenere gli accenni di sviluppo visibili senza “snaturare” il pattern di crescita indicato dal territorio.

Alla luce degli scenari economici e istituzionali prospettati risulta evidente che nel periodo di mandato la priorità da perseguire con determinazione per il rilancio del sistema produttivo è rappresentata dall'attivazione dei presupposti per una rapida ripresa del cammino della crescita e dalla creazione delle condizioni necessarie allo sviluppo.

Nel far questo, bisogna superare tipologie e modalità di intervento ormai inadeguate a fronteggiare la crisi in atto. I percorsi di trasformazione continua fin qui seguiti dalle imprese impongono infatti di trovare nuove idee e nuove risposte, partendo dalle radici del territorio ed impegnandosi ad elaborarle in una logica di sistema.

Fondamentali, a tal riguardo, saranno le scelte verso l'Europa e la capacità di rendere sempre più partecipe il territorio di questi orientamenti, per formulare e ri-formulare proposte tali da far sì che le nostre imprese avvertano l'Ente camerale come compagno naturale di percorso.

Una Camera di commercio, insomma, che è pronta ad essere protagonista in un'Europa più integrata, a misura d'impresa e in una effettiva logica di rete.

Sulla base di quanto previsto nel Programma Pluriennale 2012-2017, i programmi presenti nella Relazione Previsionale e Programmatica 2014 poggiano sui pilastri della **competitività**, della **produttività**, e dell'**attrattività del territorio** per il rilancio del sistema produttivo, ed intendono immettere nuove energie per il rilancio del sistema socio-economico locale, favorendo in primo luogo, in quadro di modernità e di sviluppo digitale, l'efficienza ed economicità dei servizi ed il rafforzamento delle relazioni istituzionali, la competitività e produttività delle imprese e competitività e attrattività del territorio.

L'attività programmata si baserà sulle seguenti linee strategiche:

LINEE STRATEGICHE

1. EFFICIENZA ED ECONOMICITÀ DEI SERVIZI E RAFFORZAMENTO DELLE RELAZIONI ISTITUZIONALI (NOI)
2. COMPETITIVITÀ E PRODUTTIVITÀ DELLE IMPRESE (LE IMPRESE)
3. COMPETITIVITÀ E ATTRATTIVITÀ DEL TERRITORIO (IL TERRITORIO)

Si tratta delle tre grandi linee di intervento del Programma Pluriennale, che per semplicità ed immediatezza comunicativa sintetizzano strategie principalmente attinenti l'organizzazione per la produzione dei servizi, le funzioni di regolazione e le relazioni dell'Ente, vale a dire **Noi**, un ambito strategico che vede protagoniste le **Imprese**, ed una terza linea strategica d'intervento più ampia che concettualmente ricomprende anche le prime, ovvero il **Territorio**.

La mappa delle iniziative programmatiche 2014

NOI				
Linee strategiche	Strategie del mandato	Obiettivi del mandato	Strumenti ed Iniziative programmatiche (PP 2012-2017)	Iniziative programmatiche anno 2014
Efficienza ed economicità dei servizi e rafforzamento delle relazioni istituzionali	Servizi amministrativi all'impresa e al cittadino	Migliorare la qualità, l'efficienza e l'economicità dei servizi camerali	Sviluppo dell'Agenda digitale mediante Digitalizzazione dei procedimenti amministrativi, Dematerializzazione dei documenti, Utilizzo dei pagamenti elettronici, Posta elettronica certificata (iscrizione caselle PEC di tutte le imprese)	- Dematerializzazione documentazione interna/esterna mediante maggiore utilizzo dei supporti digitali e miglioramento della qualità degli archivi camerali - Campagna informativa per l'interscambio di comunicazioni con gli enti attraverso la casella PEC ufficio del Registro Imprese - Consolidamento degli attuali standard di emissione degli avvisi di pagamento via-mail - Consolidamento degli attuali standard di efficienza in termini di emissione dei mandati di pagamento
			Migliorare la qualità degli archivi camerali mediante l'aggiornamento e revisione delle banche dati	Migliorare la qualità degli archivi camerali mediante l'aggiornamento e revisione delle banche dati Pulizia archivio protocolli inevasi per problemi tecnici o sospesi
			Razionalizzazione delle modalità di erogazione dei servizi a sportello	- Razionalizzazione delle modalità di erogazione dei servizi a sportello mediante concentrazione delle attività di front office - Campagna informativa verifiche PA ed elenchi PEC - Conversione d'ufficio dei requisiti professionali per le imprese installatrici di impianti negli edifici civili ed industriali (dalla L. 46/1990 alla nuova disciplina del D.M. 37/2008) (Artigianato) - Miglioramento della qualità degli archivi camerali con aggiornamento e revisione delle banche dati mediante pulizia dei protocolli di deposito inevasi per problemi tecnici
		Migliorare l'accessibilità ai servizi camerali anagrafico-certificativi e supportare le azioni finalizzate allo sviluppo digitale del territorio	Sportello Unico Attività Produttive (Suap) Convenzioni con Associazioni di categoria e sportello telematico decentrato	- Iniziative del Tavolo Tecnico SUAP camerale: 1) Coinvolgimento di enti terzi 2) Partecipazione ad altre iniziative di carattere provinciale/regionale. - Attuazione campagna informativa per verificare ulteriori adesioni di associazioni.
		Regolazione del mercato e tutela del consumatore	Promuovere la cultura della mediazione civile volontaria, delegata e da clausole contrattuali, ridurre e/o semplificare il contenzioso tra consumatori e imprese, tra imprese e imprese	Mediazione, Conciliazione e Arbitrato
	Gestione delle crisi da sovraindebitamento			
	Metrologia legale			- Aumento attività di sorveglianza e vigilanza sul mercato
	Diffondere una cultura della legalità e della trasparenza		Controllo sui prodotti e Tutela del "Made in Italy"	- Sportello etichettatura prodotti alimentari
			Altre iniziative di tutela del consumatore	- Controllo a campione delle dichiarazioni sostitutive di atto di notorietà concernenti l'origine dei prodotti esportati. - Attività di diffusione della cultura della legalità/educazione al consumo presso le scuole - Pubblicazione sul web di guide per orientamento consumatore
			Marchio di Garanzia camerale, Commissione Clausole Vessatorie, Procedure manifestazioni a premio	- Iniziative per la valorizzazione della Commissione Clausole Vessatorie
	Studi e ricerche economiche	Rafforzare l'utilizzo costante dell'informazione statistica come strumento di analisi e di comprensione dei fenomeni economici e del fabbisogno del territorio, da porre a supporto delle decisioni strategiche	Osservatorio economico	- Realizzazione dell'osservatorio economico e sviluppo del progetto per la realizzazione dell'osservatorio del commercio
			Rilevazione dei fabbisogni professionali delle imprese	- Valorizzazione dei dati Excelsior (Innova)
			Costituzione di un Organismo permanente per le attività di analisi territoriale e studi sociali, economici e ambientali nella provincia di Frosinone	- Azioni di supporto dell'attività dell'Organismo permanente per le attività di analisi territoriale e studi sociali, economici e ambientali nella provincia di Frosinone
	Sviluppo organizzativo	Ottimizzare il processo di programmazione, valutazione e rendicontazione	Ciclo della performance	- Sviluppo iniziative per l'ottimizzazione e semplificazione delle attività connesse alla gestione del Ciclo della Performance (informatizzazione) - Implementazione del sistema di misurazione del costo dei processi camerali - Azioni di miglioramento della rilevazione dei tempi medi dei procedimenti e di erogazione dei servizi - Rilevazione della customer satisfaction
			Trasparenza	- Aggiornamento Piano della trasparenza e presentazione relative iniziative (giornata trasparenza) - Adeguamento ed aggiornamento continuo delle pubblicazioni relativamente alle normative in materia di trasparenza - Redazione ed aggiornamento dei Regolamenti camerali
Sviluppare le risorse umane, economiche, finanziarie e patrimoniali dell'Ente		Valorizzazione delle risorse umane e sviluppo di competenze manageriali, organizzative e tecniche	- Aggiornamento e valorizzazione delle competenze professionali delle risorse umane - Introduzione nuovo sistema gestionale delle presenze del personale.	
		Iniziative per il Benessere Organizzativo	- Sviluppo di una iniziativa per il miglioramento del Benessere Organizzativo	
		Iniziative per garantire l'integrità	- Avvio di attività organizzative e formative finalizzate a garantire l'integrità prevenendo rischi di fenomeni di corruzione	

			Valorizzare i beni patrimoniali dell'Ente	- Ottimizzazione della gestione del patrimonio immobiliare dell'Ente
			Migliorare la gestione delle risorse economiche, finanziarie e patrimoniali dell'Ente	- Iniziative per il miglioramento dell'efficienza delle procedure di acquisizione delle risorse economiche e finanziarie dell'Ente
	Comunicazione e Relazioni istituzionali	Migliorare la comunicazione e rafforzamento delle relazioni con Istituzioni e altri Organismi del territorio e del Sistema camerale	Progetto di comunicazione integrata	- Progetto di comunicazione integrata imperniato sull'utilizzo delle tecnologie di rete
Costituzione della Consulta dei liberi professionisti			- Sostegno alle attività della Consulta dei liberi professionisti	
Altre iniziative di sviluppo delle relazioni istituzionali			- Altre iniziative di sviluppo delle relazioni istituzionali	

LE IMPRESE

Linee strategiche	Strategie del mandato	Obiettivi del mandato	Strumenti ed Iniziative programmatiche (PP 2012-2017)	Iniziative programmatiche anno 2014
Competitività e produttività delle imprese	Credito	Migliorare l'accesso al credito delle Pmi rafforzando il sistema di garanzia e la cooperazione con il sistema bancario e con le altre Istituzioni del territorio	Progetti per facilitare l'accesso al credito delle PMI, per il sostegno dei Confidi e di convenzioni con Banche e Confidi	- Iniziative progettuali per facilitare l'accesso al credito delle PMI, per il sostegno dei Confidi e di convenzioni con Banche e Confidi
		Sviluppo imprenditoriale	Favorire la nascita di nuove imprese, con particolare attenzione alle imprese giovanili e innovative	Creazione di strumenti per l'orientamento, l'accoglienza, l'informazione, l'assistenza per gli aspiranti imprenditori e per la nascita delle start-up innovative
	Promuovere l'imprenditoria femminile		Comitato per lo sviluppo dell'imprenditorialità femminile	- Corsi di formazione e stage (di concerto con l'Azienda speciale Innova), e altre iniziative di sostegno all'imprenditorialità femminile - Iniziative di sostegno all'internazionalizzazione delle imprese femminili (in collaborazione con ASPIN)
	Promozione imprese sociali		Costituzione Comitato per l'imprenditorialità sociale e il microcredito	- Azioni di supporto delle attività del Comitato per l'imprenditorialità sociale e il microcredito
	Sostenere le Reti di impresa, Distretti industriali e Sistemi produttivi locali, ed altre iniziative imprenditoriali		Iniziative per lo sviluppo delle Reti di impresa, dei Distretti industriali e dei Sistemi produttivi locali Contributi per la partecipazione a fiere	- Sostegno dei distretti industriali, dei Sistemi produttivi locali e delle Filiere - Sostegno alle imprese mediante contributi per la partecipazione a fiere (ASPIN)
	Innovazione	Diffondere la cultura dell'innovazione, della ricerca e del trasferimento tecnologico quali strumenti di competitività delle PMI	Tutela della proprietà intellettuale (Marchi e brevetti, istituzione del PIP)	- Stipula convenzione con la Direzione Generale LC-UIBM del MiSE per il riconoscimento e l'accreditamento del PIP nell'elenco nazionale. -Potenziamento delle procedure telematiche per il deposito dei titoli di proprietà industriale
			Sostegno dei progetti di innovazione delle imprese	- Selezione e sostegno di progetti di innovazione presso le Aziende (Bando AIDA)
		Favorire l'interazione delle PMI con strutture qualificate quali Centri di Ricerca e Università	Progetti con Università e Parchi scientifici e tecnologici	- Iniziative in partnership con Università e Parchi scientifici e tecnologici mediante sviluppo di Progetti speciali (Innova)
	Formazione	Aumentare il livello di competitività delle imprese attraverso lo sviluppo di capitale umano	Potenziamento delle attività di formazione continua rivolte a dipendenti di impresa	- Iniziative di formazione continua rivolte a dipendenti di impresa (Innova)
			Accrescere le competenze gestionali e imprenditoriali	- Iniziative di formazione destinate agli Imprenditori (Innova)
		Diffondere la cultura d'impresa e avvicinare le nuove generazioni al mondo del lavoro	Progetti di "alternanza scuola lavoro", orientamento, stage, tirocini e laboratori d'impresa	- Iniziative di orientamento dei giovani al lavoro
			Istruzione Tecnica Superiore (ITS) Rilancio dell'Apprendistato	- Diffusione dell'Istruzione Tecnica Superiore (ITS) (Innova) Formazione dei giovani in apprendistato (Innova)
	Internazionalizzazione	Promuovere l'internazionalizzazione del territorio e la competitività delle imprese sui mercati esteri, aumentare il numero delle nuove imprese esportatrici.	Azioni per la promozione delle specificità settoriali	- Progetti e azioni per la promozione delle specificità settoriali (Aspin)
			Coordinare le attività locali con gli indirizzi strategici di sistema nazionale e regionale	- Fiere internazionali (Aspin) - Incoming (Aspin) - Missioni d'affari (Aspin) - Promuovere l'aumento delle nuove imprese esportatrici (Aspin)
		Potenziare le leve per la competizione internazionale e stimolare la crescita delle imprese attraverso l'aggregazione	Iniziative di sostegno delle Reti di impresa sui mercati internazionali Progetti di innovazione e design per l'impresa internazionale	- Iniziative di sostegno delle Reti di impresa sui mercati internazionali (Aspin) - Valorizzazione internazionale della filiera dell'industria dell'auto (Aspin) - Progetti speciali di innovazione per l'impresa internazionale (Aspin)
		Riaffermare fortemente sui territori il ruolo della Camera di commercio quale "casello d'entrata" delle imprese sui mercati internazionali	Sviluppo di uno sportello per l'internazionalizzazione: servizi di informazione, certificazione, assistenza tecnica specialistica e di formazione	- Il sistema a rete per gli sportelli per l'internazionalizzazione (Aspin)

IL TERRITORIO

Linee strategiche	Strategie del mandato	Obiettivi del mandato	Strumenti ed Iniziative programmatiche (PP 2012-2017)	Iniziative programmatiche anno 2014	
Competitività e attrattività del territorio	Marketing territoriale	Attrarre investimenti mediante il miglioramento della qualità della vita e del territorio con una gestione intelligente della dimensione urbana	Smart city	- Iniziative per avvicinare i comuni della provincia di Frosinone al modello di sviluppo delle "smart cities"	
			Recupero dei siti urbani per insediamenti commerciali e turistici (albergo diffuso e distretto commerciale)	- Iniziative di sensibilizzazione per il recupero dei siti urbani	
			Portale Unico della Ciociaria e altri progetti di marketing territoriale, anche in sinergia con Università, Centri di ricerca e di Alta formazione, per connettere arte, storia, cultura, turismo, tecnologia, tradizione e modernità.	- Attivazione di iniziative per la promozione della costituzione di un Portale Unico della Ciociaria	
			Recupero siti industriali	- Iniziative di coordinamento con altri soggetti istituzionali per diffondere le informazioni sulle opportunità di recupero dei siti industriali e miglioramento dei relativi iter autorizzatori	
	Filiera del Turismo e valorizzazione integrata del territorio	Valorizzare e promuovere in un'ottica integrata le leve attrattive del turismo provinciale consolidando e sviluppando al contempo la sinergia tra attori istituzionali e tra questi e i privati	Valorizzare il patrimonio locale	Valorizzazione delle potenzialità turistiche - Turismo termale, religioso, culturale (Progetto Medioevo in Ciociaria, ecc)	- Riesame del progetto Medioevo in Ciociaria Iniziative per la valorizzazione delle potenzialità turistiche - turismo termale, religioso, culturale
				Iniziative per la qualificazione dell'offerta ricettiva	- Valorizzazione internazionale dell'offerta turistica locale con il marchio "ospitalità italiana" (Aspin)
				Animazione del territorio mediante il sostegno di eventi selezionati che abbiano ampia risonanza	- Azione di sostegno al protocollo d'intesa "dagli eventi del territorio al territorio degli eventi". - Gestione Regolamento per la concessione di contributi, sovvenzioni, sussidi e ausili finanziari e per l'attribuzione di vantaggi economici
				Politiche di alleanza con i grandi attrattori di prossimità	- Accordi per l'attuazione di politiche sul turismo con i grandi attrattori di prossimità
	Valorizzazione delle produzioni locali	Valorizzare le eccellenze enogastronomiche ed artigianali	Valorizzare le produzioni tipiche e i prodotti a Denominazione di Origine	- Progetti finalizzati (filiera corta, progetto di tutela della biodiversità, ecc.)	- Azioni di promozione e valorizzazione prodotti tipici locali - Altri progetti finalizzati
				Potenziamento delle funzioni di Ente di controllo per le produzioni agroalimentari a denominazione di origine	- Iniziative per il potenziamento delle funzioni di ente di controllo per le produzioni agroalimentari a Denominazione di Origine
				Progetto Sala Panel	- Azioni per la valorizzazione della Sala Panel
	Green economy	Sostenere la produzione di energia, riqualificazione e valorizzazione dell'ambiente		Sostegno delle iniziative finalizzate alle produzioni agricole energetiche nella Valle del Sacco	- Sensibilizzazione verso i produttori agricoli per favorire produzioni agricole energetiche e iniziative per migliorare l'incontro tra domanda e offerta
				Promozione della cultura della green economy	Progetto speciale sulla green economy (Innova)
	Infrastrutture	Sostenere la competitività del territorio mediante l'ammodernamento della dotazione infrastrutturale assumendo un ruolo di rilievo nella proposizione di interventi e nella valutazione progressiva della realizzazione dei progetti in essere		Rimodulazione progetto Aeroporto (base aeroportuale regionale per scopi commerciali e di protezione civile, con operatività sia per velivoli ad ala fissa che per elicotteri)	- Azioni istituzionali finalizzate al riesame del progetto Aeroporto per lo sviluppo dell'Eliporto
				Rimodulazione progetto Interporto (aree di sosta e di servizi per il sistema dell'autotrasporto); collegamento diretto con il sistema ferroviario per lo sviluppo di un sistema integrato ferro-gomma di trasporto (Autostrada viaggiante)	- Azioni istituzionali finalizzate al riesame del progetto Interporto
				Banda larga	- Progetto speciale di promozione e sensibilizzazione delle imprese all'utilizzo della banda larga (Innova)
				Miglioramento della mobilità delle persone nei collegamenti con Roma	- Iniziative di divulgazione delle analisi e attivazione di relazioni istituzionali sulle soluzioni per il miglioramento della mobilità delle persone nei collegamenti con Roma

IL PROGRAMMA 2014

1. NOI - Efficienza ed economicità dei servizi e rafforzamento delle relazioni istituzionali

Il Programma guarda ai servizi amministrativi all'impresa e al cittadino, con azioni improntate al perseguimento del miglioramento della qualità, dell'efficienza e dell'economicità, nonché all'evoluzione dell'accessibilità ai servizi anagrafico-certificativi mediante supporto alle azioni finalizzate allo sviluppo digitale del territorio.

Per il potenziamento degli interventi nella regolazione del mercato e tutela del consumatore una particolare attenzione viene posta alle azioni per la diffusione della cultura della legalità e della trasparenza e alla promozione della cultura della mediazione civile volontaria, delegata e da clausole contrattuali, e alla riduzione e semplificazione del contenzioso tra consumatori e imprese, nonché tra imprese e imprese.

Per quanto riguarda le esigenze informative verranno sostenute attività di studio e ricerche economiche, puntando a rafforzare l'utilizzo dell'informazione statistica come strumento di analisi e di comprensione dei fenomeni economici e del fabbisogno del territorio, da porre a supporto delle decisioni strategiche.

In aderenza alle recenti normative iniziative in materia di ottimizzazione dell'efficacia, dell'efficienza e dell'economicità dell'azione amministrativa, verranno sostenuti importanti interventi in materia di sviluppo organizzativo, con ottimizzazione del processo di programmazione, valutazione e rendicontazione, ma anche con una valorizzazione delle risorse umane, economiche, finanziarie e patrimoniali dell'Ente.

Uno sforzo organizzativo che dovrà trovare adeguato sviluppo anche attraverso un potenziamento dell'utilizzo degli strumenti di comunicazione sia interna che esterna all'Ente, che dovranno altresì sostenere accuratamente una imprescindibile ed attenta attività di relazioni con Istituzioni e altri Organismi del territorio e del Sistema camerale.

Area strategica 1.1

1.1 Servizi amministrativi all'impresa

L'azione di governo della Pubblica Amministrazione si allaccia all'obiettivo comune di puntare al miglioramento della regolamentazione e alla riduzione degli oneri amministrativi per il rafforzamento della competitività, della crescita e dell'occupazione. La qualità dei servizi della Pubblica Amministrazione è infatti un fattore di competitività e di attrattività per il territorio. Il legislatore affida alle Camere di Commercio un ruolo "di punta" nel panorama delle amministrazioni pubbliche per l'attuazione dei programmi di e-government e molto le Camere stanno facendo su questo fronte. Come istituzione di riferimento per il sistema delle imprese, la Camera di Commercio di Frosinone intende farsi interprete di queste istanze e, attraverso il confronto con i rappresentanti del sistema economico e le istituzioni del territorio, imprimere una spinta al processo di "alleggerimento" della burocrazia, ma al tempo stesso generare valore per il sistema economico, attraverso l'eccellenza dei servizi.

Negli ultimi anni tutte le attività delle Camere di Commercio, sia anagrafiche che amministrative, sono state interessate da profonde trasformazioni volte a semplificare l'azione amministrativa rispondendo allo stesso tempo a criteri di efficacia, efficienza e qualità.

Va inoltre evidenziato, che l'Ente camerale è depositario di un importante patrimonio informativo, d'anagrafe d'impresa e di tipo statistico-economico, strategico per la conoscenza del sistema economico locale e delle sue dinamiche.

Al fine di garantire la correttezza e l'affidabilità delle informazioni contenute negli archivi e registri camerali l'Ente attiverà adeguate procedure per un'accresciuta qualificazione.

Nell'ambito di una evoluzione della gestione dell'attività amministrativa pubblica verso una effettiva PA Digitale, la dematerializzazione della documentazione prodotta, assume un ruolo di centralità, con un progressivo incremento della gestione documentale informatizzata e la conseguente sostituzione dei supporti tradizionali. Lo sviluppo dell'Agenda digitale, la dematerializzazione e la digitalizzazione dei procedimenti amministrativi costituiscono, pertanto, le linee di azione più significative per la riduzione dei costi, in termini sia di risparmi diretti (carta, spazi, ecc.), sia di risparmi indiretti (tempo, efficienza, ecc.).

La Camera di Commercio, inoltre, dovrà continuare a mettere a disposizione nei prossimi anni il Registro delle imprese quale strumento di semplificazione, insieme ad una prosecuzione delle attività per una piena realizzazione del SUAP su tutto il territorio di riferimento.

In forza delle opportunità offerte dal decentramento telematico l'Ente assicurerà una presenza diffusa sul territorio attraverso lo sviluppo di forme di collaborazione con le Associazioni di categoria.

Risultati attesi

Miglioramento della qualità, dell'efficienza e dell'economicità dei servizi camerali, in particolare della loro ottimale fruibilità per l'utenza
Miglioramento dell'efficacia ed efficienza nell'erogazione dei servizi a sportello
Miglioramento qualitativo dell'archivio del Registro delle Imprese e dell'Albo Artigiani
Miglioramento dei dati su cui basare previsioni dell'incasso del diritto annuale
Dematerializzazione e maggiore efficienza nella gestione documentale
Maggiore efficienza nei procedimenti amministrativi
Maggiore tutela e regolazione del mercato
Maggiore diffusione dei servizi camerali sul territorio

1.1.1 Obiettivo strategico: Migliorare la qualità, l'efficienza e l'economicità dei servizi camerali

Iniziative programmatiche:

1.1.1.1 Dematerializzazione documentazione interna/esterna mediante maggiore utilizzo dei supporti digitali e

miglioramento della qualità degli archivi camerali

1.1.1.2 Campagna informativa per l'interscambio di comunicazioni con gli enti attraverso la casella PEC ufficio del Registro Imprese

1.1.1.3 Consolidamento degli attuali standard di emissione degli avvisi di pagamento via-mail

1.1.1.4 Consolidamento degli attuali standard di efficienza in termini di emissione dei mandati di pagamento

1.1.1.5 Migliorare la qualità degli archivi camerali mediante l'aggiornamento e revisione delle banche dati

1.1.1.6 Razionalizzazione delle modalità di erogazione dei servizi a sportello mediante concentrazione delle attività di front office

1.1.1.7 Decertificazione. Campagna informativa per l'utilizzo canale VerifichePA per controllo autodichiarazioni

1.1.1.8 Conversione d'ufficio dei requisiti professionali per le imprese installatrici di impianti negli edifici civili ed industriali (dalla L. 46/1990 alla nuova disciplina del D.M. 37/2008) (Artigianato)

1.1.1.9 Miglioramento della qualità degli archivi camerali con aggiornamento e revisione delle banche dati mediante pulizia dei protocolli di deposito in evasi per problemi tecnici

1.1.2 Obiettivo strategico: Migliorare l'accessibilità ai servizi camerali anagrafico certificativi e supportare le azioni finalizzate allo sviluppo digitale del territorio

Iniziative programmatiche:

1.1.2.1 Coordinamento delle attività dei SUAP che hanno affidato, in delega, alla Camera di Commercio il supporto tecnologico dello sportello, ed iniziative per il miglioramento della gestione del servizio.

1.1.2.2 Valorizzazione della rete degli sportelli telematici in Convenzione con le Associazioni di categoria.

Area strategica 1.2

1.2 Regolazione del mercato e tutela del consumatore

Rientrano nell'ambito dell'attività di regolazione del mercato le iniziative ed i servizi che forniscono agli operatori del mercato, in una logica di prevenzione del contenzioso, strumenti per acquisire consapevolezza circa le normative esistenti e stimolare lo sviluppo di relazioni commerciali corrette ed equilibrate, così da favorire lo sviluppo di un mercato trasparente, efficiente e concorrenziale; mentre i servizi di risoluzione delle controversie consentono di giungere alla soluzione delle controversie che dovessero insorgere, in maniera rapida, flessibile ed efficace, attraverso gli istituti della Mediazione e della Conciliazione e Arbitrato.

Dopo l'introduzione del D.L. 69/2013, che ha nuovamente disciplinato la mediazione, la Camera, attraverso l'Azienda speciale Innova, rilancerà le attività proprie dell'Organismo di mediazione.

Al fine di favorire la ristrutturazione dei debiti e la gestione negoziale delle situazioni da sovraindebitamento per i soggetti "non fallibili" (L. 3/2012), l'Ente si attiverà per monitorare l'evoluzione normativa al fine dell'accredimento quale organismo per la composizione delle crisi.

Tra le attività di tutela del mercato e dei consumatori l'Ente camerale, nell'ambito del progetto per la diffusione della cultura della legalità già avviato la scorsa annualità, intende sviluppare attività destinate agli studenti degli istituti superiori di secondo grado, per favorire, nello specifico, l'educazione al consumo e promuovere la tutela del made in Italy. Le iniziative saranno dirette principalmente ai giovani consumatori con l'intento di sensibilizzarli sui rischi e sui danni legati all'acquisto e all'uso di merci contraffatte, evidenziando gli effetti negativi sia sociali che economici prodotti dalla contraffazione. Tale attività di sensibilizzazione vuole essere anche un contributo della Camera di Commercio alla crescita e al rafforzamento della coscienza sociale delle nuove generazioni del nostro territorio.

La Camera sarà inoltre impegnata nel potenziamento delle attività di metrologia legale nell'ambito delle linee guida di sistema tracciate da Unioncamere. Inoltre verranno sviluppate altre iniziative di tutela del consumatore, con particolare riferimento alla realizzazione di percorsi informativi e formativi rivolte alle scuole.

Risultati attesi

Maggiore diffusione della conoscenza degli strumenti della mediazione civile di cui al Decreto Legislativo 28/2010 e della conciliazione
Incremento del numero degli Arbitrati
Favorire la composizione delle crisi da sovraindebitamento
Miglioramento della qualità dell'informazione sui processi della Metrologia Legale e della Sicurezza Prodotti
Disincentivare i giovani consumatori ad acquistare prodotti contraffatti (educazione al consumo)
Limitazione della contraffazione
Incremento del numero delle verifiche metrologiche

1.2.1 Obiettivo strategico: Promuovere la cultura della mediazione civile, delegata e da clausole contrattuali, ridurre e/o semplificare il contenzioso tra consumatori e imprese, tra imprese e imprese

Iniziative programmatiche:

1.2.1.1 - Organizzazione corsi base e di aggiornamento per mediatori, e seminari per la diffusione della mediazione (Innova)

1.2.1.2 Sviluppo servizi di Mediazione Civile e Conciliazione (Innova)

1.2.1.3 Iniziative per il miglioramento dei servizi di Arbitrato

1.2.1.4 Monitoraggio evoluzione normativa per l'accredimento dell'Ente camerale quale Organismo per la composizione delle crisi da sovraindebitamento

1.2.2 Obiettivo strategico: Diffondere una cultura della legalità e della trasparenza.

Iniziative programmatiche:

1.2.2.1 Aumento attività di sorveglianza e vigilanza sul mercato

1.2.2.2 Sportello etichettatura prodotti alimentari

1.2.2.3 Attività per la diffusione della cultura della legalità/lotta alla contraffazione presso le scuole

1.2.2.4 Controllo a campione delle dichiarazioni sostitutive di atto di notorietà concernenti l'origine dei prodotti esportati.

1.2.2.5 Iniziative per la valorizzazione della Commissione Clausole Vessatorie

1.2.2.6 Pubblicazione sul web guide per orientamento consumatore

Area strategica 1.3

1.3 Studi e ricerche economiche

La Camera di Commercio di Frosinone intende realizzare studi, a carattere territoriale e settoriale, da mettere a disposizione degli Organi politici e delle Associazioni di categoria, una ricca serie di indicazioni utili a conoscere approfonditamente la situazione socioeconomica del territorio, nonché un quadro prospettico delle possibili politiche da attuare. L'attività di studio del territorio si concretizzerà nella realizzazione di Osservatori economici strutturali (che metteranno periodicamente a fuoco lo stato di salute del sistema socioeconomico della provincia di Frosinone in ordine al PIL, ai consumi, al mercato del lavoro, al commercio estero, al credito, alla dotazione infrastrutturale, ecc.) e osservatori congiunturali (che analizzeranno, nell'ambito dei contesti nazionali e internazionali di riferimento, la situazione congiunturale all'interno dei settori agricolo, manifatturiero, delle costruzioni e dei servizi) e specifici approfondimenti tematici (sulla capacità attrattiva turistica, il rapporto tra banche e imprese, la presenza e localizzazione delle specializzazioni produttive, la distribuzione della ricchezza, l'ambiente, ecc.) nonché nella realizzazione di un Osservatorio sul commercio. Proseguirà inoltre l'attività di rilevazione dei fabbisogni professionali delle imprese (Excelsior). Nel prossimo futuro, al fine di accentuare il proprio ruolo nella governance del territorio, la Camera di Commercio intende valorizzare le competenze, i risultati e il patrimonio informativo, consolidare le funzioni degli osservatori camerali, rafforzare l'utilizzo costante dell'informazione statistica come strumento di analisi e di comprensione dei fenomeni economici, implementare le attività di ricerca e di approfondimento analitico su tematiche precise, coerenti e perfettamente integrate con le strategie camerali (innovazione tecnologica, green economy, internazionalizzazione, credito, consumi, legalità, reti e filiere, internet, ecc.), attivare specifici tavoli di analisi, dibattito e concertazione sulle tematiche più rilevanti per la realtà economica locale.

Risultati attesi

Maggiore qualità, diffusione e circolazione dell'informazione economica
Sviluppo del territorio più integrato e coerente con le dinamiche economiche rilevate

1.3.1 Obiettivo strategico: Rafforzare l'utilizzo costante dell'informazione statistica come strumento di analisi e di comprensione dei fenomeni economici e del fabbisogno del territorio, da porre a supporto delle decisioni strategiche

Iniziative programmatiche:

1.3.1.1 Realizzazione dell'osservatorio economico e sviluppo del progetto per la realizzazione dell'osservatorio del commercio

1.3.1.2 Valorizzazione dei dati Excelsior (Innova)

1.3.1.3 Azioni di supporto dell'attività dell'Organismo permanente per le attività di analisi territoriale e studi sociali, economici e ambientali nella provincia di Frosinone

Area strategica 1.4

1.4 Sviluppo organizzativo

L'evoluzione normativa relativa alla Pubblica Amministrazione ha introdotto criteri di efficienza, economicità ed efficacia che impongono necessariamente una rivisitazione delle competenze e conoscenze professionali del personale, nonché una riorganizzazione dei servizi, per soddisfare al meglio e con il minor numero di risorse le esigenze dei propri clienti.

Per un raggiungimento degli obiettivi realistico e tempestivo è necessario verificare che la struttura organizzativa sia allineata rispetto ad essi e rispondente a criteri di efficienza, efficacia e omogeneità strategica.

Il continuo evolvere delle funzioni e più in generale del ruolo della Camera di Commercio impone che evolvano anche le competenze della struttura. Il contingente del personale camerale deve essere mantenuto in linea con i programmi che si dà l'Ente sia in termini di competenze tecniche che di competenze gestionali, sia in un'ottica di sviluppo interno che di eventuale acquisizione di professionalità nuove dall'esterno.

Nello stesso tempo l'organizzazione degli uffici deve tener conto delle risorse umane sulle quali può contare nel progettare e attuare la propria configurazione organizzativa. In questo lavoro di costruzione continua va tenuto conto anche degli input che vengono dall'esterno, in particolare, vanno tenute in considerazione le interazioni con il territorio nel suo insieme come elemento rilevante nell'equilibrio della struttura.

La continua evoluzione degli strumenti informatici e telematici nell'erogazione dei servizi non può che avere come conseguenza una migliore gestione delle risorse umane e finanziarie mediante l'acquisizione di metodologie che consentano il massimo dell'efficienza degli uffici.

Per realizzare la propria missione l'Organizzazione è chiamata ad operare in un contesto ambientale, sia interno che esterno, di estrema complessità e dinamicità, e si trova a dover affrontare particolari criticità. In questo contesto diventa fondamentale la realizzazione e l'attuazione di sistemi di pianificazione, monitoraggio e valutazione della performance globale della Camera sia da un punto di vista qualitativo che quantitativo, e in quest'ottica è utile richiamare anche le recenti normative in materia di efficacia, efficienza ed economicità della PA e il relativo impatto sulla realtà dell'Ente. Al fine del perseguimento dell'economicità dell'azione amministrativa, particolare attenzione verrà posta agli aspetti di gestione delle risorse finanziarie nonché alla maggiore trasparenza e condivisione dei dati.

Verranno inoltre realizzate iniziative per garantire il Benessere Organizzativo e per garantire l'integrità. L'azione camerale sarà rivolta inoltre alla attenta gestione e valorizzazione del patrimonio dell'Ente, con particolare riferimento alla ottimale destinazione dei beni immobili a servizio del territorio.

Risultati attesi

Miglioramento del controllo strategico ed operativo dell'Ente Professionalità maggiormente allineate alle esigenze attuali e future del sistema economico territoriale Maggior senso di appartenenza del personale all'organizzazione camerale Rendere l'Ente maggiormente vicino al territorio
--

1.4.1 Obiettivo strategico: Ottimizzare il processo di programmazione, valutazione e rendicontazione,

Iniziative programmatiche:

1.4.1.1 Sviluppo iniziative per l'ottimizzazione e semplificazione delle attività connesse alla gestione del Ciclo della Performance (informatizzazione)

1.4.1.2 Implementazione del sistema di misurazione del costo dei processi camerali

1.4.1.3 Azioni di miglioramento della rilevazione dei tempi medi dei procedimenti e di erogazione dei servizi

1.4.1.4 Rilevazione della customer satisfaction

1.4.1.5 Aggiornamento Piano della trasparenza e presentazione relative iniziative (giornata trasparenza)

1.4.1.6 Adeguamento ed aggiornamento continuo delle pubblicazioni relativamente alle normative in materia di trasparenza

1.4.1.7 Redazione ed aggiornamento dei Regolamenti camerali

1.4.2 Obiettivo strategico: Sviluppare le risorse umane, economiche, finanziarie e patrimoniali dell'Ente.

Iniziative programmatiche:

1.4.2.1 Aggiornamento e valorizzazione delle competenze professionali delle risorse umane

1.4.2.2 Introduzione nuovo sistema gestionale delle presenze del personale.

1.4.2.3 Sviluppo di una iniziativa per il miglioramento del Benessere Organizzativo

1.4.2.4 Avvio di attività organizzative e formative finalizzate a garantire l'integrità prevenendo rischi di fenomeni di corruzione

1.4.2.5 Ottimizzazione della gestione del patrimonio immobiliare dell'Ente

1.4.2.6 Iniziative per il miglioramento dell'efficienza delle procedure di acquisizione delle risorse economiche e finanziarie dell'Ente

Area strategica 1.5

1.5 Comunicazione e relazioni istituzionali

Il cammino istituzionale delle Camere di commercio, avviato negli anni '90 con la legge n. 580 e consolidatosi poi nel decennio successivo, è giunto ad un traguardo importante con la riforma del 2010, con la quale il legislatore nazionale ha definito espressamente le Camere di commercio quali autonomie funzionali.

Questo passaggio – risultato di un percorso costruito inizialmente in ambito dottrinale, poi consolidato dalla giurisprudenza costituzionale con due importanti sentenze del 2000 e 2007, passando attraverso una sempre più corposa legislazione regionale – ha dotato il Sistema camerale, da un punto di vista istituzionale, di una forte identità, diversa da quella degli enti territoriali (si pensi in primo luogo alle province), di enti pubblici allo stesso tempo enti esponenziali e di autogoverno del tessuto imprenditoriale.

In tale quadro occorre rafforzare la posizione dell'Ente camerale quale “punto di riferimento” per le Associazioni, gli Enti pubblici, le Imprese. Un luogo cioè ove le stesse possano non solo attingere informazioni utili per migliorare la propria competitività o cogliere nuove opportunità che il mercato continuamente propone, ma anche dove si sviluppino dei gruppi di ascolto, confronto e dibattito sui possibili interventi e linee di programma.

L'attività dell'Ente si svilupperà nell'ottica di un rafforzamento dei rapporti di collaborazione con le altre Pubbliche Amministrazioni, ed in particolare con la Regione, anche grazie al rafforzamento del ruolo delle Unioni regionali previsto dalla recente riforma, nonché con gli altri Enti locali, con i Consorzi industriali, con il Sistema camerale e con il Sistema della rappresentanza imprenditoriale, dei lavoratori e dei consumatori. Verrà inoltre sviluppato un confronto con il mondo delle Professioni, anche attraverso il sostegno delle attività di una Consulta.

Continuo sarà il ricorso al metodo della collaborazione e dello sviluppo di sinergie con le Istituzioni formative e di tutti gli altri Attori dello sviluppo territoriale.

La Camera vuole essere il luogo della trasparenza e per questo punterà ad un miglioramento degli strumenti di comunicazione istituzionale, realizzando un progetto integrato, basato sull'utilizzo delle più recenti tecnologie digitali.

Risultati attesi

Comunicazione più efficace delle azioni istituzionali e delle iniziative operative dell'Ente
Rafforzamento delle relazioni istituzionali con altri Enti, Organismi e con il mondo delle professioni

1.5.1 Obiettivo strategico: Miglioramento della comunicazione e rafforzamento delle relazioni con Istituzioni e altri Organismi del territorio e del sistema camerale

Iniziative programmatiche:

1.5.1.1 Progetto di comunicazione integrata imperniato sull'utilizzo delle tecnologie di rete

1.5.1.2 Sostegno alle attività della Consulta dei liberi professionisti

1.5.1.3 Altre iniziative di sviluppo delle relazioni istituzionali

2. LE IMPRESE - Competitività e produttività delle imprese

L'ambito di intervento denominato "Le Imprese", prevede il miglioramento dell'accesso al credito delle PMI rafforzando il sistema di garanzia e la cooperazione con il sistema bancario locale e con le altre Istituzioni del territorio.

Un forte impegno dovrà essere dedicato allo sviluppo imprenditoriale per favorire la nascita di nuove imprese, con particolare attenzione alle imprese giovanili e innovative, alla promozione imprenditoria femminile e delle imprese sociali, allo sviluppo delle Reti di impresa, Distretti industriali e Sistemi produttivi locali.

Una particolare importanza strategica è attribuita al sostegno di iniziative per diffondere la cultura dell'innovazione, della ricerca e del trasferimento tecnologico quali strumenti di competitività delle PMI.

Processi ambiziosi ma essenziali, che dovranno avvenire anche attraverso l'interazione delle PMI con l'Ente camerale e con strutture qualificate quali Centri di Ricerca e Università.

Il sostegno delle politiche per l'occupazione, favorire la nascita di nuove imprese ed il dialogo scuola – impresa potrà essere sviluppato in maniera ancora più incisiva rispetto al passato.

Dovrà essere potenziata la voglia di fare impresa ponendo particolare attenzione ai giovani e alle donne, per valorizzarne il patrimonio di idee e di competenze.

In tal senso l'Ente sarà impegnato ad aumentare il livello di competitività delle imprese attraverso lo sviluppo di capitale umano, a diffondere la cultura d'impresa e avvicinare le nuove generazioni al mondo del lavoro.

La promozione dell'internazionalizzazione dell'impresa e del territorio è un'altra delle principali sfide che l'Ente dovrà affrontare. Di fronte ad imprese con problemi di sopravvivenza, o di ritrovare la capacità competitiva o ancora di rafforzare il business traguardando nuovi mercati, la Camera di Commercio deve fornire risposte adeguate, con la consapevolezza che i processi di globalizzazione attraversano ormai tutta l'economia e che nessuna impresa, se vuole essere competitiva, può ritenersi esclusa.

Per sostenere questi processi e realizzare questi obiettivi, l'Ente dovrà investire sulla qualità e sull'origine del made in Italy, promuovendo l'aggregazione tra le imprese, principalmente attraverso lo strumento delle reti d'impresa e riaffermare fortemente sul territorio il suo ruolo di servizio alle imprese sui mercati internazionali.

Si tratta di una sfida che sarà soprattutto culturale e che impone di rendere riconoscibile il made in Italy non solo con i prodotti, ma anche con un autentico orientamento alla qualità, all'eccellenza, all'unicità del binomio cultura e territorio.

Per raggiungere tali obiettivi strategici ed aumentare il numero delle nuove imprese esportatrici l'Ente camerale stimolerà i processi di aggregazione e potenzierà i suoi servizi per costituire un "casello d'entrata" delle imprese sui mercati internazionali.

Area strategica 2.1

2.1 Credito

La grande crisi finanziaria 2008-2009 ha determinato un complessivo effetto di *credit crunch* che colpisce fortemente il mondo delle piccole imprese che si caratterizzano per un rapporto critico con il sistema bancario.

A causa dell'alto costo del denaro e del rating bancario, le imprese del frusinate incontrano difficoltà nel rapporto con le banche, spesso preferendo ricorrere all'autofinanziamento piuttosto che ai prestiti bancari. Sono soprattutto le piccole imprese ad incorrere nelle difficoltà più consistenti di accesso al credito.

Dal quadro che emerge e dall'analisi dei dati sulle dinamiche creditizie dell'ultimo anno, si conferma uno scenario di diffusa problematicità.

L'Ente camerale deve, pertanto, continuare a svolgere un ruolo di raccordo delle politiche sul credito, facendosi portavoce delle istanze delle imprese e delle Associazioni. E' importante quindi istituzionalizzare un tavolo sul credito per proporre e monitorare miglioramenti al sistema di relazione banca – impresa.

I Consorzi di garanzia collettiva fidi potranno continuare a svolgere un ruolo importante come facilitatori dell'accesso al credito delle aziende di minori dimensioni. Il sistema della garanzia, infatti, è soggetto da alcuni anni, a un forte processo evolutivo e le azioni delle Camere di commercio si sono evolute nel tempo per permettere agli organismi di garanzia di affrontare al meglio tali cambiamenti. In definitiva, non si può prescindere oggi da una "Visione" che chiama in causa un sistema integrato di garanzia dove operatori pubblici e privati lavorano insieme in sinergia per raggiungere l'obiettivo primario di favorire l'accesso al credito delle micro, piccole e medie imprese.

L'Ente camerale intende attivarsi, quindi, per i prossimi anni, per la crescita ed il rafforzamento dei Consorzi di garanzia fidi perché ciò consente di potenziare gli strumenti di garanzia a favore delle imprese e di avvalersi della competenza dei Confidi circa la valutazione del merito creditizio delle imprese stesse.

Risulta importante, quindi, programmare degli interventi a supporto dei Confidi per integrare e rafforzare la loro azione a favore del maggior numero possibile di aziende, al fine dello sviluppo e della loro capitalizzazione in prospettiva dell'applicazione delle nuove regole per l'accesso al credito (ad esempio Basilea 3).

La Camera di commercio dovrà anche attivarsi per realizzare attività di prevenzione e contrasto del racket antiusura.

Risultati attesi

Miglioramento delle condizioni di accesso al credito delle Pmi e delle microimprese Aumento degli investimenti che scaturiscono dagli interventi camerali
--

2.1.1 Obiettivo strategico: Migliorare l'accesso al credito delle Pmi rafforzando il sistema di garanzia e la cooperazione con il sistema bancario e con le altre Istituzioni del territorio

Iniziative programmatiche:

2.1.1.1 Iniziative progettuali per facilitare l'accesso al credito delle PMI, per il sostegno dei Confidi e di convenzioni con Banche e Confidi

Area strategica 2.2

2.2 Sviluppo imprenditoriale

La competitività e la capacità delle PMI di far fronte alle nuove sfide del mercato presuppongono la costituzione di nuovi modelli organizzativi, sempre più ispirati a processi di aggregazione tra imprese. Si sta consolidando l'idea che la rete, in condizioni di elevata complessità, possa essere un motore di innovazione poiché favorisce legami in grado di integrare conoscenze e capacità di partner diversi.

La Camera di commercio si impegnerà fortemente nelle iniziative di valorizzazione dei progetti di collaborazione e aggregazione tra le imprese e svolgerà un'azione di supporto alle iniziative delle filiere produttive presenti sul territorio, compresi i distretti industriali e i sistemi produttivi locali.

Proseguiranno le attività poste in essere dal Comitato per la promozione dell'imprenditorialità femminile, ormai una realtà nota e consolidata che sarà soggetta ad un'azione di rilancio e sarà prestata attenzione al sostegno dell'impresa sociale, uno dei 'fenomeni' imprenditoriali di maggiore rilievo di questi tempi, posto alla convergenza, da una parte, del declino del welfare e, dall'altra, dal delinearsi di un concetto del fare impresa inclusivo, fondato su capitale sociale e relazionalità. Verrà prestata attenzione altresì alla realizzazione di servizi per l'avvio delle imprese giovanili.

Verranno altresì valorizzate le cosiddette start-up innovative, per le quali è stato emanato un corpus normativo organico che delinea l'intero ciclo di vita di questo nuovo modello di impresa, dalla nascita alla fase di sviluppo, fino alla sua eventuale chiusura. Si tratta di un nuovo strumento di politica economica per la crescita e la creazione di occupazione, in particolare giovanile, che prevede un ruolo ed un particolare impegno delle Camere di commercio per la creazione di un "ecosistema" per loro favorevole.

L'Ente camerale metterà in atto linee di azione volte in particolare a progettare una strategia di promozione mirata, originale e riconoscibile per affermare i prodotti e la cultura alimentare del nostro territorio integrando le filiere agro-alimentari sulla base di progetti condivisi dagli operatori e dagli attori locali.

Un altro settore da seguire con attenzione è quello delle Costruzioni costituito da imprese edili, aziende che producono materiali da costruzioni e tutto quanto ad esse collegato, che possono costituire il terreno ideale su cui attivare proposte di reti di impresa, considerando che questo tipo di aziende si integrano reciprocamente.

Risultati attesi

Nascita di nuove imprese, in particolare imprese giovanili, innovative e femminili Aumento della diffusione delle imprese sociali Sviluppo delle filiere di imprese

2.2.1 Obiettivo strategico: Favorire la nascita di nuove imprese, con particolare attenzione alle imprese giovanili e innovative

Iniziative programmatiche:

2.2.1.1 Servizi integrati per l'orientamento e la nuova imprenditorialità (Innova)

2.2.2 Obiettivo strategico: Promozione imprenditoria femminile

Iniziative programmatiche:

2.2.2.1 Corsi di formazione e stage (di concerto con l'Azienda speciale Innova), e altre iniziative di sostegno all'imprenditorialità femminile

2.2.2.2 Iniziative di sostegno all'internazionalizzazione delle imprese femminili (in collaborazione con ASPIN)

2.2.3 Obiettivo strategico: Promozione imprese sociali

Iniziative programmatiche:

2.2.3.1 Azioni di supporto delle attività del Comitato per l'imprenditorialità sociale e il microcredito

2.2.4 Obiettivo strategico: Sostegno delle Reti di impresa, Distretti industriali e Sistemi produttivi locali, ed altre iniziative imprenditoriali

Iniziative programmatiche:

2.2.4.1 Sostegno dei distretti industriali, dei sistemi produttivi locali e delle filiere

2.2.4.2 Sostegno alle imprese mediante contributi per la partecipazione a fiere (Aspin)

Area strategica 2.3

2.3 Innovazione

Gli strumenti per affrontare la crisi e prepararsi al rilancio dell'economia e della produzione annotano ai primissimi posti la cultura della innovazione, della ricerca e del trasferimento tecnologico.

Gli impegni dell'Ente saranno, pertanto, più consistenti da un punto di vista economico e maggiormente efficaci nei contenuti e nelle capacità di relazionarsi con i principali attori dell'innovazione assumendo, di concerto con i rappresentanti delle imprese, un ruolo di indirizzo e stimolo sia nei confronti dei centri di innovazione e ricerca sia nel mondo produttivo delle PMI, favorendo anche nuove occasioni di partnership fra piccole, medie e grandi imprese.

Per fornire alle imprese un supporto adeguato alle esigenze di mercato in materia di tutela della proprietà industriale, l'obiettivo dell'azione camerale sarà quello di ottenere il riconoscimento del centro PIP (Patent Information Point), avviato nel 2013 nell'ambito del progetto Mise-Unioncamere, mediante la stipula della Convenzione con la Direzione Generale Lotta alla Contraffazione del Ministero dello Sviluppo Economico. Il funzionamento del Centro a pieno regime potrà garantire, alle PMI del territorio, servizi sempre più qualificati di primo orientamento, formazione mirata, ricerca brevettuale ed assistenza specialistica sul sistema di tutela della proprietà industriale, strumenti necessari per favorire lo sviluppo dei processi di innovazione e l'accrescimento della competitività. Sarà, quindi, necessario raggiungere gli standard qualitativi ed i requisiti di validità richiesti dal MiSE per essere accreditati nell'elenco nazionale dei PIP.

Per un accrescimento dell'efficienza, saranno, inoltre, avviate iniziative per favorire l'utilizzo del deposito telematico dei titoli di proprietà industriale da parte di imprese e utenti.

Verranno attivati progetti in collaborazione con Università e Parchi scientifici e tecnologici.

Risultati attesi

Maggiore diffusione della cultura dell'innovazione, della ricerca nelle PMI ed incremento delle iniziative di trasferimento tecnologico
Rafforzamento dell'assistenza specialistica alle PMI in materia di tutela della proprietà industriale

2.3.1 Obiettivo strategico: Diffondere la cultura dell'innovazione, della ricerca e del trasferimento tecnologico quali strumenti di competitività delle PMI

Iniziative programmatiche:

2.3.1.1 Stipula convenzione con la Direzione Generale LC-UIBM del MiSE per il riconoscimento e l'accreditamento del PIP nell'elenco nazionale.

2.3.1.2 Potenziamento delle procedure telematiche per il deposito dei titoli di proprietà industriale

2.3.1.3 Selezione e sostegno di progetti di innovazione presso le Aziende (Bando AIDA)

2.3.2 Obiettivo strategico: Favorire l'interazione delle PMI con strutture qualificate quali Centri di Ricerca e Università.

Iniziative programmatiche:

2.3.2.1 Iniziative in partnership con Università e Parchi scientifici e tecnologici mediante sviluppo di Progetti speciali (Innova)

Area strategica 2.4

2.4 Formazione

La formazione attraversa un momento di grandi trasformazioni determinate dalla crisi finanziaria da un lato e dall'altro dall'acquisizione di nuovi approcci e di nuove modalità attuative alla ricerca di una sempre maggiore efficacia ed economicità. In questo quadro la Camera di Commercio, anche attraverso Innova, la sua Azienda Speciale Servizi e Formazione, vuole svolgere un ruolo centrale per valorizzare il capitale umano delle imprese, migliorare il raccordo tra imprese e sistemi formativi e facilitare l'occupazione attraverso l'orientamento anche all'autoimprenditorialità.

La Camera di Commercio, attraverso Innova, vuole predisporre opportunità formative eccellenti a servizio dell'intero mondo imprenditoriale della provincia di Frosinone promuovendo attività di formazione e aggiornamento delle competenze (ad esempio Lifelong learning, Leonardo, etc.) e sostenendo il rilancio dei distretti industriali e della competitività, specialmente per quanto concerne le politiche finalizzate allo sviluppo tecnologico.

Saranno, inoltre, potenziate le attività di formazione continua, rivolte a dipendenti di impresa grazie all'accesso a forme di finanziamento quali i fondi interprofessionali, anche in ragione degli ottimi risultati raggiunti in questo campo negli ultimi anni. Particolare attenzione verrà posta anche per le esigenze di aggiornamento e formazione degli imprenditori.

Per diffondere la cultura d'impresa e avvicinare le nuove generazioni al mondo del lavoro verranno potenziati i progetti di "alternanza scuola lavoro". Per tale attività viene previsto di implementare quanto già svolto, anche mediante la partecipazione a progetti comunitari volti a organizzare attività di orientamento, stage, tirocini e laboratori d'impresa. Particolare attenzione verrà prestata al tema dell'Istruzione Tecnica Superiore (ITS).

Si proseguirà nella proposizione e realizzazione di iniziative di formazione post universitaria (master ecc.), realizzate in partnership con le Istituzioni di alta formazione e sulla base delle esigenze formative espresse dalle imprese.

Si proseguirà nell'impegno per la formazione dei giovani in apprendistato valorizzando l'accreditamento ottenuto da Innova presso la Regione Lazio per l'erogazione di corsi di formazione per apprendisti.

Una specifica offerta verrà riservata alla formazione in ambito di artigianato artistico e di mestieri tradizionali.

Focus sulle principali attività nelle quali sarà impegnata nel 2013 l'Azienda Speciale INNOVA

Il programma attività per l'anno 2014 si pone i seguenti obiettivi:

- potenziare anche le attività formative realizzate sul territorio diversificando i settori di intervento non ancora coinvolti in interventi formativi;
- proseguire nella continua ricerca di fonti di finanziamento, per la realizzazione delle attività, allo scopo di incrementare l'autonomia finanziaria dell'Azienda Speciale rispetto alla Camera di Commercio di appartenenza;
- intensificare l'attività di formazione continua e superiore a valere sul Fondo Sociale Europeo, Regione Lazio, Provincia di Frosinone e Fondi Interprofessionali;
- Promuovere e intensificare la cooperazione con le Istituzioni Scolastiche e Universitarie a sostegno delle politiche attive del lavoro, anche mediante la partecipazione diretta nei Comitati Tecnici Scientifici presso gli Istituti Superiori;
- Promuovere la conoscenza degli strumenti della mediazione civile di cui al Decreto Legislativo 28/2010 anche a seguito della recente reintroduzione dell'obbligo;
- Implementare il servizio di Conciliazione con nuove attività di diffusione.

Il risultato atteso nell'ambito della formazione finanziata è quello di ottenere un aumento dei partecipanti ai

corsi pari almeno al 2% con un indice di gradimento “alto”; e nello specifico dell’attività di formazione continua un trend di crescita in termini di partecipazione di aziende coinvolte pari ad almeno il 1% ed un relativo indice di gradimento, che misurato con una scala da 1 a 5, abbia un valore ≥ 3 .

Relativamente alla formazione erogata con quote di iscrizione a carico dei partecipanti, a copertura totale o parziale dei costi sostenuti, visto il perdurare del periodo di crisi economica che coinvolge anche la nostra provincia, è auspicabile, al pari del precedente esercizio, raggiungere una crescita, seppur minima, in termini di partecipazione rispetto al precedente esercizio.

Rispetto alla cooperazione con le Istituzioni Scolastiche e Universitarie a sostegno delle politiche attive del lavoro si intende proseguire e intensificare le attività progettuali già avviate nei precedenti anni con la rete locale dei soggetti competenti, il Direttore di INNOVA è già presente in diversi Comitati Tecnici Scientifici che gli Istituti Superiori stanno costituendo.

Nell’ambito della mediazione civile, a seguito della reintroduzione dell’obbligo che operativamente vedrà i propri effetti solo a fine dell’anno 2013, si auspica un trend di crescita del numero delle mediazioni gestite dall’Organismo, accreditato dal Ministero di Giustizia, anche mediante l’attività di promozione e diffusione, sull’intero territorio provinciale degli strumenti che la mediazione offre.

Maggiore diffusione dello strumento della Conciliazione la cui gestione è stata trasferita dalla Camera di Commercio ad INNOVA nei primi mesi del 2013.

In generale i risultati attesi per l’anno 2014 prevedono un miglioramento continuo delle attività proposte da INNOVA in stretta sinergia con i maggiori attori presenti sul territorio. Tali risultati sono oggetto di apposite valutazioni previste dal Sistema di Gestione Qualità di cui INNOVA si dotata dal 2001.

INIZIATIVE PROGRAMMATICHE

INNOVA, costituita nel 1998 come Azienda Speciale della Camera di Commercio di Frosinone, opera al fine di rispondere ai bisogni formativi del territorio offrendo l’opportunità di partecipare a corsi, seminari, convegni, e giornate di approfondimento nonché erogando servizi specifici di consulenza ed affiancamento rivolti ai giovani, agli imprenditori, ai dirigenti, ed a quanti operano nelle diverse categorie economiche.

L’attività di INNOVA si inquadra nell’ambito dei fini di promozione e sviluppo dell’economia provinciale, propri della Camera di Commercio.

Di seguito le principali attività nelle quali sarà impegnata nel 2014 l’Azienda Speciale INNOVA.

FORMAZIONE FINANZIATA

Nella formazione finanziata sono ricomprese, principalmente, le attività per le quali Innova presenta progetti in partnership con altri Enti, a finanziamento esterno.

PROGETTI FONDIMPRESA - APPROVATI		
TITOLO	AMBITO	PARTENARIATO
SICURA	Salute e Sicurezza	INNOVA
PRIMA	AZIENDALE - Aziendale	INNOVA - Capofila Confindustria Perform Aziende del Gruppo Prima

PROGETTI FONARCOM - APPROVATI		
TITOLO	AMBITO	PARTENARIATO
FOSCA	Generalista	INNOVA

PROGETTI PRESENTATI IN REGIONE LAZIO - APPROVATI		
TITOLO	AMBITO	PARTENARIATO
IMPREDITORE AGRICOLO NR. 5 EDIZIONI	Assessorato all'Agricoltura fondi PSR 2007-2013 Misura 111 Azione 1A - Propoedeutica alla	INNOVA

PROGETTI PRESENTATI ALLA COMMISSIONE EUROPEA - APPROVAZIONE		
TITOLO	AMBITO	PARTENARIATO
"Establishing a partnership to set up a Youth Guarantee scheme in the Lazio Region (Italy)"	Orientamento per ragazzi che stanno frequentando gli ultimi anni della scuola superiore	ITALIA LAVORO - Capofila Partner: INNOVA - CONFINDUSTRIA PERFORM - UNIVERSITA' DI TOR VERGATA - IRFI

PROGETTI PRESENTATI A FONDIMPRESA - IN VALUTAZIONE		
TITOLO	AMBITO	PARTENARIATO
SOCRATE	Generalista	INNOVA - Capofila Confindustria Perform Esef

FORMAZIONE IN MOVIMENTO

Nel corso del 2014 l'Unità Formativa Mobile verrà utilizzata, anche, per attività di Orientamento da effettuare presso gli Istituti Scolastici Superiori in accordo con questi ultimi e le Associazioni di Categoria che vorranno collaborare.

FORMAZIONE CON QUOTE DI ISCRIZIONE A CARICO DEI PARTECIPANTI

Formazione rivolta agli imprenditori delle PMI e propri Manager

Nel corso del 2014 proseguirà l'attività formativa avviata nel 2013 per la realizzazione di percorsi formativi rivolti agli imprenditori delle PMI allo scopo di potenziare la classe dirigente del nostro territorio.

Gli interventi stanno coinvolgendo diversi settori produttivi e verranno potenziati in accordo con le Associazioni di Categoria che ne faranno richiesta.

Formazione nell'ambito della Mediazione Civile

In ragione dell'accreditamento di Innova, presso il Ministero di Giustizia, quale Ente di formazione per mediatori civili di cui al D.Lgs n. 28 del 4 marzo 2010 saranno organizzati corsi base della durata di 54 ore, corsi di aggiornamento per mediatori già in possesso della qualifica ed inoltre verranno proposti seminari su argomenti specifici per l'aggiornamento e la diffusione della mediazione volontaria.

Formazione settore immobiliare

In ragione dell'accreditamento regionale INNOVA è autorizzata a gestire corsi "autorizzati ma non finanziati" e tra questi realizzerà quello rivolto ad aspiranti Agenti di Affari in Mediazione – Sezione Immobiliare – preparatori all'esame in Camera di Commercio.

Inoltre verranno organizzati seminari rivolti ad imprenditori del settore, ed iscritti in Camera di Commercio, per favorire l'aggiornamento continuo anche a seguito delle recenti novità introdotte dal legislatore.

Formazione settore artigianale - alimentare

Presso la struttura formativa gestita da Innova è presente un laboratorio per corsi nel settore alimentare. Nel corso del 2014 verranno realizzati corsi di formazione per pasticceri e per pizzaioli della durata di 150 ore, con la

PROGETTI SPECIALI

Orientamento

L'attuale scenario italiano, che vede il perdurare della profonda crisi che sta attraversando il nostro paese, presenta notevoli difficoltà legate al mondo del lavoro. Nonostante siamo in presenza di crescenti livelli di disoccupazione giovanile molte volte le imprese lamentano carenza di specifiche figure professionali è per questo motivo che l'orientamento scolastico riveste particolare e fondamentale importanza. Domanda e offerta di lavoro hanno difficoltà ad incontrarsi e molto spesso i giovani, senza un buon orientamento condotto dalle Istituzioni preposte, concentrano la loro attenzione su attività che offrono pochi sbocchi occupazionali.

L'attività di orientamento sarà svolta sia mediante l'utilizzo dell'Unità Formativa Mobile che come detto vedrà il coinvolgimento delle Associazioni di Categoria che mediante il seguente progetto in fase di valutazione da parte della Regione Lazio:

PROGETTI PRESENTATI IN REGIONE LAZIO - IN VALUTAZIONE		
TITOLO	AMBITO	PARTENARIATO
ORIENTA - MENTE	Orientamento per ragazzi che stanno frequentando gli ultimi anni della scuola superiore	INNOVA - Capofila Partner: Aziende Speciali della Camera di Commercio di Rieti e di Viterbo

INNOVAZIONE

Proseguirà nel 2014 l'attività avviata nel corso del 2013 su alcune aree ritenute strategiche e cofinanziate con il contributo di Unioncamere e della Camera di Commercio di Frosinone

PROGETTI UNIONCAMERE PRESENTATI A VALERE SUL FONDO DI PEREQUAZIONE	
TITOLO	PARTENARIATO
SERVIZI AVANZATI DI IT E BANDA LARGA	Innova e Camera di Commercio di Frosinone
SERVIZI INTEGRATI PER LA NUOVA IMPRENDITORIALITA'	Innova e Camera di Commercio di Frosinone
PROMOZIONE DELLE ECCELLENZE PRODUTTIVE DEI TERRITORI E DELLA DIETA MEDITERRANEA	Innova e Camera di Commercio di Frosinone
RILANCIO DEGLI STRUMENTI DI GIUSTIZIA LATERNATIVA: MEDIAZIONE E ARBITRATO	Innova e Camera di Commercio di Frosinone
SVILUPPO FUNZIONI E ATTUAZIONE ACCORDI DI COOPERAZIONE IN MATERIA DI ALTERNANZA SCUOLA LAVORO	Innova e Camera di Commercio di Frosinone

PROGETTO ARTIGIANARTE

Verrà proposta, vista la mancata realizzazione del 2013, la prosecuzione del progetto “Artigianarte” che realizzato in collaborazione con CNA, Confartigianato, UAC e Accademia di Belle Arti di Frosinone vede l’adesione di circa 30 artigiani artistici della provincia di Frosinone.

Si tratta di imprenditori locali ai quali Innova mette a disposizione un sito internet dove pubblicizzare i propri prodotti e, l’opportunità di partecipare a fiere ed eventi di promozione organizzate direttamente dalla Camera di Commercio di Frosinone o da strutture del sistema camerale regionale o nazionale.

MEDIAZIONE – ai sensi del D. Lgs 28/2010

L’Azienda Speciale è accreditata dal Ministero di Giustizia quale Organismo di Mediazione Civile a seguito della reintroduzione dell’obbligatorietà si intende potenziare l’attività svolta mediante una serie di attività di diffusione sul territorio con particolare riferimento al mondo delle imprese.

CONCILIAZIONE

La Camera di Commercio ha trasferito nel corso del 2013 l’attività di Conciliazione all’Azienda Speciale. Oltre allo svolgimento del servizio, nel corso del 2014 verrà potenziata l’attività di diffusione sempre con maggiore riguardo al mondo delle imprese che rappresenta il principale target di riferimento della Camera di Commercio.

Risultati attesi

Incrementare le attività formative realizzate sul territorio rispetto all’anno precedente, mantenendo un elevato livello di gradimento dei partecipanti

Intensificare l’attività di formazione continua e superiore a valere sul Fondo Sociale Europeo, Regione Lazio, Provincia di Frosinone e Fondi Interprofessionali

Promuovere e intensificare la cooperazione con le Istituzioni Scolastiche e Universitarie a sostegno delle politiche attive del lavoro

2.4.1 Obiettivo strategico: Aumentare il livello di competitività delle imprese attraverso lo sviluppo di capitale umano

Iniziative programmatiche:

2.4.1.1 Iniziative di formazione continua rivolte a dipendenti di impresa (Innova)

2.4.1.2 Iniziative di formazione destinate agli Imprenditori (Innova)

2.4.2 Obiettivo strategico: Diffondere la cultura d’impresa e avvicinare le nuove generazioni al mondo del lavoro

Iniziative programmatiche:

2.4.2.1 Diffusione dell’Istruzione Tecnica Superiore (ITS) (Innova)

2.4.2.2 Formazione dei giovani in apprendistato (Innova)

2.4.2.3 Iniziative di orientamento dei giovani al lavoro (Innova)

Area strategica 2.5

2.5 Internazionalizzazione

Il Programma delle attività della Camera di commercio di Frosinone e gli indirizzi strategici in esso contenuti intendono assicurare continuità alle attività di promozione internazionale a sostegno del Made in Italy e delle imprese della provincia di Frosinone.

La Camera svolgerà le attività nel settore dell'internazionalizzazione avvalendosi dall'Azienda speciale Aspin, nonché delle altre strutture interne, con particolare riferimento a quelle preposte alla gestione delle attività amministrative a supporto del commercio estero.

L'obiettivo di lungo termine è quello di supportare le imprese in un momento storico in cui lo sviluppo sui mercati esteri rappresenta un percorso indispensabile per l'imprenditoria locale ed italiana.

La stagnazione del mercato interno e i grandi mutamenti in atto nel commercio internazionale, con l'ampliamento delle aree geografiche e lo spostamento delle direttrici di crescita verso i mercati emergenti, richiedono interventi forti e mirati.

Il Programma si inserisce in un disegno complessivo della rete camerale che potenzia il sistema locale di supporto all'internazionalizzazione generando, un maggior coinvolgimento delle istituzioni regionali e nazionali. Ne deriva un piano armonico con gli orientamenti strategici di carattere regionale e nazionale ma al contempo perfettamente tarato sull'articolato tessuto imprenditoriale di piccole e medie imprese della provincia di Frosinone.

Gli obiettivi del piano risiedono nel favorire l'incremento del fatturato estero delle imprese; aumentare la loro competitività e le loro competenze commerciali; stimolare la crescita attraverso l'aggregazione.

Attraverso le azioni di sensibilizzazione, informazione e fornitura dei servizi specialistici si intende aumentare il numero delle nuove imprese esportatrici e consolidare ed incrementare i volumi di quelle che già esportano.

La Camera di commercio nei prossimi anni sarà inoltre impegnata nella promozione dell'internazionalizzazione delle piccole e medie imprese anche attraverso interventi basati sulla cultura dell'aggregazione e della promozione dei contratti di rete di impresa.

La sfida della competizione internazionale si baserà sempre di più anche sulla capacità delle imprese di rinnovarsi. Saranno elementi vincenti: l'innovazione, la creatività, la progettazione di soluzioni innovative e moderne che racchiudano al contempo sostenibilità, efficacia ed efficienza.

Nella sua Programmazione la Camera di commercio di Frosinone intende supportare le imprese locali in un percorso di crescita e sviluppo basato sulla innovazione ed il trasferimento tecnologico, al fine di potenziare la forza competitiva del tessuto produttivo locale sui mercati internazionali. Lo sviluppo di nuovi prodotti e/o processi, oltre alla diversificazione di produzione necessaria per riposizionarsi sui mercati esteri, saranno al centro delle politiche di rafforzamento internazionale delle imprese locali.

Il sistema camerale, infatti, si basa su una strategia di interconnessione tra le Camere e le altre strutture, un vero e proprio network di sistema che va integrandosi sempre più.

Una rete che si estende anche all'estero grazie alla presenza delle Camere italiane all'estero.

Verranno inoltre sviluppati interventi di assistenza tecnica, specialistica e di formazione.

Focus sulle principali attività nelle quali sarà impegnata nel 2013 l'Azienda Speciale ASPIN

L'economia mondiale continua a essere caratterizzata da elevata incertezza. Produzione e scambi internazionali, nonostante alcune indicazioni incoraggianti negli Stati Uniti e in Giappone, risentono fortemente della generale mancanza di fiducia e dei segnali di rallentamento che iniziano a manifestarsi anche in alcuni paesi emergenti, oltre che dei timori sui conti pubblici, sulla solidità dei sistemi bancari dei paesi europei e sulla tenuta stessa della moneta unica. I ritmi di crescita sono inferiori rispetto al periodo precedente la crisi e molto eterogenei fra aree e paesi. Il quadro che emerge è di persistente instabilità.

Anche, quindi, per il 2014 la Camera di Commercio di Frosinone, unitamente ad Aspin, è chiamata a svolgere un ruolo di grande responsabilità che le vede entrambe protagoniste nell'intercettare e stimolare la domanda delle migliori piazze internazionali rispondenti alle produzioni locali e sostenere l'ingresso e la crescita delle imprese sui mercati esteri.

Il nuovo programma risponde appieno a questa esigenza.

In linea con il Piano 2013, l'obiettivo per il 2014 è di assicurare continuità all'attività promozionale a sostegno del Made in Italy, supportando le imprese in un momento storico in cui lo sviluppo sui mercati esteri rappresenta un percorso importante e quasi necessario per l'industria italiana, in considerazione della stagnazione del mercato interno, e in cui i grandi mutamenti in atto nel commercio internazionale, con l'ampliamento dei mercati coinvolti negli scambi internazionali e lo spostamento delle direttrici di crescita verso i mercati emergenti richiede un intervento forte e mirato.

In tale ottica il programma segue già gli orientamenti sui quali si sta configurando il rafforzamento di Aspin che ha manifestato negli ultimi anni una notevole capacità di interpretare i cambiamenti nello scenario economico mondiale e di proporre soluzioni innovative nelle strategie internazionali condivise con il sistema delle imprese e con gli altri attori, pubblici e privati, territoriali, regionali e nazionali.

L'intervento per l'internazionalizzazione messo in campo da Aspin ha conosciuto un forte impulso nel corso dell'ultima annualità, soprattutto in termini di qualificazione e di potenziamento dell'offerta di servizi diretti alle imprese; servizi integrati di natura finanziaria, formativa, promozionale e di assistenza tecnica, offerti per supportare le strategie di accesso ai mercati esteri, stimolando migliori performance economiche delle imprese e più stabili opportunità di occupazione e crescita.

Il programma si ispira al nuovo disegno di supporto all'internazionalizzazione, volto a rilanciare il processo di sviluppo delle imprese locali sui mercati esteri, rafforzando l'integrazione e le sinergie sia all'interno del sistema camerale che tra i vari soggetti coinvolti pubblici e privati, per massimizzare l'efficacia degli interventi. L'esperienza già fatta negli anni precedenti con progetti condivisi ha suggerito un percorso di forte partenariato specie nella realizzazione di interventi articolati e complessi: reti, filiere e distretti.

L'affiancamento ed il sostegno alle imprese nel loro percorso di internazionalizzazione si baserà su tre macro aree di intervento che Aspin metterà in campo nel corso del 2014:

interventi di promozione internazionale per filiera e per settore;

servizi su misura;

contributi sui programmi di internazionalizzazione.

Obiettivo del 2014 è quello di valorizzare al massimo l'investimento pubblico di Aspin attraverso più direttrici: il rinnovamento degli interventi promozionali focalizzando la strategia Settore/Paese in una prospettiva di cambiamento e di confronto; il potenziamento delle sinergie e delle collaborazioni con tutti i principali attori nei vari ambiti della promotion e un'attenta selezione di un mix di strumenti promozionali mirati per settore/mercato d'intervento.

Aspin, per il 2014, tenderà a concentrare gli interventi privilegiando le azioni nei mercati emergenti con le maggiori dinamiche di crescita e focalizzando l'attività su un numero di settori selezionati in funzione di concreti obiettivi di sviluppo settore-mercato.

Con riguardo agli strumenti della promozione, il programma 2014 è infatti innovativo sia nei contenuti che nell'articolazione operativa: il focus è stato posto su Progetti tematici, modulati in chiave geografica, privilegiando la logica di filiera, il supporto a nuovi ed innovativi settori di intervento tecnologicamente avanzati, il rafforzamento della comunicazione d'immagine per i settori tradizionali del Made in Italy.

A tali interventi si affiancheranno le attività promozionali di tipo trasversale specificamente finalizzate a favorire lo sviluppo di forme di internazionalizzazione più complesse, attraverso la promozione della collaborazione industriale ed il sostegno agli investimenti all'estero nonché l'attrazione di investimenti esteri in Italia. Un ruolo di rilievo è stato inoltre assegnato alla formazione, sia manageriale che tecnica, come importante strumento di promozione indiretta del sistema produttivo sui mercati esteri, che avrà, tra i suoi interventi di punta, il Progetto "ExpofTiamo" per la selezione e formazione di Temporary Export Manager ad alto potenziale provenienti anche dai Paesi Target da inserire in imprese locali.

Dal punto di vista strettamente operativo il piano 2014 si articola in progetti tematici di filiera e prevede complessivamente la realizzazione di circa 30 azioni promozionali.

Le partecipazioni collettive a manifestazioni fieristiche si confermano il principale strumento della promotion, atto ad offrire risultati a breve termine e che quindi continua ad incontrare la forte preferenza delle imprese.

Allo strumento espositivo - modalità di promozione aggregante, di visibilità esterna e di contatto immediato - si affiancano altre tipologie di intervento, modulate in base alle caratteristiche dei settori cui l'offerta promozionale

si rivolge (dimensione e struttura aziendale, grado di internazionalizzazione), alle peculiarità dei mercati di destinazione ed alle opportunità da questi offerte.

Tra quelli di maggior rilievo, che spesso alle manifestazioni espositive si integrano arricchendole, si citano le missioni d'affari all'estero e le azioni di incoming di operatori esteri in Italia per meeting d'affari e visite aziendali attraverso i quali le aziende italiane hanno l'opportunità di partecipare ad incontri mirati con potenziali partner stranieri, senza sostenere oneri finanziari e, tra gli altri, i seminari e i corsi di formazione tecnica che consentono alle aziende italiane di presentare l'eccellenza della produzione Made in Italy a selezionati operatori esteri.

Aspin rinnova con il 2014 la propria strategia di azione orientando i propri interventi promozionali su mercati emergenti con elevate dinamiche di sviluppo.

Il focus geografico degli interventi è posto sulle Aree emergenti ad alto potenziale di crescita, in particolare sui BRICS. In linea con gli attuali orientamenti del commercio mondiale, che evidenziano un sistematico spostamento del baricentro della domanda mondiale verso tali aree (i BRICS hanno assorbito nel 2011 il 14% delle importazioni mondiali superando gli Stati Uniti al 13%) e una crescita rilevante, all'interno di tali mercati, delle fasce di consumatori potenziali per il Made in Italy, Aspin intende rafforzare l'intervento sia nell'ambito del comparto della meccanica che nell'ambito dei beni di consumo puntando a valorizzare la comunicazione d'immagine del Made in Italy di qualità.

Non vengono ovviamente trascurati i mercati più avanzati dell'Unione Europea e gli Stati Uniti, nei quali rimane importante il presidio delle posizioni acquisite e la conquista di nuovi spazi. Con riferimento agli USA, in particolare, va menzionato che il piano di attività ha l'obiettivo di valorizzare il Made in Italy in un'ottica di promozione integrata tra settori che rappresentano le eccellenze della cultura e della produzione locale.

Altra area target delle azioni 2013 per Aspin sarà l'Asia-Pacifico. Complessivamente, allo scopo di potenziare l'efficacia dell'investimento promozionale sui mercati target, le risorse saranno concentrate su un numero ristretto di mercati, ciò tuttavia senza rinunciare ad azioni specifiche di scouting o primo approccio al mercato su un certo numero di Paesi di nuovo intervento. Sul versante settoriale saranno valorizzate tutte le eccellenze che rappresentano e possono rappresentare il Made in Italy nel mondo.

La partecipazione, sempre più determinante, ad iniziative aggregative di più realtà camerali su progetti comuni ha fatto sì che l'Azienda Speciale di Frosinone, Aspin, diventasse partner e protagonista di progetti destinati alle imprese dell'intera nazione, conseguendo economie di scala dovute proprio alla condivisione delle specializzazioni. Nel 2013 Aspin è stata capofila nazionale di due rilevanti iniziative del programma promozionale di Unioncamere: Missione Imprenditoriale in Sudafrica (filiera chimico-farmaceutica, filiera meccanica, filiera agroalimentare) ed Incoming North Europe Wine (vino, birra, liquori, distillati, acqua). Anche nel prossimo anno sarà protagonista la strategia di rete del sistema e delle professionalità camerali, in particolare su progetti di forte impatto sulla crescita internazionale delle imprese:

AREE TEMATICHE DEI PROGETTI AD IMPATTO NAZIONALE

- Reti di impresa nazionali ed internazionali (SIRI III);
- Crescita delle nuove imprese esportatrici e valorizzazione del Made in Italy (SIAFT);
- Diffusione internazionale delle strutture turistiche locali con il marchio Ospitalità Italiana (SPOT – Sportello Turismo);
- Valorizzazione della filiera dell'industria dell'auto (AUTO-MOTIVE TOGHETER);
- Valorizzazione del sistema del design dell'arreda in Sudafrica in occasione di Cape Town capitale mondiale del design 2014 (CAPE TOWN MADE IN ITALY DESIGN);
- Missione Imprenditoriale a Singapore: Agroalimentare, Arredamento, Interior Design e Attrezzature alberghiere e per comunità.

LA STRATEGIA SETTORE/PAESE PER IL 2014



■	Agroalimentare e vitivinicolo, Hôtellerie.	■	Agroalimentare e vitivinicolo. Arredamento, Complementi di arredo, Interior design. Cartario, Moda, Turismo.
■	Agroalimentare e vitivinicolo. Arredamento, Complementi di arredo, Interior design. Cartario, Moda, Turismo. Edilizia. Meccanica ed automazione.	■	Agroalimentare e vitivinicolo, Hôtellerie.
■	Agroalimentare e vitivinicolo. Arredamento, Complementi di arredo, Interior design.	■	Sistema casa, Marmo. Arredamento, Complementi di arredo, Interior design.
■	Agroalimentare e vitivinicolo. Arredamento, Complementi di arredo, Interior design. Edilizia, Marmo, Materiali da Costruzione e Tecnologie.	■	Agroalimentare e vitivinicolo. Arredamento, Complementi di arredo, Interior design. Hotellerie.

Obiettivi specifici del programma:

- *Rinnovare le azioni di promozione internazionale;*
- *Diversificare e potenziare i servizi alle imprese;*
- *Progettare azioni comuni e di sistema;*
- *Stimolare e sostenere l'approccio ai mercati esteri delle imprese provinciali;*
- *Incoraggiare l'accesso ai mercati internazionali da parte di imprese neofite;*
- *Sostenere la diversificazione dei mercati di sbocco internazionali;*
- *Assistere le imprese nelle problematiche connesse al commercio internazionale;*

Risultati attesi:

- *Mantenimento delle aziende fidelizzate che utilizzano i servizi della Camera di Commercio attraverso Aspin;*
- *Incremento delle aziende che utilizzano i servizi di Aspin;*
- *Incremento delle aziende che partecipano alle azioni di promozione internazionale*
- *Incremento delle aziende fuori provincia che partecipano alle azioni di sistema promosse da Aspin;*
- *Aumento dell'indice di gradimento e di efficacia delle azioni di promozione internazionale e degli altri servizi offerti da*

PROGETTO WORLD PASS - IL SISTEMA A RETE PER GLI SPORTELLI PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE

In linea ed in continuità con le progettualità avviate nel 2013, anche per il 2014 Aspin e la Camera di Commercio saranno impegnati nel raggiungimento degli obiettivi posti dal progetto nazionale World Pass. Il progetto nasce dall'esigenza di riaffermare sui territori il ruolo delle Camere di Commercio quali "caselli d'entrata" delle imprese sui mercati internazionali, ma anche dall'esigenza di armonizzazione generale dei servizi di internazionalizzazione erogati dal sistema camerale. Il percorso nazionale, promosso da Unioncamere, riguarda la riorganizzazione della rete camerale per il sostegno all'internazionalizzazione e per garantire standard di qualità omogenei mettendo a fattor comune le esperienze di eccellenza.

CONTRIBUTI PER FAVORIRE LA CRESCITA DELLE IMPRESE SUI MERCATI INTERNAZIONALI

La Camera di Commercio di Frosinone ha affidato ad Aspin un piano di rinnovamento dello strumento di concessione dei contributi alle imprese per la promozione. Lo strumento, nel corso del 2013, è stato aggiornato, regolamentato e reso operativo dall'Azienda Speciale che ne ha già sperimentato una prima fase di utilizzo. Considerata l'efficacia del nuovo strumento Aspin proseguirà nella gestione dei relativi bandi anche per il 2014.

PROGETTO AUTO-MOTIVE TOGHTER- VALORIZZAZIONE INTERNAZIONALE DELLA FILIERA DELL'INDUSTRIA DELL'AUTO

La competitività dell'industria manifatturiera a livello europeo, in genere, è determinata attualmente dalle capacità innovative delle imprese. La creazione di collaborazioni internazionali negli ambiti più innovativi dell'impresa e un saldo legame con il mondo della ricerca rappresentano le leve per raggiungere livelli di vantaggio competitivo vincenti.

In epoca pre-crisi, il principale riferimento di mercato per molte delle aziende della filiera automotive italiana è stato quello nazionale. L'organizzazione della supply-chain delle grandi aziende italiane ha, di fatto, portato ad una centralizzazione dello sviluppo del prodotto sulla OEM (Original Equipment Manufacturer) e del trasferimento delle specifiche del prodotto stesso ai fornitori. Questi, erano spesso organizzati anche su più di 3 livelli, considerata la moltitudine di micro-imprese esistenti sul territorio.

Sulla base di questa struttura, molte PMI fornitrici di componenti per l'industria automobilistica hanno focalizzato in passato i propri investimenti sull'innovazione di processo, ma poco sull'innovazione di prodotto.

Obiettivo generale del progetto Auto-Motive Together è di accrescere la capacità competitiva internazionale del comparto manifatturiero italiano, in particolare dell'indotto dell'industria automobilistica presente in numerosi distretti produttivi italiani.

Nello specifico si vuole realizzare un'azione di messa a sistema delle imprese per accrescere la loro capacità competitiva aumentando le competenze necessarie per affrontare i mercati internazionali.

Per il raggiungimento di questi obiettivi Aspin si avvarrà della collaborazione del NoAE. Il NoAe è un organismo di networking nato in Germania su iniziativa del Ministero dello Sviluppo Economico del Governo Tedesco. Dal 2011 il NoAE ha esteso il proprio ambito a tutta l'Europa, nonché al Giappone, Cina, USA e Sud America. L'attività principale del NoAE è quella ricercare in Europa le eccellenze nel campo della produzione di sistemi e componenti nel settore dei trasporti. In particolare, le attività riguardano in primis il settore automobilistico e aeronautico, ma grosso spazio è dato anche al settore ferroviario.

L'Università di Cassino e del Lazio Meridionale è l'unico membro accademico del NoAE attraverso il prof. Giuseppe Tomasso che è responsabile per le attività in Italia, nonché coordinatore europeo del settore "city" del NoAE (con ambito mobilità sostenibile).

Compito del progetto sarà quindi di :

- Individuare nuove aziende manifatturiere matricole dell'indotto automotive intenzionate ad aggredire i mercati internazionali.
- Mettere in rete le aziende per accrescerne la competitività e la forza contrattuale nei mercati internazionali.

- Attuare un'azione di sistema congiunta tra Camere di Commercio e imprese per la partecipazione alla fiera Hannover Messe .
- Creare condizioni favorevoli al miglioramento delle relazioni commerciali già in essere con eventuali partner locali.

RAFFORZAMENTO DELLA COMPETITIVITA' DELLE IMPRESE ATTRAVERSO LO STRUMENTO DELLE RETI NAZIONALI ED INTERNAZIONALI

Nell'economia moderna la collaborazione tra imprese, oltre ad aver assunto un'importanza decisiva, ha raggiunto dimensioni significative.

La globalizzazione dei mercati, l'inasprimento della concorrenza e la diffusione delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione hanno allargato la divisione del lavoro ed hanno modificato profondamente l'organizzazione della produzione e le dinamiche socio-economiche.

Le aggregazioni in rete, patrimonio proprio delle imprese italiane, rappresentano la risposta alla crisi economica ed alle nuove sfide dettate dall'economia globale che impone l'aumento della capacità competitiva e dell'efficienza aziendale. La competizione globale ha portato le aziende ad aprirsi alla collaborazione per ottenere, attraverso meccanismi di rete, massa critica e know-how, oltre ai benefici delle economie di scala e di scopo.

Dopo i positivi risultati conseguiti con il progetto SIRI – Servizi Integrati per le Reti di Impresa – nel corso del 2013, Aspin si è resa promotrice di una nuova progettualità che ha coinvolto oltre dieci strutture camerali italiane aggregate su un progetto di potenziamento delle reti internazionali che vede Frosinone capofila.

Nel 2013 Aspin ha sostenuto e coordinato un ampio partenariato articolato all'interno del sistema camerale italiano coordinato dalla Camera di Commercio di Frosinone, attraverso l'Azienda Speciale ASPIN e costituito dalle Camere di Commercio de L'Aquila, Latina, Matera, Rieti, Siracusa, Viterbo, nonché Unioncamere Molise ed Unioncamere Emilia Romagna.

Il progetto S.I.R.I. nella sua terza edizione mira a promuovere il contratto di rete come strumento di aggregazione, diffondendone le finalità e le caratteristiche distintive e stimolando gli imprenditori a valutare il contributo fornito dalle strutture reticolari ai processi di sviluppo internazionale ed i significativi vantaggi offerti – www.piattaformasiri.com.

PROMUOVERE L'AUMENTO DELLE NUOVE IMPRESE ESPORTATRICI - SIAFT MATRICOLE

Siaft, acronimo di South Italy Agri Food Tourism, è un progetto giunto, nel 2014, alla sua 5 edizione. L'iniziativa, i cui risultati sono stati ampiamente positivi, si pone l'obiettivo di offrire alle piccole realtà imprenditoriali dei settori agroalimentare, turismo e nautica, che si distinguono per la qualità delle proprie produzioni, la possibilità di entrare in contatto con i mercati internazionali. L'iniziativa prevede l'organizzazione di missioni di incoming e la partecipazione a fiere internazionali di settore. Promosso da Unioncamere, con il supporto di Mondimpresa, cofinanziato dal Ministero dello Sviluppo economico e organizzato dalle Camere di commercio del Centro-Sud Italia con il supporto della rete camerale estera, Siaft, presenta un ciclo di eventi in cui le piccole e medie imprese italiane hanno l'opportunità di incontrarsi con buyers internazionali di rilievo. Con questo progetto, di respiro nazionale, la Camera di Commercio di Frosinone attraverso l'Azienda Speciale Aspin intende favorire l'aumento delle imprese impegnate in percorsi di apertura internazionale e di dimensionamento strategico.

VALORIZZAZIONE INTERNAZIONALE DELL'OFFERTA TURISTICA LOCALE CON IL MARCHIO "OSPITALITA' ITALIANA".

Il progetto, nella sua terza annualità, si inserisce nella logica di sviluppo dei sistemi di offerta turistica come servizio alle imprese turistiche e della filiera. Aspin nel corso delle edizioni precedenti ha sensibilizzato il sistema delle imprese locali dell'ospitalità ad intraprendere un percorso qualificante che le rendesse riconoscibili in Italia e nel mondo con il conseguimento del Marchio Ospitalità Italiana. Nel corso del 2013 ASPIN ha inteso qualificare e valorizzare l'offerta turistica alberghiera ed extra alberghiera locale e metterla in connessione diretta con gli analoghi network internazionali per conferirle visibilità e fruibilità anche oltre confine. E' stata condotta una ricognizione sui pacchetti turistici e messa on line l'intera offerta turistica territoriale: strutture ricettive, pacchetti turistici, percorsi, ecc.

Fondamentale, per la nuova annualità, sarà l'interconnessione tra l'offerta ricettiva ed il patrimonio enogastronomico locale. Saranno messi in stretta interconnessione affinché generino una promozione sinergica guidata dalle azioni progettuali. In un'ottica di continuità sarà potenziata l'azione dello sportello SPOT. Uno

sportello fisico e virtuale, con l'obiettivo di rafforzare ulteriormente la centralità del ruolo della Camera di Commercio quale "ponte" con e tra le imprese, considerando sia quelle propriamente turistiche sia quelle coinvolte nella lunga filiera sul territorio.

DEFINIZIONE, PROGRAMMAZIONE, PROMOZIONE ED ASSISTENZA ALLE IMPRESE NELLE ATTIVITA' FIERISTICHE INTERNAZIONALI, NELLE MISSIONI D'AFFARI OUTGOING ED INCOMING.

La promozione internazionale rappresenta il settore operativo prioritario della Camera di Commercio e di Aspin ed è diretto a promuovere le opportunità che i mercati esteri offrono alle aziende italiane, attraverso tre assets principali di attività: FIERE, MISSIONI D'AFFARI, AZIONI DI INCOMING E SCOPUTING NUOVI PAESI.

Sulla base di uno stretto raccordo con il sistema delle imprese locali e con le loro associazioni di categoria, Aspin definisce annualmente un calendario di interventi promozionali di rilievo mondiale da sviluppare anche con le altre strutture camerali per l'internazionalizzazione e con i soggetti regionali deputati all'internazionalizzazione delle imprese.

Il dettaglio del programma promozionale sarà definito dal Consiglio di Amministrazione dell'Azienda Speciale sulla base delle indicazioni qui illustrate.

TECNICHE E STRUMENTI PER LA CRESCITA INTERNAZIONALE: AGGIORNAMENTO, FORMAZIONE ED ASSISTENZA TECNICA.

Le iniziative saranno finalizzate ad ampliare e perfezionare le competenze delle imprese in materia di commercio internazionale in raccordo con il programma di promozione estero che Aspin andrà a realizzare nel corso del 2014. Gli interventi formativi e di aggiornamento riguarderanno anche specifici approfondimenti su "nuovi" Paesi, con focus tenuti direttamente dai Rappresentanti delle Camere di Commercio italiane all'estero, dell'ICE e delle Ambasciate.

Risultati attesi

Mantenimento delle aziende fidelizzate che utilizzano i servizi della Camera di Commercio attraverso Aspin
Incremento delle aziende che utilizzano i servizi di Aspin
Incremento delle aziende che partecipano alle azioni di promozione internazionale
Incremento delle aziende fuori provincia che partecipano alle azioni di sistema promosse da Aspin
Aumento dell'indice di gradimento e di efficacia delle azioni di promozione internazionale e degli altri servizi offerti da Aspin

2.5.1 Obiettivo strategico: Promuovere l'internazionalizzazione del territorio e la competitività delle imprese sui mercati esteri, aumentare il numero delle nuove imprese esportatrici

Iniziative programmatiche:

- 2.5.1.1 Progetti e azioni per la promozione delle specificità settoriali (Aspin)
- 2.5.1.2 Fiere internazionali (Aspin)
- 2.5.1.3 Incoming (Aspin)
- 2.5.1.4 Missioni d'affari (Aspin)
- 2.5.1.5 Promuovere l'aumento delle nuove imprese esportatrici – SIAFT matricole (Aspin)

2.5.2 Obiettivo strategico: Potenziare le leve per la competizione internazionale e stimolare la crescita delle imprese attraverso l'aggregazione

Iniziative programmatiche:

- 2.5.2.1 Iniziative di sostegno delle Reti di impresa sui mercati internazionali (Aspin)
- 2.5.2.2 Valorizzazione internazionale della filiera dell'industria dell'auto - Progetto auto-motive together (Aspin)
- 2.5.2.3 Progetti speciali di innovazione per l'impresa internazionale (Aspin)

2.5.3 Obiettivo strategico: Riaffermare fortemente sui territori il ruolo della Camera di commercio quale “casello d’entrata” delle imprese sui mercati internazionali

Iniziative programmatiche:

2.5.3.1 Il sistema a rete per gli sportelli per l’internazionalizzazione - Progetto world pass (Aspin)

3. IL TERRITORIO - Competitività e attrattività del territorio

Il terzo ambito di intervento riguarda strategie rivolte principalmente allo sviluppo del Territorio e sarà caratterizzato da azioni di marketing territoriale finalizzate all'attrazione degli investimenti mediante il miglioramento della qualità della vita e del territorio, con una gestione intelligente della dimensione urbana. Iniziative finalizzate ad un ammodernamento del territorio attraverso una gestione integrata, anche nella declinazione digitale, delle realtà urbane (*Smart cities*) e degli insediamenti produttivi, commerciali e delle aree di interesse turistico. Ciò anche in sinergia con Università, Centri di ricerca e di Alta formazione, con l'obiettivo di connettere arte, storia, cultura, turismo, tecnologia, tradizione e modernità.

Promuovere la qualità e la tracciabilità delle filiere del made in Italy, valorizzando i distretti produttivi e rafforzando i legami tra turismo, cultura e saperi tradizionali costituisce un altro obiettivo strategico dell'Ente.

In particolare si lavorerà sulla filiera del Turismo per una valorizzazione del territorio e del suo patrimonio nell'ottica della promozione integrata delle leve attrattive turistiche provinciali, consolidando e sviluppando al contempo la sinergia tra attori istituzionali e tra questi e i privati. Alla valorizzazione delle tante produzioni dovrà essere dedicato il massimo impegno, non derogando mai ai principi della qualità ed alle regole della tracciabilità, uniche barriere protettive grazie alle quali le eccellenze enogastronomiche e artigianali potranno essere difese e sostenute.

Se è vero che la sostenibilità è oggi al centro del "fare competizione" per molti Territori, per la provincia di Frosinone essa deve trovare i suoi punti di forza nei valori della qualità, dell'innovazione, dell'eco-efficienza e dell'ambiente. Si tratta di una sfida già raccolta in pieno da molte imprese – non solo nell'agricoltura e nell'industria, ma sempre più anche nel terziario - per le quali investire oggi nel green significa anche riconvertire l'offerta di prodotti e servizi per soddisfare nuove fasce di clientela. Una logica che sta portando alla nascita di vere e proprie "filie verdi" a più forte presenza di piccole e piccolissime aziende, nella bioedilizia come nel turismo sostenibile e nell'agricoltura di qualità.

In tale ambito l'impegno della Camera di Commercio si esplicherà attraverso iniziative di sostegno della cultura della *green economy* e della produzione di energia, riqualificazione e valorizzazione dell'ambiente, in particolare per lo sviluppo di produzioni agricole energetiche nelle aree a più forte impatto industriale.

Riguardo l'ampio tema delle infrastrutture, immateriali e materiali, l'impegno dell'Ente sarà operativo su più fronti perché l'efficienza di questo settore rappresenta la garanzia dello scambio e della libera circolazione per tutti (individui, capitali, merci).

Quanto alle infrastrutture materiali, una delle maggiori risultanti degli investimenti diretti dell'Ente e segno più consistente della restituzione al territorio di quanto la Camera riceve, si proseguirà nella partecipazione attiva al processo di sostegno di progetti strategici.

La Camera di commercio intende esprimere una vera e propria politica infrastrutturale, capace di generare una progettualità 'mirata', pensata per cogliere opportunità ed economie di dimensione proprie dell'area vasta e per ridurre la perifericità del territorio sui cui interviene.

La Camera di commercio intende poi sostenere fortemente iniziative e funzioni per lo sviluppo delle infrastrutture immateriali, finalizzate ad un corretto sviluppo delle attività economiche.

Area strategica 3.1

3.1 Marketing territoriale

La Camera vuole promuovere il territorio valorizzandone, in maniera integrata, le migliori risorse, tutelandone l'identità socioculturale, confrontandosi con tutti gli attori pubblici e privati, con il mondo delle imprese ma anche con quello della cultura, trasformando le criticità in opportunità di crescita, rivolgendo uno sguardo agli scenari futuri, guidando la transizione verso la modernità e raccogliendo la sfida della competitività.

Anche in materia di promozione del territorio, delle sue aziende e dei suoi prodotti, la Camera di Commercio di Frosinone intende improntare le sue azioni a un netto e deciso miglioramento della competitività del sistema economico locale nel suo insieme. È proprio la competitività, infatti, la sfida delle sfide, il vero tema portante, il confine tra in e out, l'anello di congiunzione delle scelte politiche e amministrative, l'obiettivo trasversale di tutte le *policies* dell'Ente.

E per raggiungere tale obiettivo si dovrà necessariamente continuare a esercitare il ruolo di leadership e di coordinamento per l'indirizzo e lo sviluppo socioeconomico della provincia, secondo una prospettiva ampia e condivisa e attraverso un adeguato programma di piena valorizzazione e mirata comunicazione del territorio.

La Camera di Commercio assume come obiettivo di medio periodo quello di migliorare la qualità della vita e del territorio attraverso una gestione intelligente della dimensione urbana.

Gli sforzi si concentreranno nel creare le condizioni per sviluppare progetti di innovazione applicati ai territori in grado di produrre effetti positivi sull'offerta dei servizi innovativi ai cittadini e alle imprese e far diventare il territorio provinciale più appetibile a nuovi investimenti.

L'Ente sarà impegnato ad avvicinare i comuni della provincia di Frosinone al modello di sviluppo delle "smart cities", generando le conoscenze e le esperienze necessarie per attuare tale modello di sviluppo in contesti urbani di dimensione media e piccola.

Le iniziative saranno finalizzate allo stimolo, sperimentazione e implementazione di un complesso organico di iniziative e progetti, ben calibrati sulla dimensione medio piccola delle città della provincia di Frosinone. Tali iniziative e progetti diverranno un volano per lo sviluppo sostenibile e il rafforzamento della competitività del territorio coinvolto, favorendo la maturazione di competenze tecnologiche, gestionali, ambientali e organizzative.

Facendo riferimento alla esperienza già avviata da Ciociaria Sviluppo per l'implementazione di una piattaforma di servizi, la Camera di Commercio diventerà un laboratorio di sviluppo di competenze eccellenti negli ambiti rilevanti per lo sviluppo "smart" diffuso sul territorio.

Particolare attenzione verrà prestata nel promuovere iniziative che mettano a sistema e rendano maggiormente visibili i servizi di e-gov offerti dalle Pubbliche amministrazioni provinciali e i servizi e-business delle imprese superando l'attuale frammentazione e sovrapposizione di siti internet e portali.

Per attrarre nuovi investimenti sul territorio si attiveranno iniziative per valorizzare e recuperare siti urbani per insediamenti commerciali e turistici nonché per riutilizzare i siti industriali.

Risultati attesi

Miglioramento della qualità delle realtà urbane Crescita degli investimenti sul territorio provinciale Maggiori opportunità per la creazione di iniziative in rete
--

3.1.1 Obiettivo strategico: Attrazione degli investimenti mediante il miglioramento della qualità della vita e del territorio con una gestione intelligente della dimensione urbana

Iniziative programmatiche:

3.1.1.1 Iniziative per avvicinare i comuni della provincia di Frosinone al modello di sviluppo delle "smart cities"

3.1.1.2 Iniziative di sensibilizzazione per il recupero dei siti urbani

3.1.1.3 Attivazione di iniziative per la promozione della costituzione di un Portale Unico della Ciociaria

3.1.1.4 Iniziative di coordinamento con altri soggetti istituzionali per diffondere le informazioni sulle opportunità di recupero dei siti industriali e miglioramento dei relativi iter autorizzatori

Area strategica 3.2

3.2 Filiera del turismo e valorizzazione integrata del territorio

Già da diversi anni la Camera di Commercio di Frosinone ha orientato la propria azione di supporto all'economia locale a un approccio di tipo integrato che mira a valorizzare il territorio come un unico, grande e ineguagliabile insieme di peculiarità, vocazioni, tradizioni produttive ed eccellenze assolutamente tipiche. I principali ambiti in cui sono stati e saranno concentrati gli interventi promozionali, al fine di definire, rafforzare e veicolare il brand-territorio, sono: marketing territoriale; turismo; prodotti agroalimentari, artigianali e tipici.

L'Ente continuerà pertanto a portare avanti progetti specifici che mirano a esaltare il localismo territoriale, a investire - in collaborazione con gli altri protagonisti del territorio - in un disegno globale di sviluppo della competitività e dell'attrattività territoriale, a raccordare domanda e offerta, a innescare meccanismi di sviluppo endogeno, ad attivare una nuova modalità di lavoro promossa dal basso, saldamente fondata su una rete relazionale interistituzionale e capace di pensare lo sviluppo in termini di integrazione e valorizzazione delle specificità locali, delle risorse umane, naturali, materiali e immateriali. Nel fare ciò la Camera di Commercio avrà cura di coinvolgere tutti i centri di produzione culturale, al fine di connettere definitivamente arte, storia, cultura e tradizione con tecnologia, modernità, infrastrutture e produzione, attivando così una serie di processi virtuosi capaci di generare reddito, occupazione e benessere.

A tale riguardo, un ambito dell'offerta locale su cui concentrare l'attenzione strategica e progettuale è quello turistico. La Camera di Commercio di Frosinone sosterrà la sua azione puntando a definire/ridefinire l'identità turistica della Ciociaria migliorandone la riconoscibilità sul mercato turistico e sostenendo ogni iniziativa atta a riqualificare l'offerta territoriale. E lo farà valorizzando al meglio il ricchissimo patrimonio locale, assecondando di volta in volta le diverse vocazioni, secondo un modello funzionale a uno sviluppo sostenibile, capace di rispettare la logica della promozione integrata e dei turismi plurimi (turismo culturale, enogastronomico, sportivo, religioso, sociale, scolastico, congressuale, naturalistico, leisure, ecc.).

Analogamente al rafforzamento dell'immagine complessiva del territorio verranno attivate azioni per migliorare l'offerta delle strutture ricettive anche attraverso la diffusione nella provincia dei sistemi di qualificazione con marchi nazionali promossi dalla rete camerale.

Verranno individuate azioni di animazione del territorio mediante il sostegno di eventi selezionati che abbiano risonanza nazionale ed attivate politiche di alleanza con i grandi attrattori di prossimità.

Risultati attesi

Attrazione di flussi turistici mediante animazione del territorio Incremento della qualità della ricettività Incentivare le interazioni tra gli attori sociali presenti sul territorio
--

3.2.1 Obiettivo strategico: Valorizzare e promuovere in un'ottica integrata le leve attrattive del turismo provinciale consolidando e sviluppando al contempo la sinergia tra attori istituzionali e tra questi e i privati,

Iniziative programmatiche:

3.2.1.1 Valorizzazione internazionale dell'offerta turistica locale con il marchio "ospitalità italiana" (Aspin)

3.2.1.2 Iniziative per la valorizzazione delle potenzialità turistiche - Turismo termale, religioso, culturale

3.2.1.3 Azione di sostegno al protocollo d'intesa "dagli eventi del territorio al territorio degli eventi"

3.2.1.4 Gestione Regolamento per la concessione di contributi, sovvenzioni, sussidi e ausili finanziari e per l'attribuzione di vantaggi economici

3.2.1.5 Accordi per l'attuazione di politiche sul turismo con i grandi attrattori di prossimità

3.2.2 Obiettivo strategico: Valorizzazione del patrimonio locale

Iniziative programmatiche:

3.2.2.1 Partecipazione a fiere specializzate, workshop, Concorsi nel settore turistico, enogastronomico, nell'artigianato artistico, e nelle altre produzioni tipiche

Area strategica 3.3

3.3 Valorizzazioni delle produzioni locali

Un focus particolare nell'ambito degli interventi di promozione territoriale sarà riservato alla valorizzazione delle produzioni agroalimentari, artigianali e tipiche di qualità. Tali elementi - veri e propri attrattori - oltre a generare ricchezza, potranno rappresentare elementi trasversali utili anche ad arricchire con il loro apporto l'intera offerta turistica territoriale e, collateralmente, potranno dare alla luce nuovi segmenti da proporre ai mercati nazionale e internazionale. La Camera di Commercio di Frosinone, che da diversi anni promuove attivamente la tutela e la diffusione della tipicità dei prodotti locali in campo agroalimentare e artigianale, continuerà a sviluppare un articolato programma di interventi (organizzazione di presentazioni, degustazioni e altri eventi, partecipazione a premi, concorsi e fiere di settore, contributi per la partecipazione a fiere e mostre, attività di consulenza, informazione e assistenza, rapporti con la stampa specializzata, realizzazione di guide, materiale divulgativo, ecc.). Si renderanno più saldi, stabili e sinergici i rapporti con Strade e Consorzi. Verranno intensificate le interdipendenze tra l'industria agroalimentare e gli altri settori produttivi presenti sul territorio e valorizzate le migliori produzioni locali. Una particolare attenzione verrà riservata ai sistemi per tutelare origine, qualità, tracciabilità e trasparenza dei prodotti locali, tutelandone la originalità e biodiversità. Funzionali al raggiungimento degli obiettivi sarà il potenziamento delle funzioni di organismo di controllo, la valorizzazione di una sala panel e la promozione dei prodotti presso le attività ricettive locali.

Risultati attesi

Innalzare e divulgare le informazioni sul livello qualitativo dei prodotti a Denominazione di Origine Offrire al consumatore un prodotto di qualità Incrementare la redditività delle aziende di settore Educare le aziende alla cultura delle qualità

3.3.1 Obiettivo strategico: Valorizzazione delle eccellenze enogastronomiche ed artigianali

Iniziative programmatiche:

3.3.1.1 Azioni di promozione e valorizzazione prodotti tipici locali

3.3.1.2 Altri progetti finalizzati

3.3.2 Obiettivo strategico: Valorizzare le produzioni tipiche e i prodotti a Denominazione di Origine

Iniziative programmatiche:

3.3.2.1 Iniziative per il potenziamento delle funzioni di ente di controllo per le produzioni agroalimentari a Denominazione di Origine

3.3.2.2 Azioni per la valorizzazione di una Sala Panel

Area strategica 3.4

3.4 Green economy

La sostenibilità è oggi al Centro del “fare competizione” tra i territori. È questa l’interpretazione della green economy, che trova i suoi punti di forza nei valori della qualità, dell’innovazione, dell’eco-efficienza e dell’ambiente. Si tratta di una sfida già raccolta in pieno da molte imprese – non solo nell’agricoltura e nell’industria, ma sempre più anche nel terziario - per le quali investire oggi nel green significa anche riconvertire l’offerta di prodotti e servizi per soddisfare nuove fasce di clientela. Una logica che può portare alla nascita di vere e proprie “filieri verdi” a più forte presenza di piccole e piccolissime aziende, nella bioedilizia come nel turismo sostenibile e nell’agricoltura di qualità.

Un territorio come quello di Frosinone ha bisogno più di altri di concentrare gli sforzi per diffondere nelle imprese questa cultura di sviluppo rispettosa dell’ambiente, in grado di creare nuovi spazi competitività per le imprese e al tempo stesso nuove opportunità occupazionali.

L’azione della Camera si concentrerà su iniziative di promozione finalizzate alla produzione di energia, riqualificazione e valorizzazione dell’ambiente, con particolare riferimento alle produzioni agricole energetiche anche per risanare le aree a più forte impatto industriale.

Risultati attesi

Sviluppo di nuovi ambiti di business nel settore agricolo

Riqualificazione e valorizzazione dell’ambiente anche per risanare le aree a più forte impatto industriale

3.4.1 Obiettivo strategico: Produzione di energia, riqualificazione e valorizzazione dell’ambiente

Iniziative programmatiche:

3.4.1.1 Sensibilizzazione verso i produttori agricoli per favorire produzioni agricole energetiche e iniziative per migliorare l’incontro tra domanda e offerta

3.4.1.2 Progetto speciale sulla green economy (Innova)

Area strategica 3.5

3.5 Infrastrutture

Riguardo l'ampio tema delle infrastrutture, immateriali e materiali, l'impegno dell'Ente sarà operativo su più fronti perché l'efficienza di questo settore rappresenta la garanzia dello scambio e della libera circolazione per tutti (individui, capitali, merci).

Quanto alle infrastrutture materiali, una delle maggiori risultanti degli investimenti diretti dell'Ente e segno più consistente della restituzione al territorio di quanto la Camera riceve, si proseguirà nella partecipazione attiva al processo di sostegno di progetti strategici.

Si tratta di un ambito nel quale la Camera di Commercio ha investito molto in questi anni, con iniziative progettuali e politiche, al fianco delle altre istituzioni ed organizzazioni territoriali, con la partecipazione in enti di gestione di infrastrutture a rilevante interesse economico, a cominciare dal sistema dei trasporti. Il piano per la realizzazione dell'Aeroporto di Frosinone è stata ritenuta una delle principali priorità per lo sviluppo locale e l'ingresso nel capitale della Società costituita per la sua realizzazione testimonia l'importanza che la struttura riveste per la Camera.

L'attenzione è stata poi posta al progetto della Società Interporto Frosinone Spa, per la realizzazione di un Centro intermodale di ricezione, custodia, smistamento e convogliamento di merci, materia prime, prodotti finiti. Secondo il criterio dell'integrazione tra i vari modi di trasporto, l'investimento è stato considerato essenziale per la realizzazione di un nodo strategico per lo sviluppo della dimensione produttiva locale.

In questo ambito dovranno essere sempre di più privilegiate scelte di investimento finalizzate allo sviluppo economico del territorio per supportare le imprese nei processi di crescita economica, tali da garantire effetti moltiplicativi e miglioramenti strutturali dell'efficienza del sistema.

Perché questo avvenga, la sfida che l'Ente si pone per i prossimi anni, in primo luogo a se stesso ed alle associazioni imprenditoriali, quindi alle istituzioni locali e nazionali, sarà quella di concorrere a comprendere la domanda, individuando i nodi critici infrastrutturali, a stabilire le priorità, a definire i progetti con specifici studi di fattibilità, a ricercare e costruire il consenso necessario per la sua attuazione, a individuare le formule e le analisi sulla sostenibilità finanziaria della loro realizzazione.

La Camera di commercio intende esprimere una vera e propria politica infrastrutturale, capace di generare una progettualità 'mirata', pensata per cogliere opportunità ed economie di dimensione proprie dell'area vasta e per ridurre la perifericità del territorio sui cui interviene.

La Camera di Commercio intende poi sostenere fortemente iniziative e funzioni per lo sviluppo delle infrastrutture immateriali, finalizzate ad un corretto sviluppo delle attività economiche.

Pertanto l'imperativo dell'Ente sarà il sostegno della competitività del territorio mediante l'ammodernamento della dotazione infrastrutturale, assumendo un ruolo di rilievo nella proposizione di interventi e nella valutazione progressiva della realizzazione dei progetti in essere.

Le priorità saranno legate, considerate le varie criticità emerse nel corso del 2013, al riesame dei progetti Aeroporto ed Interporto, al miglioramento dei collegamenti della mobilità ferroviaria verso Roma, alla creazione delle interconnessioni del sistema ferroviario per lo sviluppo di un sistema integrato ferro-gomma di trasporto.

Verranno inoltre sostenuti progetti finalizzati alla diffusione della banda larga e allo sviluppo dei servizi ad essa connessi.

L'Ente rileva la necessità e l'urgenza di azzeramento del divario digitale per quanto riguarda la banda larga. Le reti di comunicazione e la loro evoluzione verso capacità e velocità sempre maggiori rappresentano una condizione necessaria, anche se purtroppo non sufficiente, per lo sviluppo e la diffusione di servizi innovativi, con crescenti livelli di integrazione, multimedialità ed interattività.

Su questo tema la Camera sarà impegnata in azioni di stimolo per interventi correttivi sul territorio sia sul lato infrastrutturale che sul lato della catalizzazione della domanda di servizi ad alto valore aggiunto, per la promozione di una maggiore conoscenza delle opportunità di business e degli incrementi di produttività e di innovazione organizzativa resi disponibili dai servizi abilitati dalla banda larga e ultra larga.

Risultati attesi

Rendere il territorio maggiormente attrattivo per gli investimenti e come localizzazione abitativa
Ammodernare la dotazione infrastrutturale del territorio per favorirne lo sviluppo

3.5.1 Obiettivo strategico: Sostenere la competitività del territorio mediante l'ammodernamento della dotazione infrastrutturale assumendo un ruolo di rilievo nella proposizione di interventi e nella valutazione progressiva della realizzazione dei progetti in essere

Iniziative programmatiche:

3.5.1.1 Azioni istituzionali finalizzate al riesame del progetto Aeroporto per lo sviluppo dell'Eliporto

3.5.1.2 Azioni istituzionali finalizzate al riesame del progetto Interporto

3.5.1.3 Progetto speciale di promozione e sensibilizzazione delle imprese all'utilizzo della banda larga (Innova)

3.5.1.4 Iniziative di divulgazione delle analisi e attivazione di relazioni istituzionali sulle soluzioni per il miglioramento della mobilità delle persone nei collegamenti con Roma