




**CAMERA DI COMMERCIO  
DI FROSINONE  
BILANCIO DI MANDATO 2007-2011**



**CAMERA  
DI COMMERCIO  
DI FROSINONE**

**BILANCIO  
DI MANDATO  
2007-2011**



## INDICE

4	INTRODUZIONE
6	NOTA METODOLOGICA
<b>8</b>	<b>LA CAMERA DI COMMERCIO DI FROSINONE</b>
9	LA MISSIONE
11	LE STRATEGIE
15	LA GOVERNANCE
19	L'ORGANIZZAZIONE
23	IL CONTESTO SOCIO-ECONOMICO. UN QUADRO DI SINTESI
<b>36</b>	<b>2007-2011. ATTIVITÀ E RISULTATI</b>
37	FACILITARE L'ACCESSO AL CREDITO. FAVORIRE LA NASCITA E LO SVILUPPO DELLE IMPRESE
41	PROMUOVERE IL TURISMO. SVILUPPARE LE FILIERE E I DISTRETTI
49	SOSTENERE L'INNOVAZIONE. TUTELARE LA PROPRIETÀ INDUSTRIALE
53	DIFENDERE IL CONSUMATORE. ASSICURARE TRASPARENZA AL MERCATO
57	SEMPLIFICARE LE PROCEDURE AMMINISTRATIVE. DIFFONDERE LA CULTURA DIGITALE
63	PERFEZIONARE L'ORGANIZZAZIONE INTERNA. SVILUPPARE LE COMPETENZE PROFESSIONALI
67	FARSI CONOSCERE E RICONOSCERE. SAPER INFORMARE
72	INVESTIRE SULLE INFRASTRUTTURE. INCREMENTARE LE COLLABORAZIONI ISTITUZIONALI
<b>76</b>	<b>L'AZIENDA SPECIALE INNOVA</b>
77	LA MISSIONE, LA GOVERNANCE, L'ORGANIZZAZIONE DI INNOVA
81	LE ATTIVITÀ E I PROGETTI DI FORMAZIONE
<b>94</b>	<b>L'AZIENDA SPECIALE ASPIN</b>
95	LA MISSIONE, LA GOVERNANCE, L'ORGANIZZAZIONE DI ASPIN
98	LE ATTIVITÀ E I PROGETTI PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE
<b>112</b>	<b>RISULTATI ECONOMICI E CONTABILI</b>
113	L'EVOLUZIONE DELLA GESTIONE CONTABILE
114	LE PERFORMANCE ECONOMICHE



## INTRODUZIONE

Cinque anni di lavoro: la Giunta e il Consiglio camerale entrati in carica nel novembre 2006 terminano il proprio mandato. L'attività svolta durante questo periodo è stata riassunta nelle pagine che seguono. Sfogliandole sarà possibile individuare l'impegno messo in campo da ciascuno, nell'ambito delle proprie competenze.

Abbiamo colmato l'enorme divario che ci separava dal resto dell'Italia sul fronte della formazione professionale. Abbiamo aiutato le nostre aziende a proiettarsi sui mercati mondiali. Abbiamo studiato a fondo – attraverso l'Osservatorio economico – le ragioni della nostra economia individuandone i problemi e proponendo soluzioni. Siamo stati accanto alle imprese fornendo garanzie quando hanno avuto la necessità di accedere al credito, abbiamo investito sulle infrastrutture che riteniamo capaci di rilanciare il nostro territorio. Abbiamo iniziato a puntare in maniera concreta sul turismo, con l'aiuto del compianto Presidente Mario Papetti che ci ha lasciato durante il mandato. Ci siamo ispirati ai principi di una sana ed efficace gestione, conseguendo economie e razionalizzazioni che ci rendono una Camera in linea con tutti i parametri dell'efficienza amministrativa.

Se il risultato sia soddisfacente o meno, il giudizio lo lasciamo al lettore. Un solo dato è certo: ciascuno – dalla Presidenza alla Giunta e al Consiglio – ha fatto il massimo concesso dalle proprie possibilità, per favorire la crescita di questo territorio. Si potrà obiettare che si poteva fare di più e meglio. Noi già da ora possiamo rispondere che in coscienza è stato fatto tutto quello che potevamo e sapevamo fare. Rimettendoci al giudizio dei posteri, in questa pagina vogliamo fare un paio di riflessioni. La prima: chiunque verrà dopo di noi si troverà a governare un territorio, un'economia, una Camera di Commercio,

profondamente diversi da quelli che avevamo ereditato noi. Durante questi cinque anni, il mondo è cambiato davanti ai nostri occhi: spesso lo ha fatto in maniera repentina. Improvvisa. Imprevedibile.

Se, all'inizio del nostro mandato, il traguardo verosimile era l'unità e la collegialità, la sinergia tra nord e sud della provincia, oggi tutto questo appare desolatamente superato di fronte alla consapevolezza che il palcoscenico minimo sul quale confrontarsi è l'Europa.

La seconda riflessione più che altro vuole essere una raccomandazione a chi raccoglierà la nostra eredità. Restano molte cose da fare. E non perché noi non le abbiamo fatte, ma perché i nuovi palcoscenici di domani stanno prendendo forma solo oggi davanti ai nostri occhi mentre stiamo uscendo da queste stanze. Bisogna lavorare per facilitare l'accesso al credito, favorendo così la nascita e lo sviluppo delle imprese; sviluppare le filiere e i distretti, puntando sul turismo, che oggi appare l'unica industria capace di assorbire le masse espulse dal ciclo del lavoro durante gli ultimi anni; sostenere l'innovazione, tutelare la proprietà industriale; ma anche difendere il consumatore e assicurare la trasparenza di un mercato profondamente attraversato da una crisi che lo ha trasformato.

Chiunque venga dopo di noi, forte della nostra esperienza, sappia che non è tempo di dividersi né di esitare. È tempo di unirsi e di agire.

**Florindo Buffardi**

Presidente della Camera di Commercio di Frosinone

**UNO STRUMENTO DI TRASPARENZA E DIALOGO.  
PER COMUNICARE CHI SIAMO, COSA ABBIAMO FATTO,  
CON QUALI RISORSE.**

Il Bilancio di mandato fa riferimento alle attività della Camera di Commercio di Frosinone nel periodo 2007-2011. E coincide con la durata in carica del Consiglio, che si è insediato il 13 novembre 2006. Dalla data della sua naturale scadenza, il Consiglio, in virtù della Legge 273/2002, per garantire la continuità amministrativa dell'Ente, può operare per ulteriori sei mesi.

Il documento rientra in un percorso pluriennale di rendicontazione, già avviato nel 2006 sugli esercizi 2003-2005, a testimonianza della volontà della Camera di dialogare in maniera trasparente con i propri stakeholder.

L'obiettivo è quello di verificare, insieme, la coerenza tra i compiti istituzionali dell'Ente e gli obiettivi conseguiti; di valutare le scelte a lungo termine dell'istituzione camerale, evidenziandone l'efficacia.

**Struttura del documento:**

- la prima sezione definisce la missione della Camera, gli obiettivi strategici e il contesto in cui opera;
- la seconda illustra gli interventi messi in campo e realizzati durante il mandato;
- due capitoli a parte sono dedicati alle Aziende speciali Innova e Aspin;
- lo spazio riservato alla gestione economica, infine, illustra le principali risultanze contabili che hanno caratterizzato gli anni presi in esame.



## LA CAMERA DI COMMERCIO DI FROSINONE

La Camera di Commercio è un'istituzione aperta e dinamica, che sa adeguarsi alle evoluzioni del contesto e alle richieste del mondo produttivo.

Attraverso il dialogo con le associazioni di rappresentanza e con gli interlocutori istituzionali. Un'amministrazione al servizio delle imprese, impegnata a promuovere lo sviluppo del territorio.

INTERPRETARE LA VOCE DELLE IMPRESE.  
COSTRUIRE, INSIEME,  
UN AMBIENTE FAVOREVOLE AL LORO SVILUPPO.

**Contribuire alla modernizzazione del sistema istituzionale e alla competitività delle imprese; consolidare il ruolo di protagonista nelle politiche di sviluppo dell'economia locale e nei processi di riqualificazione dell'Amministrazione pubblica.**

**È questa la missione della Camera di Commercio di Frosinone.**

Un impegno che trova nella storica capacità di leggere le esigenze del territorio e le richieste del mondo imprenditoriale i suoi punti di forza. Un'istituzione moderna, aperta, attenta. Vicina ai sub-sistemi provinciali, di cui stimola la crescita e la coesione. Attraverso interventi innovativi, come il decentramento telematico e funzionale; forme sempre più strette di collaborazione tra mondo produttivo e mondo istituzionale; nuove aggregazioni tra imprese; servizi di valorizzazione dell'ingente patrimonio culturale, artistico, religioso, naturalistico



LA CAMERA  
DI COMMERCIO  
DI FROSINONE  
**LA MISSIONE**

e enogastronomico dei diversi contesti. In linea con il principio della sussidiarietà. Non a caso, punto qualificante dell'azione dell'Ente tra il 2007 e il 2011 è stato il ricorso continuo al metodo della cooperazione con la rete camerale e con le organizzazioni di categoria. Proponendosi sempre più come interlocutore privilegiato della Regione per la gestione delle funzioni che alle imprese si rivolgono.

Per tradurre in fatti la sua aspirazione di motore di sviluppo, la Camera di Commercio di Frosinone ha agito contemporaneamente in due direzioni. All'esterno, elaborando una vera e propria strategia di alleanze a vari livelli; per individuare, insieme, i punti di forza e di debolezza del territorio, anche in relazione alle caratteristiche delle altre aree, nazionali ed internazionali.

E agire di conseguenza. All'interno, adeguando - quando necessario - processi e servizi alle domande concrete dell'utenza.

Un percorso basato sul potenziamento delle sue tradizionali attività, al fianco degli operatori

- **Attività amministrative:** la tenuta del Registro delle imprese, del Repertorio economico amministrativo e degli altri registri e albi attribuiti alle Camere dalla legge; la promozione della semplificazione delle procedure per l'avvio e lo svolgimento di iniziative economiche.
- **Attività di regolazione del mercato:** la costituzione di commissioni arbitrali e conciliative per la risoluzione delle controversie tra imprese e tra imprese, consumatori o utenti; la predisposizione di contratti-tipo e forme di controllo sulla presenza di clausole inique nei contratti; la vigilanza sui prodotti; la metrologia legale; la raccolta degli usi e delle consuetudini.
- **Attività di promozione economica:** il sostegno alla competitività delle imprese e alla crescita del sistema economico locale;

il supporto all'internazionalizzazione, alla formazione del capitale umano, all'innovazione e al trasferimento tecnologico; il contributo alla cooperazione con le istituzioni scolastiche e universitarie in materia di alternanza scuola-lavoro, per l'orientamento al lavoro e alle professioni;

- **Attività di informazione economica:** la realizzazione di studi, analisi, ricerche, osservatori sugli andamenti economici provinciali.

**Nell'era della globalizzazione, accrescere la competitività di un sistema locale significa prima di tutto individuare i settori in grado di trainarne lo sviluppo, di agire da moltiplicatori della ricchezza.**

In questi anni, grande attenzione è stata prestata alle attività a elevato contenuto tecnologico; alle produzioni agroalimentari di eccellenza; alle strutture di supporto al tessuto imprenditoriale.

Obiettivo strategico della Camera è stato ed è quello di connotare la nostra provincia come Polo di Servizi integrati. Attraverso la nascita e la diffusione di imprese orientate alla produzione di beni immateriali.

A sostegno dei principali comparti del manifatturiero e del terziario, ambiti di fondamentale importanza in un contesto, come quello di Frosinone, caratterizzato dalla presenza di aziende di grandi, medie e piccole dimensioni. Con stili, modalità produttive e bisogni completamente diversi. Una realtà complessa, con cui fare i conti. Da valorizzare. E da cui trarre modelli di sviluppo originali.

In questo quadro, particolarmente apprezzata è stata la politica di intervento dell'Ente nel corso del mandato. Un programma articolato, basato su soluzioni condivise, capace di rispondere alle esigenze dei differenti ambiti aziendali. Nel rispetto delle specificità. A vantaggio dell'intera comunità economica locale.

STRATEGIE E OBIETTIVI DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI FROSINONE 2007- 2011			
Are di competenza	Strategie del mandato	Obiettivi del mandato	Strumenti previsti
Competitività del sistema economico produttivo locale	Sostegno al credito e sviluppo imprenditoriale	<ul style="list-style-type: none"> <li>Migliorare l'accesso al credito delle Pmi per ridurre le sofferenze e le tensioni finanziarie rafforzando il sistema di garanzia e la cooperazione con il sistema bancario locale per microfinanziamenti</li> <li>Promuovere la nuova imprenditorialità</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contributi ai Confidi</li> <li>Convenzioni con banche e Confidi</li> <li>Interventi in Conto garanzia</li> <li>Promozione Imprenditoria femminile</li> </ul>
	Turismo e valorizzazione delle produzioni locali	<ul style="list-style-type: none"> <li>Valorizzare e promuovere in un'ottica integrata le leve attrattive del turismo provinciale con particolare riguardo al segmento del turismo culturale, consolidando e sviluppando al contempo la sinergia tra attori istituzionali e tra questi e i privati</li> <li>Valorizzare le produzioni tipiche e i prodotti a Denominazione di Origine</li> <li>Promuovere, anche attraverso interventi formativi, la qualità dell'accoglienza, stimolare la domanda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Animazione del territorio</li> <li>Valorizzazione delle bellezze naturali e dei centri storici</li> <li>Promozione e tutela delle tipicità enogastronomiche</li> <li>Partecipazione a manifestazioni nazionali</li> </ul>
	Innovazione	<ul style="list-style-type: none"> <li>Stimolare l'innovazione nelle PMI come leva di competitività</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tutela della proprietà intellettuale</li> <li>Progetti di innovazione da parte delle imprese finanziati dalla Camera di Commercio</li> <li>Sostegno/collaborazione con Università e Istituti di ricerca</li> <li>Parchi scientifici e tecnologici</li> </ul>
	Formazione	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sostenere la richiesta di formazione continua e superiore della provincia di Frosinone mantenendo un elevato livello di gradimento da parte dei partecipanti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formazione professionale</li> <li>Formazione specifica</li> <li>Corsi abilitanti e preparatori</li> <li>Progetti speciali</li> </ul>
	Internazionalizzazione	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incrementare e qualificare la partecipazione delle imprese agli interventi che attivano processi di internazionalizzazione</li> <li>Diversificare l'offerta promozionale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promozione internazionale (Fiere, missioni all'estero, incoming e progetti speciali)</li> <li>Formazione e qualificazione delle imprese per un corretto approccio ai mercati esteri</li> <li>Assistenza tecnica e specialistica</li> <li>Progetti speciali</li> </ul>
Promozione della cultura della legalità	Tutela del consumatore e Regolazione del mercato	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ridurre e/o semplificare il contenzioso tra consumatori e imprese, tra imprese e imprese</li> <li>Diffondere una cultura della legalità e della trasparenza</li> <li>Sensibilizzare le imprese all'utilizzo degli istituti di giustizia alternativa, con la predisposizione di specifiche clausole contrattuali</li> <li>Sensibilizzare i notai ed i professionisti, perché consiglino l'inserimento di clausole compromissorie all'interno dei contratti</li> <li>Divulgazione delle informazioni riguardanti le procedure legate alle manifestazioni a premio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Servizi Concerto (Arbitrato e conciliazione, Marchio di Garanzia camerale, Commissione Clausole Vessatorie)</li> <li>Laboratori</li> <li>Attività sanzionatoria</li> <li>Protesti</li> <li>Metrolgia legale (verifiche metriche, lotta alla contraffazione, sicurezza dei prodotti)</li> </ul>

STRATEGIE E OBIETTIVI DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI FROSINONE 2007- 2011			
Are di competenza	Strategie del mandato	Obiettivi del mandato	Strumenti previsti
Efficienza amministrativa e orientamento al cliente nella gestione delle risorse pubbliche	Servizi amministrativi alle imprese	<ul style="list-style-type: none"> <li>Migliorare l'accessibilità ai servizi camerali anagrafico-certificativi</li> <li>Migliorare l'efficacia delle procedure interne attraverso la loro smaterializzazione, con accresciuto controllo delle diverse fasi del procedimento</li> <li>Migliorare la qualità dei dati camerali</li> <li>Valorizzare le basi di dati e le informazioni possedute dalla Camera</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Registro delle imprese</li> <li>Sportello unico per le attività produttive (SUAP)</li> <li>Comunicazione Unica e SCIA</li> <li>Firma digitale, rilascio CNS e Business Key</li> <li>Sportello telematico decentrato</li> <li>Albi e Ruoli</li> <li>Documenti per l'export</li> <li>Raccolta usi e consuetudini</li> </ul>
	La crescita e lo sviluppo organizzativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verifica dell'efficacia, efficienza ed economicità dell'azione amministrativa sulla base del rapporto tra programmi e risultati raggiunti</li> <li>Valutazione delle prestazioni del personale con qualifica dirigenziale e non dirigenziale</li> <li>Verifica della congruenza tra gli obiettivi fissati dai piani e programmi dell'organo politico ed i risultati raggiunti</li> <li>Sviluppare competenza manageriale e organizzativa</li> <li>Migliorare il clima interno</li> <li>Favorire relazioni positive e collaborazione all'interno e all'esterno dell'Ente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trasparenza ed economicità dell'azione amministrativa</li> <li>Miglioramento dei servizi di supporto (migliore capacità di riscossione, attività verso professionisti)</li> <li>Attuazione del ciclo di gestione della performance</li> <li>Gestione risorse umane, economiche finanziarie e patrimoniali</li> </ul>
Rafforzamento del ruolo e dell'immagine istituzionale dell'Ente quale agente dello sviluppo locale	Comunicazione istituzionale	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rendere più efficace la comunicazione esterna della Camera al fine di far conoscere tempestivamente le iniziative camerali e i servizi</li> <li>Valorizzare i dati e le informazioni sul contesto socio-economico della provincia di Frosinone nell'ambito delle attività di programmazione dell'Ente e degli altri Attori dello sviluppo locale, da porre a supporto delle decisioni strategiche del sistema economico locale</li> <li>Migliorare la trasparenza dell'azione amministrativa e l'accessibilità alle opportunità offerte dalla Camera</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sito web della Camera</li> <li>Attività dell'URP</li> <li>Sportello informazione economica</li> <li>Osservatorio economico (Rapporti congiunturali e strutturali)</li> <li>Rapporti settoriali</li> </ul>
	Investimenti	<ul style="list-style-type: none"> <li>Valorizzazione del patrimonio immobiliare dell'Ente camerale</li> <li>Rendere il "Palazzo dell'economia" il luogo deputato all'incontro delle Istituzioni e delle Associazioni operanti sul territorio, promuovendone il confronto, ospitando convegni ed esposizioni</li> <li>Impulso alla realizzazione di infrastrutture strategiche per il territorio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Palazzo dell'economia</li> <li>Acquisizione e monitoraggio di partecipazioni in società e strutture funzionali</li> </ul>





**Consiglio, Giunta, Presidente, Collegio dei revisori dei conti. Ridisegnati e aggiornati dalla riforma del 2010, gli organi della Camera di Commercio sono regolati dalla legge e dallo Statuto che essa stessa si è data. In forza della sua autonomia.**

#### L'ASSETTO ISTITUZIONALE DELLA CAMERA DI COMMERCIO

Il **Consiglio**, organo collegiale di governo dell'Ente, determina l'indirizzo generale della Camera. In carica cinque anni, è formato da 27 consiglieri espressione delle categorie economiche maggiormente rappresentative della provincia, delle organizzazioni sindacali e dei consumatori. Con l'aggiornamento dello Statuto, entrerà a far parte del Consiglio anche un rappresentante degli ordini professionali.

Tra le sue principali funzioni:

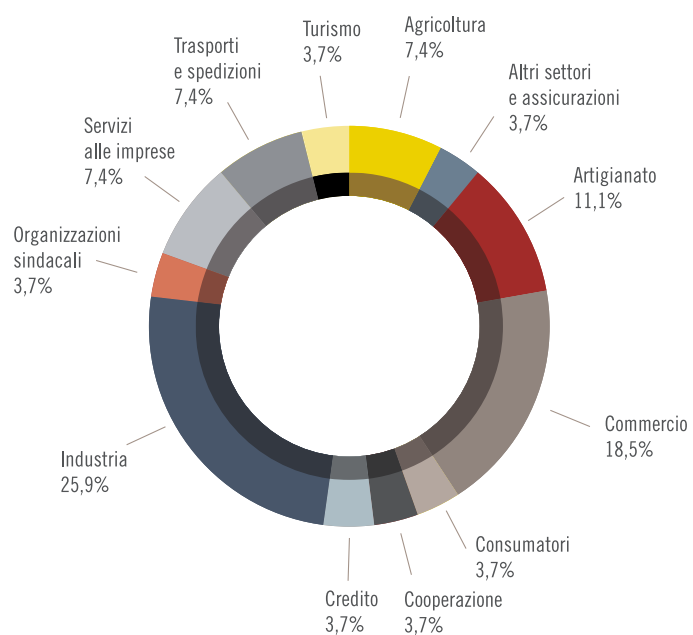
- la predisposizione e la delibera dello Statuto e dei Regolamenti;
- la nomina dei membri del Collegio dei revisori dei conti;
- l'espletamento delle funzioni di controllo sull'attuazione degli indirizzi generali e dei piani di attività definiti dallo stesso;

- la delibera del programma pluriennale di attività della Camera di Commercio, della Relazione previsionale e programmatica, del preventivo economico, del suo aggiornamento e del bilancio d'esercizio;
- l'approvazione della Relazione sulla performance e del Bilancio di genere eventualmente realizzato.

## COMPOSIZIONE DEL CONSIGLIO CAMERALE AL 31 DICEMBRE 2011

Componenti	Settore
Florindo BUFFARDI – <b>Presidente</b>	Turismo
Paolo DE CESARE – <b>Vice Presidente</b>	Agricoltura
Luciano BELLINCAMPI	Commercio
Valerio CALDARONI	Agricoltura
Gianpiero CANESTRARO	Servizi alle Imprese
Carolina CASCELLA	Commercio
Pier Luigi CATERINO	Servizi alle Imprese
Augusto CESTRA	Artigianato
Alfredo COLLALTI	Artigianato
Maria Pia DATTI	Consumatori
Tommaso DE SANTIS	Industria
Cosimo DI GIORGIO	Artigianato
Monica DI VITO	Industria
Tito DI VITO	Commercio
Silvio FERRAGUTI	Industria
Cristian MANCINI	Commercio
Marcello PIGLIACELLI	Industria
Gerardo PLOCCO	Industria
Giovanni PROIA	Trasporti e spedizioni
Antonio SENAPE	Credito
Gabriele STAMEGNA	Organizzazioni sindacali
Fabrizio TAMBUCCI	Commercio
Franco TESTA	Industria
Roberto TURRIZIANI	Trasporti e spedizioni
Stefano VENDITTI	Cooperazione
Giuseppe ZANNETTI	Altri settori e assicurazioni
Valerio ZOINO	Industria

## COMPOSIZIONE DEL CONSIGLIO CAMERALE PER SETTORE DI APPARTENENZA



La **Giunta** è formata da 10 membri eletti dal Consiglio, incluso il Presidente (con il nuovo Statuto il numero scenderà a 9). Organo esecutivo della Camera, resta in carica cinque anni, in coincidenza con la durata del Consiglio. La Giunta:

- adotta il regolamento interno;
- designa il Segretario generale;
- predispone il preventivo economico, il suo aggiornamento, la relazione previsionale e programmatica annuale e il bilancio d'esercizio, per l'approvazione del Consiglio;
- predispone – sentite le organizzazioni di categoria – il programma pluriennale di attività e i relativi aggiornamenti annuali;
- approva la pianta organica del personale dell'Ente, le linee fondamentali di ordinamento degli uffici e adotta i provvedimenti di propria competenza riguardanti il personale;
- verifica la rispondenza dell'attività amministrativa e della gestione dirigenziale alle linee di indirizzo generale;
- nomina l'Organismo indipendente di valutazione della performance (OIV);
- su indicazione dell'OIV, approva il Sistema di misurazione e valutazione della performance organizzativa e individuale;
- predispone la Relazione sulla performance e il Bilancio di genere eventualmente realizzati.

## COMPOSIZIONE DELLA GIUNTA CAMERALE AL 31 DICEMBRE 2011

<b>Presidente</b>	Florindo BUFFARDI
<b>Vice Presidente</b>	Paolo DE CESARE
<b>Componenti</b>	Luciano BELLINCAMPI Gianpiero CANESTRARO Cosimo DI GIORGIO Monica DI VITO Tito DI VITO Silvio FERRAGUTI Marcello PIGLIACELLI Stefano VENDITTI

## AVVICENDAMENTI NEL CONSIGLIO CAMERALE DURANTE IL MANDATO

Componenti	Presenza in Consiglio	Settore
Mario PAPETTI ( <b>Presidente</b> )	13 novembre 2006 - 8 marzo 2011	Commercio
Roberto PALÙ ( <b>Vice Presidente</b> )	13 novembre 2006 - 24 gennaio 2008	Agricoltura
Gianni LISI ( <b>Vice Presidente</b> )	4 febbraio 2008 - 8 luglio 2011	Agricoltura
Mario DI CASTRO	13 novembre 2006 - 22 dicembre 2006	Artigianato
Arnaldo ZEPPIERI	13 novembre 2006 - 12 novembre 2008	Industria
Maurizio STIRPE	13 novembre 2006 - 28 gennaio 2010	Industria
Gio' Battista COLUCCI	13 novembre 2006 - 10 gennaio 2011	Commercio
Franco FELICI	1 febbraio 2007 - 13 maggio 2008	Credito
Andrea PIERGALLINI	4 febbraio 2009 - 3 novembre 2009	Credito
Ciro FIORILLO	16 dicembre 2009 - 26 aprile 2011	Credito

## AVVICENDAMENTI NELLA GIUNTA CAMERALE DURANTE IL MANDATO

Componenti	Carica	Presenza in Giunta
Mario PAPETTI	<b>Presidente</b>	27 novembre 2006 - 8 marzo 2011
Roberto PALÙ	<b>Vice Presidente</b>	12 dicembre 2006 - 24 gennaio 2008
Gianni LISI	<b>Vice Presidente</b>	11 febbraio 2008 - 8 luglio 2011
Tommaso DE SANTIS	Componente di Giunta	24 luglio 2007 - 9 febbraio 2011
Maurizio STIRPE	Componente di Giunta	12 dicembre 2006 - 2 maggio 2007
Arnaldo ZEPPIERI	Componente di Giunta	12 dicembre 2006 - 12 novembre 2008
Florindo BUFFARDI	Componente di Giunta	12 dicembre 2006 - 5 aprile 2011

Eletto dal Consiglio, il **Presidente** è il rappresentante legale e istituzionale della Camera. Guida la politica generale dell'Ente e - come il Consiglio e la Giunta - resta in carica cinque anni. Le sue principali attribuzioni riguardano:

- la convocazione e la presidenza del Consiglio e della Giunta;
- l'adozione, nei casi d'urgenza, degli atti di competenza della Giunta, sottoponendoli alla stessa per la ratifica;
- la presentazione al Consiglio di una relazione annuale sullo stato della Camera di Commercio e dell'economia locale.

Mario Papetti ha rivestito la carica di Presidente della Camera di Commercio dal 27 novembre 2006 fino all'8 marzo 2011, data della sua scomparsa. Fino alla nomina dell'attuale Presidente Florindo Buffardi, avvenuta il 5 aprile 2011, nel periodo di assenza del Presidente, le funzioni di rappresentanza dell'Ente sono state svolte dal Vice Presidente Gianni Lisi.

Il **Collegio dei revisori dei conti** è nominato dal Consiglio e ha un mandato di quattro anni. Le sue funzioni sono quelle di vigilare sulla regolarità contabile e finanziaria della gestione camerale, attestare la corrispondenza del bilancio preventivo e del conto consuntivo alle risultanze della gestione, redigere la relazione che accompagna il bilancio preventivo.

Dal dicembre 2007 al gennaio 2011 ha operato il **Nucleo di Valutazione**, con la funzione di verificare le prestazioni e le competenze del personale dirigenziale e di esercitare il controllo strategico in relazione all'esercizio dei poteri di indirizzo politico.

Con deliberazione della Giunta camerale n. 2 del 18 gennaio 2011, è stato istituito l'**Organismo indipendente di valutazione**.

#### ATTIVITÀ DEGLI ORGANI CAMERALI (2007-2011)

	2007	2008	2009	2010	2011
N. riunioni del Consiglio	4	4	3	4	7
N. riunioni della Giunta	23	23	26	31	25
N. deliberazioni del Consiglio camerale	11	11	6	7	27
N. deliberazioni della Giunta camerale	120	135	142	163	161
N. determinazioni dirigenziali	314	324	390	456	391

#### COMPOSIZIONE DEL COLLEGIO DEI REVISORI DEI CONTI AL 31 DICEMBRE 2011

<b>Presidente</b>	Gino Lolli
<b>Componenti effettivi</b>	Vincenzo Petrillo Claudio Roberti
<b>Componenti supplenti</b>	Claudio Di Pasquasio Davide Schiavi

#### AVVICENDAMENTI NEL COLLEGIO DEI REVISORI DEI CONTI DURANTE IL MANDATO

<b>Presidente del Collegio fino al 10 gennaio 2008</b>	Lorenzo Susanna
<b>Componenti effettivi fino al 10 gennaio 2008</b>	Sergio Armida Massimo Magnante
<b>Componenti supplenti fino al 10 gennaio 2008</b>	Franco Baldassarre Alessandra Grimaldi
<b>Componente effettivo fino al 3 aprile 2009</b>	Nicola Cavalli

#### ORGANISMO INDIPENDENTE DI VALUTAZIONE

<b>Organismo monocratico</b>	Edoardo Barusso
------------------------------	-----------------

#### COMPOSIZIONE DEL NUCLEO DI VALUTAZIONE

<b>Presidente</b>	Edoardo Ales
<b>Componenti</b>	Bruno Iannarilli Pierluigi Pace

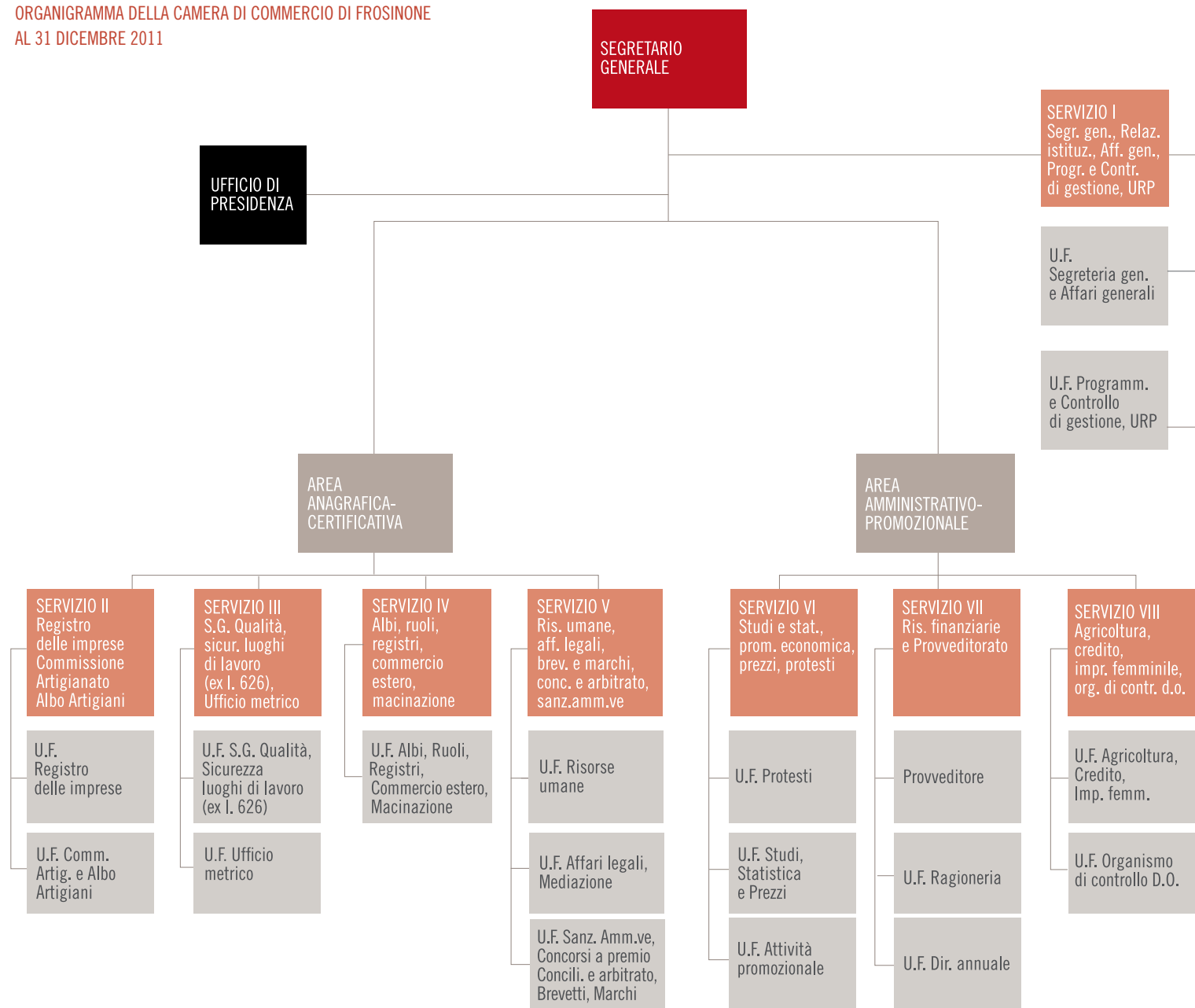
**Una struttura ispirata ai criteri di efficienza, flessibilità, economicità di gestione. Per rispondere nel modo migliore alle necessità dell'utenza.**

#### LA STRUTTURA ORGANIZZATIVA

Le attività amministrative della Camera sono guidate dal **Segretario generale**, nominato dal Ministro dello Sviluppo economico su designazione della Giunta. Il Segretario generale presiede alle attività necessarie al perseguimento delle linee di intervento e il perseguimento degli obiettivi risultanti dai provvedimenti di indirizzo annuali e pluriennali. Indirizza, supervisiona e controlla l'attività dei dirigenti; assegna loro gli obiettivi; assiste gli organi statutari; gestisce il personale; presidia e organizza le diverse aree.

Dal maggio 2011, inizialmente con rapporto convenzionale con la Camera di Commercio di Latina e successivamente con contratto a tempo determinato, svolge le funzioni di Segretario generale dell'Ente Antonio Rampini. Precedentemente il ruolo di Segretario generale è stato svolto da Mario Popolla, cessato dal servizio il 30 aprile 2011 per collocamento in quiescenza. Due sono le aree dirigenziali dell'Ente: una amministrativa-promozionale e una anagrafica-certificativa.





COMPOSIZIONE DEL PERSONALE PER GENERE (2007-2011)

	2007	2011
Donne	25	25
Uomini	33	24
<b>Totale</b>	<b>58</b>	<b>49</b>

COMPOSIZIONE DEL PERSONALE DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI FROSINONE PER TIPOLOGIA CONTRATTUALE (2007-2011)

Anno	A tempo indeterminato	A tempo determinato	Contratto di somministrazione	TOTALE
2007	58	-	12	70
2008	58	-	13	71
2009	57	-	13	70
2010	55	-	13	68
2011	49	-	14	63

FLUSSO DEL PERSONALE DELLA CAMERA DI COMMERCIO (2007-2011)

	2007	2008	2009	2010	2011
<b>Organico al 1° Gennaio</b>	<b>62</b>	<b>58</b>	<b>58</b>	<b>57</b>	<b>55</b>
CESSAZIONI DAL SERVIZIO					
Dimissioni volontarie	1	-	2	1	5
Pensionamento	1	-	-	-	-
Raggiunti limiti d'età	2	-	-	1	1
Mobilità	-	-	-	-	-
<b>TOTALI</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>6</b>
ASSUNZIONI					
Per concorso	-	-	-	-	-
Mobilità	-	-	1	-	-
Altre modalità	-	-	-	-	-
<b>TOTALI</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Organico al 31 Dicembre</b>	<b>58</b>	<b>58</b>	<b>57</b>	<b>55</b>	<b>49</b>

RIPARTIZIONE DEL PERSONALE PER PROFILO PROFESSIONALE			
		2007	2011
Impiegati	Profilo A	-	-
	Profilo B	17	15
	Profilo C	27	20
	Profilo D	12	14
Dirigenti		2	-
Totale		58	49

COMPOSIZIONE DEL PERSONALE PER TITOLO DI STUDIO (2007-2011)				
Anno	Scuola dell'obbligo	Licenza media superiore	Laurea	TOTALE
2007	7	27	24	58
2011	5	24	20	49

ETÀ MEDIA DELLE RISORSE UMANE (2007-2011)		
Anno	Età media	
2007	47,63	
2011	49,10	

ATTIVITÀ FORMATIVE PER IL PERSONALE INTERNO (2009-2011)			
Anno	N. corsi	N. ore	N. partecipanti
2009	25	200	50
2010	18	756	35
2011	11	276	74



**Un tessuto produttivo robusto, una realtà complessa alla ricerca di nuove infrastrutture, materiali e immateriali; e di modelli di sviluppo capaci di coniugare tradizione e innovazione.**

Le analisi dei risultati socio-economici della provincia di Frosinone negli ultimi anni sono inevitabilmente condizionate da quanto verificatosi a livello di ciclo macroeconomico complessivo, sia in Italia che a livello internazionale.

Gli effetti della fase recessiva sono, infatti, particolarmente intensi in sistemi economici locali, come quello frusinate, caratterizzati da una particolare esposizione sui mercati internazionali, legata essenzialmente al modello di specializzazione produttiva, significativamente collegato all'industria manifatturiera e quindi piuttosto sensibile all'andamento del Commercio mondiale.

Va, infatti, rilevato che la propensione all'export elevata, e crescente negli anni (dal 17,9% del 2006 al 28,9% del 2010), porta il tasso di apertura internazionale dell'economia di Frosinone su livelli superiori alla media nazionale. Ciò espone il sistema economico locale a shock esogeni quando il volume del Commercio mondiale si riduce, come verificatosi nel 2009, vero e proprio anno critico per l'economia locale, ma consente anche al sistema produttivo di recuperare rapidamente, non appena, come nel 2010, si manifestano segnali di un recupero del dinamismo dei mercati mondiali.

**LA DINAMICA DEL PIL**

Il Pil provinciale, che negli anni precedenti alla recessione (2005-2007) cresceva a ritmi superiori rispetto alla media regionale e nazionale, nel 2008-2009 subisce una contrazione di 0,6 punti, rispetto alla media regionale che nello stesso periodo continua a crescere dello 0,8%. (Italia -1,6 punti). La particolare severità della recessione del 2008-2009, perlomeno rispetto al dato regionale, dipende dall'incidenza rilevante del settore manifatturiero nell'economia provinciale. Il comparto manifatturiero, infatti, è, fra i vari rami dell'economia, quello più esposto ed internazionalizzato e, quindi, ha risentito in modo particolarmente intenso della contrazione del Commercio mondiale, concentratosi soprattutto nel 2008-2009. Tuttavia, tale caratteristica è anche alla base di una capacità di ripresa della crescita più brillante rispetto al resto della regione e del Paese. Infatti, nel 2010, sfruttando la nuova espansione degli scambi commerciali mondiali, l'economia frusinate beneficia di un rimbalzo della crescita di 2,8 punti, ovvero circa un punto in più rispetto a quanto registrato nel Lazio e nella media nazionale. In sostanza, per la sua peculiare composizione settoriale, l'economia della provincia è particolarmente sensibile al ciclo macroeconomico generale e, quindi, molto legata alle tendenze economiche esogene.

<sup>1</sup> I testi, i dati e le informazioni riportate nel presente paragrafo sono tratti da *Osservatorio Economico della provincia di Frosinone. L'economia della provincia di Frosinone nell'ultimo quinquennio*, curato dall'Istituto G. Tagliacarne per conto della Camera di Commercio di Frosinone, novembre 2011. A tale Rapporto si è ritenuto utile fare riferimento in questa sede per tracciare un sintetico quadro dell'economia provinciale, pur nella consapevolezza che il periodo di riferimento da questo considerato (2005-2010) non coincide perfettamente con l'arco temporale del mandato di cui si dà conto nella presente analisi (2007-2011). Tale scelta si è ritenuta opportuna sulla base della considerazione che a tutt'oggi, per molte delle variabili esaminate, i dati più aggiornati e disponibili sono quelli relativi al 2010.



SERIE STORICA DELL'ANDAMENTO DEL PIL A FROSINONE, NEL LAZIO E IN ITALIA (2005-2010) - Valori assoluti a prezzi correnti						
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Frosinone	10.381	10.940	11.680	11.693	11.615	11.944
Lazio	154.815	159.764	167.506	171.408	168.907	171.780
Italia	1.429.479	1.485.377	1.546.177	1.567.853	1.520.871	1.548.816

Fonte: Istituto G. Tagliacarne

Gli andamenti specifici della crescita economica provinciale dipendono dalla composizione settoriale del suo sistema produttivo. L'industria pesa, nel 2009, per il 27,3% nel valore aggiunto complessivo, a fronte di un più modesto 25,1% nazionale e del 14,5% laziale, e tale incidenza dipende in larga misura dall'industria manifatturiera, atteso che le costruzioni, con il loro 8,7% di incidenza, hanno un peso sul valore aggiunto provinciale non lontano dalla media italiana, anche se in rapida crescita nella realtà produttiva locale. Se si prendono a riferimento i dati disponibili dell'ultimo quinquennio, tuttavia, va evidenziato un processo di stagnazione nell'industria manifatturiera. L'incidenza del comparto industriale è in discesa (dal 30% del 2005 al 27,3% del 2009), e ciò non è attribuibile alle costruzioni, che anzi accrescono il loro peso, di circa 2,4 punti percentuali. Vi è stato quindi un calo dell'incidenza dell'industria manifatturiera, mentre il processo di terziarizzazione progredisce, con i servizi che, nel 2009, assorbono il 71,2% del valore aggiunto provinciale, contro il 68,2% del 2005 (peraltro tale processo è in parte fisiologico e tipico di tutti i sistemi economici moderni, nei quali la catena del valore tende a

spostarsi sempre più su attività immateriali). Il grado di terziarizzazione dell'economia frusinate è comunque ancora leggermente inferiore rispetto al dato nazionale e molto più contenuto di una regione che accentra nella provincia di Roma il grosso delle attività terziarie. In calo e ormai al di sotto del 2% del valore aggiunto è infine l'incidenza dell'agricoltura, e anche in questo caso si tratta di un processo fisiologico, legato alla modernizzazione dell'apparato produttivo. In termini dinamici, nel periodo 2005-2009 spicca l'incremento molto forte del valore aggiunto dell'edilizia provinciale, cresciuto a un tasso medio annuo dell'11,4%, contro il 2,7% nazionale. La terziarizzazione dell'economia provinciale procede, negli anni in esame, a un tasso pari a quasi il doppio di quello regionale e nazionale, riconfigurando l'economia provinciale in modo molto rapido, e in direzione dell'incidenza media del terziario registrata per l'intera economia italiana. L'agricoltura, per finire, è l'unico ramo produttivo che negli anni in questione evidenzia un andamento medio negativo, peraltro molto più contenuto rispetto alla media regionale e all'Italia nel suo insieme.

INCIDENZA DEL VALORE AGGIUNTO DEI SETTORI IN PROVINCIA DI FROSINONE, NEL LAZIO E IN ITALIA (2005 e 2009) - Valori %					
	Agricoltura	Costruzioni	Industria	Servizi	Totale
2005					
Frosinone	1,8	6,3	30,0	68,2	100,0
Lazio	1,2	4,5	14,6	84,3	100,0
Italia	2,2	6,0	26,9	70,9	100,0
2009					
Frosinone	1,5	8,7	27,3	71,2	100,0
Lazio	1,0	5,4	14,5	84,5	100,0
Italia	1,8	6,3	25,1	73,1	100,0

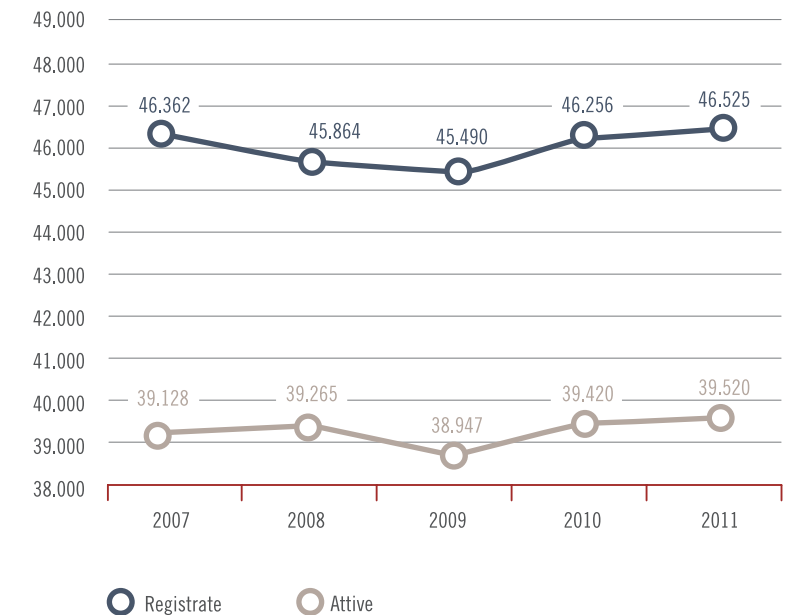
Fonte: Istituto G. Tagliacarne

### IL SISTEMA IMPRENDITORIALE

In merito alla dinamica e alla numerosità delle imprese provinciali, è stata fatta un'elaborazione ad hoc per integrare le risultanze dell'Osservatorio economico con dati aggiornati al 2011. Ciò ha reso possibile apprezzare come tra il 2007 e il 2011 il trend delle imprese attive e registrate abbia fatto registrare dati pressoché analoghi tra l'inizio e la fine del periodo, dopo che nel 2009 si era registrata una certa riduzione del numero di unità.

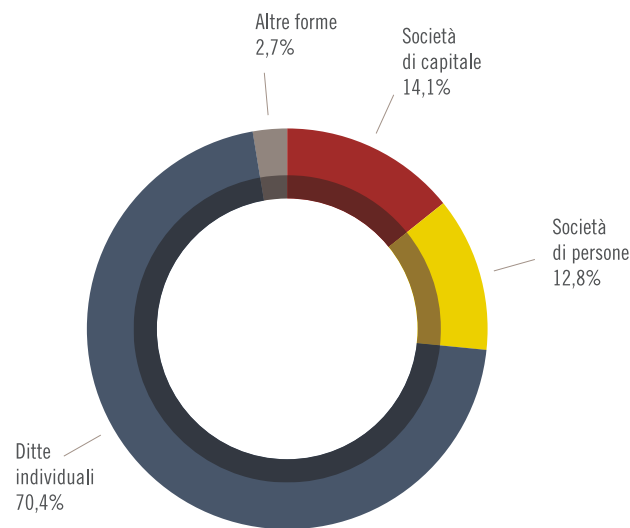
Il sistema imprenditoriale di Frosinone, dal punto di vista della composizione per forma giuridica, è tradizionalmente caratterizzato da un tessuto produttivo dove la piccola dimensione e le forme organizzative più semplici e meno patrimonializzate prevalgono in una misura intensa. Nel 2007, infatti, si registrava un'incidenza particolarmente elevata di ditte individuali, mentre le forme più evolute e capitalizzate, come le società di capitali, rappresentavano una quota del totale relativamente modesta (di poco superiore al 14%). Nel corso del quinquennio considerato, si è manifestata una tendenza al cambiamento di tale assetto, con le società di capitale aumentate in misura significativa (fino al 18,5%) e corrispondentemente le ditte individuali diminuite in modo consistente. Tale processo di convergenza verso un assetto analogo a quello nazionale non può ancora dirsi concluso, per cui Frosinone sconta ancora un gap competitivo derivante dall'eccessivo numero di micro imprese e di forme organizzative e giuridiche elementari.

### IMPRESE REGISTRATE E ATTIVE IN PROVINCIA DI FROSINONE (2007/2011)

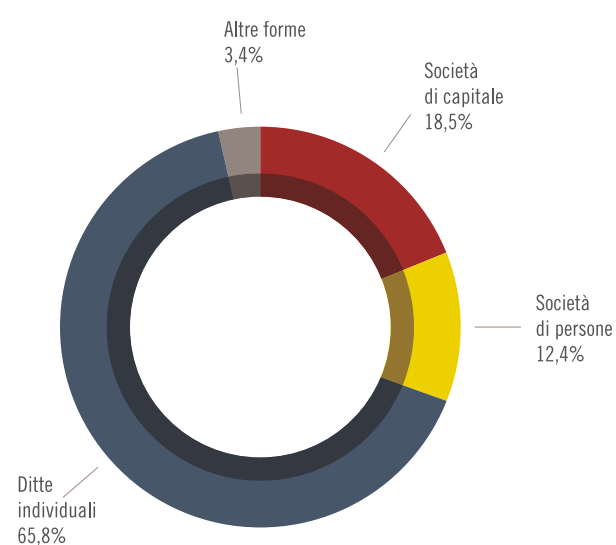


Fonte: Movimprese Infocamere (dati rilevati al IV trimestre)

### IMPRESE ATTIVE PER FORMA GIURIDICA (2007)



### IMPRESE ATTIVE PER FORMA GIURIDICA (2011)



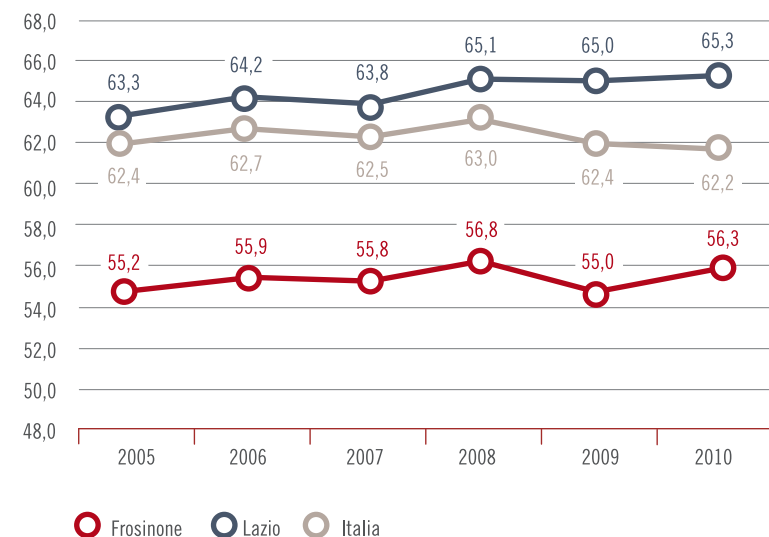
Fonte: Movimprese Infocamere (dati rilevati al IV trimestre)

### IL MERCATO DEL LAVORO

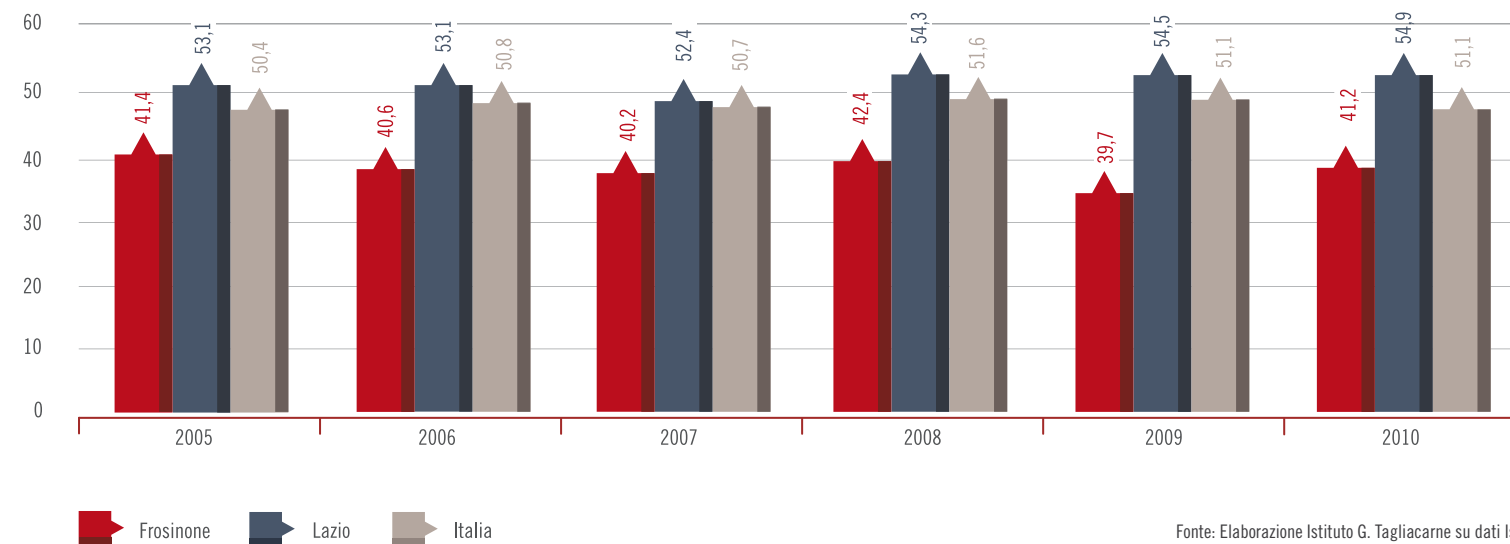
Gli andamenti generali del mercato del lavoro provinciale sono influenzati, ovviamente, da quelli dell'economia nel suo insieme. La partecipazione al mercato del lavoro della popolazione in età da lavoro è tradizionalmente bassa, non raggiungendo nemmeno il 60%. In questo risultato influiscono fattori sociologici, di composizione settoriale dell'economia locale (il peso rilevante assunto dall'industria manifatturiera, e la crescita di quella delle costruzioni, tende a discriminare le possibilità di accesso al lavoro delle donne, mantenendo quindi nell'insieme basso il livello del tasso di attività generale) oltre che strettamente economici e produttivi. Se si considera, anche in questo caso, il periodo 2005-2010 il tasso di attività provinciale evidenzia un sia pur modesto processo di convergenza verso la media nazionale, poiché cresce di poco più di 1 punto percentuale, mentre su base italiana tale parametro si riduce di 0,2 punti.

La recessione globale ha arrestato temporaneamente il trend di lieve crescita di tale indicatore, che raggiunge il suo picco proprio prima della crisi, ovvero nel 2008, per poi scendere al punto minimo del quinquennio nel 2009, e risalire nell'anno successivo. In termini di pari opportunità, il cuore del problema è costituito proprio dal modestissimo grado di partecipazione al mercato del lavoro delle donne. Rispetto al dato nazionale, infatti, il tasso di attività femminile di Frosinone è più basso di circa 10 punti, e ciò rappresenta una particolarità negativa anche nel quadro regionale, poiché il Lazio è invece caratterizzato da un tasso di attività femminile più alto della media italiana. Peraltro, il tasso di attività femminile della provincia diminuisce nell'arco del quinquennio, perdendo due decimi di punto rispetto al 2005, in controtendenza rispetto all'incremento nazionale e regionale.

### SERIE STORICA DEL TASSO DI ATTIVITÀ TOTALE A FROSINONE, NEL LAZIO E IN ITALIA (2005-2010) - Valori %



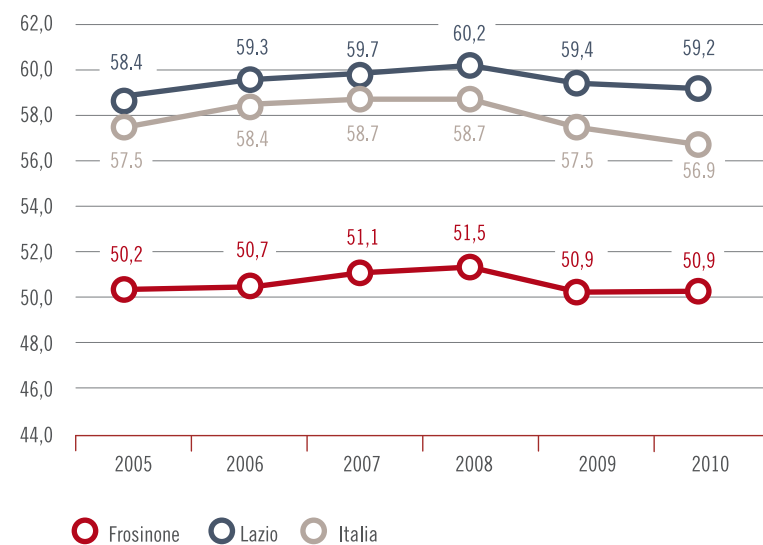
### SERIE STORICA DEL TASSO DI ATTIVITÀ FEMMINILE A FROSINONE, NEL LAZIO E IN ITALIA (2005-2010) - Valori %



Il basso tasso di attività provinciale è spiegato da un tasso di occupazione relativamente modesto, che induce effetti di scoraggiamento, spingendo quote di popolazione a cavallo fra le forze e le non forze di lavoro (specialmente donne coniugate, giovani a carico dei genitori, ecc.), in direzione di queste ultime. Il basso livello del tasso di occupazione rende detto indicatore relativamente poco sensibile al ciclo economico, per cui, con l'entrata in recessione dell'economia provinciale, l'indicatore in esame perde solo 0,6 punti rispetto al punto di massimo raggiunto nel 2008, mentre la perdita è di 1,8 punti su base nazionale.

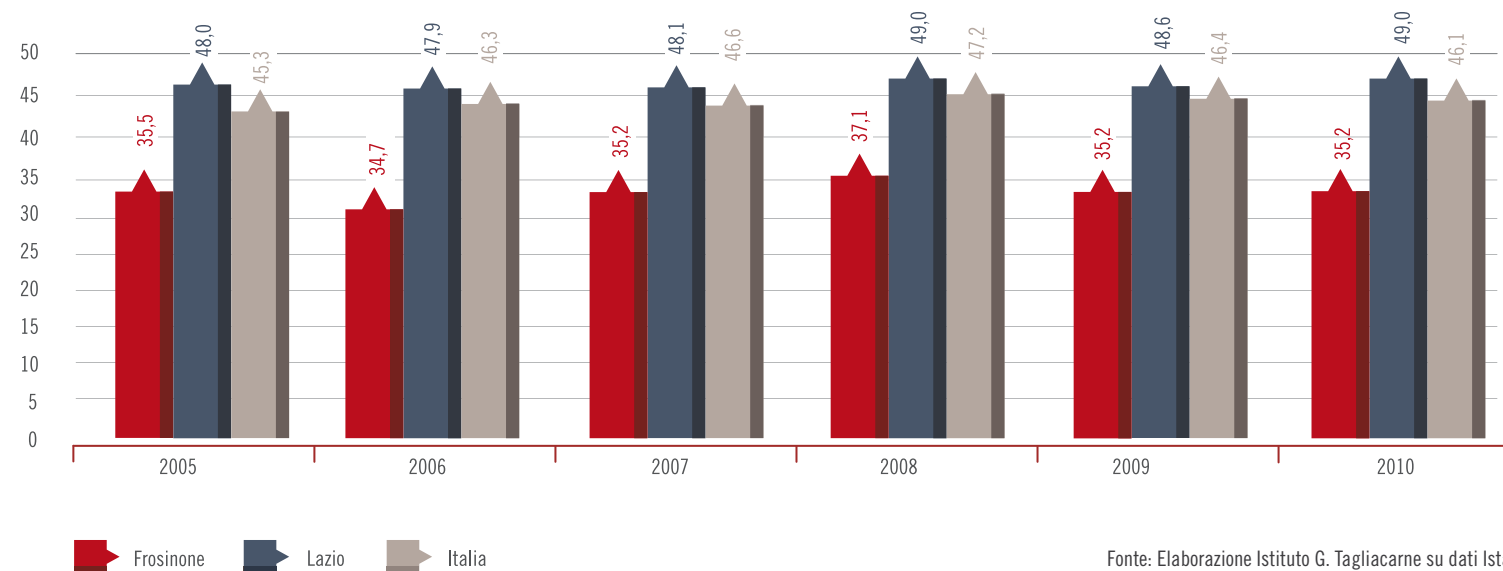
In termini di genere, la lieve crescita del tasso di occupazione provinciale nell'arco del quinquennio è da attribuirsi esclusivamente alla componente maschile, il cui tasso specifico cresce di 1,7 punti. Si riduce invece quello femminile, per circa 0,3 punti, ampliando il già grave "gender gap" sia rispetto ai lavoratori uomini della medesima provincia, sia rispetto alle performance occupazionali delle lavoratrici laziali e italiane (i cui tassi di occupazione tendono a crescere lievemente nel periodo in esame). Ciò è ovviamente correlato al modesto tasso di partecipazione femminile al mercato del lavoro.

SERIE STORICA DEL TASSO DI OCCUPAZIONE TOTALE A FROSINONE, NEL LAZIO E IN ITALIA (2005-2010) - Valori %



Fonte: Elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati Istat

SERIE STORICA DEL TASSO DI OCCUPAZIONE FEMMINILE A FROSINONE, NEL LAZIO E IN ITALIA (2005-2010) - Valori %



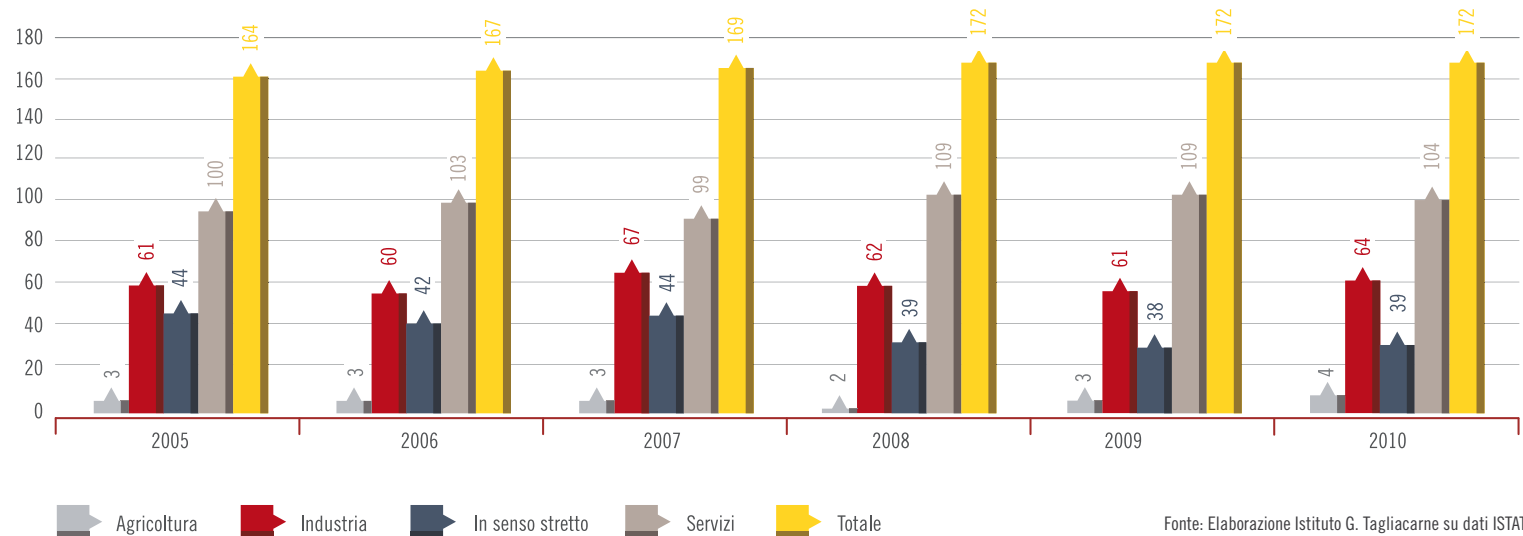
Fonte: Elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati Istat

Dal punto di vista settoriale, invece, a una sostanziale stabilità dell'occupazione in agricoltura, nel quinquennio, corrisponde una riduzione dell'occupazione manifatturiera, attribuibile alla recessione (che ha colpito soprattutto il comparto manifatturiero, più esposto alla concorrenza internazionale). Infatti, l'occupazione manifatturiera ha il suo culmine nel 2005-2007 oscillando attorno alle 44.000 unità, per poi scendere a 38.000 unità nel 2009, l'anno più duro della crisi, e sperimentare una lieve risalita (39.000) grazie alla piccola ripresa del 2010, che evidenzia come il comparto in esame, a Frosinone, sia piuttosto reattivo, e quindi non si possa in alcun modo parlare di fenomeni di desertificazione industriale. D'altro canto, l'emorragia occupazionale nell'industria manifatturiera viene compensata dalla crescita de-

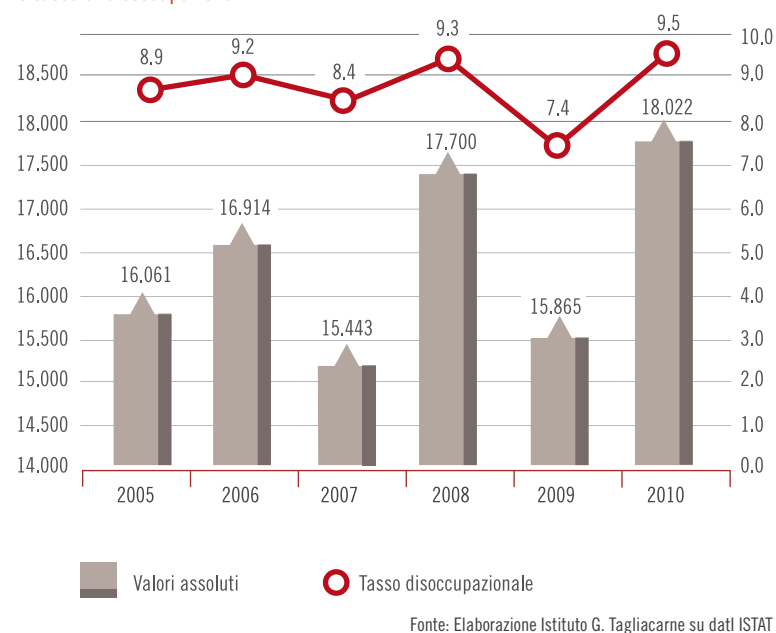
gli occupati nell'edilizia. Infatti, gli addetti delle costruzioni crescono fino ad un massimo di 23.000 unità circa nel 2007, dato che rimane pressoché stabile nel periodo recessivo 2008-2009, fornendo quindi al mercato del lavoro provinciale un importante "cuscinetto" occupazionale nel pieno della crisi, e nel 2010 l'industria delle costruzioni locale arriva ad occupare fino a 25.000 addetti. I servizi, dal canto loro, seguono, in linea con la progressiva "terziarizzazione" della base produttiva provinciale, un andamento di crescita fino al 2008, quando toccano i 172.000 addetti, per poi rimanere stabili su tale livello anche negli anni della crisi. Quindi, seppur in maniera meno incisiva rispetto all'industria delle costruzioni, anche il terziario ha fornito un contributo occupazionale importante, a fronte della crisi dell'industria.



SERIE STORICA DEGLI OCCUPATI PER SETTORE (2005-2010) - Valori assoluti in migliaia



SERIE STORICA DELLA DISOCCUPAZIONE A FROSINONE (2005-2010) - Valori assoluti e tasso di disoccupazione



Parallelamente ad un tasso di occupazione relativamente modesto, in generale il tasso di disoccupazione provinciale è più alto della media regionale e nazionale, e segue un andamento decrescente (in linea con il miglioramento dell'occupabilità complessiva registrato sull'intero mercato del lavoro italiano) fino al 2007 (-0,5 punti sul 2005), per poi essere spinto verso l'alto dagli effetti della recessione, toccando il 9,3% nel 2008 ed il 9,5% nel 2010. In mezzo, vi è un anomalo calo (7,5%) nel 2009, con un valore del tasso di disoccupazione addirittura più basso rispetto agli anni pre-crisi, ma tale dato anomalo è probabilmente da imputarsi a fenomeni statistici e di computo, e non a fatti economici (posto che il 2009 è stato l'anno più duro della recessione).

LA PROIEZIONE INTERNAZIONALE

Il tasso di connessione dell'economia frusinate con i mercati internazionali è tradizionalmente più elevato della media regionale, in ragione del peso specifico assunto dall'industria manifatturiera nell'economia locale, e cresce fino a superare anche la media nazionale nel 2010, come evidenzia la serie storica del tasso di apertura complessivo (che tiene conto sia dell'apertura all'export che di quella all'import). Ciò deriva soprattutto da una propensione all'export elevata, e crescente negli anni, che passa dal 17% del 2005 al 28,9% del 2010, e che subisce una battuta di arresto in tale trend ascendente soltanto nel 2009, in ragione dell'eccezionale contrazione del volume del commercio mondiale verificatasi in quell'anno. Il dinamismo dell'export provinciale è sistematicamente superiore al dato regionale e nazionale a partire dal

2007, e nel 2009 la contrazione (-11,7%) è sensibilmente meno grave di quella registrata nel Lazio e nell'Italia nel suo insieme. Si ha quindi a che fare con un sistema economico relativamente competitivo sui mercati globali, soprattutto se comparato alle altre province laziali, e che nell'arco del quinquennio accetta in modo sempre più evidente la sfida della globalizzazione, riuscendo in tal modo ad accrescere il peso dell'export fra i fattori esplicativi della sua crescita. Dal canto loro, anche le importazioni hanno un trend generalmente più dinamico di quello regionale e nazionale, e nel 2010, beneficiando della piccola ripresa economica, ma anche a causa dell'incremento del prezzo delle materie prime importate, in particolare di quelle energetiche, crescono a un tasso superiore al 45%.

ANDAMENTO DEL TASSO DI APERTURA\* A FROSINONE, NEL LAZIO E IN ITALIA (2005 - 2010) - Valori %

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Frosinone	29,2	31,5	35,0	37,3	34,2	48,7
Lazio	23,1	24,2	24,7	24,4	22,2	25,4
Italia	42,8	46,4	47,8	48,0	38,8	44,3

Fonte: Istituto G. Tagliacarne su dati ISTAT  
\* è dato dal rapporto tra la somma delle esportazioni e delle importazioni e Pil (%)

ANDAMENTO DELLA PROPENSIONE ALL'IMPORT\* A FROSINONE, NEL LAZIO E IN ITALIA (2005 - 2010) - Valori %

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Frosinone	12,2	13,6	13,2	14,6	14,0	19,8
Lazio	16,0	16,5	16,6	16,0	15,1	16,8
Italia	21,8	23,9	24,2	24,4	19,6	22,6

Fonte: Elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati ISTAT  
\* è dato dal rapporto tra le importazioni e Pil (%)

ANDAMENTO DELLA PROPENSIONE ALL'EXPORT\* A FROSINONE, NEL LAZIO E IN ITALIA (2005-2010) - Valori %

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Frosinone	17,0	17,9	21,8	22,7	20,2	28,9
Lazio	7,1	7,6	8,0	8,4	7,1	8,6
Italia	21,1	22,5	23,6	23,6	19,2	21,7

Fonte: Elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati ISTAT  
\* è dato dal rapporto tra esportazioni e Pil (%)

## LA RICCHEZZA E I CONSUMI INTERNI

L'analisi della domanda aggregata per consumi e in generale del livello medio di ricchezza, non può prescindere da una breve introduzione sulle dinamiche demografiche locali.

Nel periodo 2005-2009, la popolazione provinciale cresce dell'1,6%, una dinamica inferiore a quella nazionale e, a maggior ragione, a quella regionale, che è invece molto elevata.

Tale andamento della popolazione ha un effetto sul Pil pro capite, che rappresenta un primo, benché parziale, indicatore del livello di benessere economico medio. Detta variabile, infatti, cresce del 6,8% nel quinquennio, a fronte di andamenti stagnanti, se non regressivi, in Italia e nel Lazio. Tuttavia, se la crescita del Pil pro capite beneficia della migliore dinamica complessiva del Pil provinciale, risente anche del minor ritmo di crescita della popolazione, che rappresenta, nel lungo periodo, un fattore negativo di sviluppo.

Il reddito disponibile, dal canto suo, che rappresenta un indicatore più affidabile del grado di benessere economico medio, cresce a ritmi elevati, simili a quelli della regione, e nettamente superiori al dato nazionale, se rapportato alle famiglie, e addirittura più dinamico dei due aggregati territoriali di riferimento, se misurato in termini di pro capite. Tale incremento di reddito disponibile si traduce, in termini di stock di risparmio familiare medio, in un incremento molto rapido, che sfiora il 30%, del patrimonio familiare, fra 2005 e 2009. Si tratta di un tasso che è pari a quasi il doppio di quello regionale e nazionale, e che evidenzia come le famiglie locali, forse anche in previsione degli effetti della recessione economica, abbiano provveduto a utilizzare il crescente reddito per costituirsi un *buffer* patrimoniale consistente, in grado di permettere loro di fare fronte anche a fasi di contrazione del reddito. In particolare, tale incremento del patrimonio familiare passa tramite una forte crescita del patrimonio finanziario (depositi, titoli e attività

SERIE STORICA DELL'ANDAMENTO DELLA POPOLAZIONE A FROSINONE, NEL LAZIO E IN ITALIA (2005-2010) - Valori assoluti, variaz. assolute e %								
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Vari az. ass.	Vari az. %
Frosinone	490.188	491.441	493.182	495.866	497.383	497.889	7.702	1,6
Lazio	5.287.375	5.399.043	5.527.163	5.593.864	5.654.289	5.706.398	419.023	7,9
Italia	58.607.043	58.941.499	59.375.289	59.832.179	60.192.698	60.464.316	1.857.273	3,2

Fonte: Istituto G. Tagliacarne

SERIE STORICA DEL REDDITO DISPONIBILE DELLE FAMIGLIE A FROSINONE, NEL LAZIO E IN ITALIA (2005-2009) - Valori assoluti in milioni, variaz. assolute e %								
	2005	2006	2007	2008	2009	Vari az. ass.	Vari az. %	Vari az. %
Frosinone	5.855,9	5.979,0	6.413,5	6.588,9	6.379,6	523,7	8,9	1,6
Lazio	95.115,9	96.784,7	102.088,0	104.996,1	103.609,5	8.493,6	8,9	7,9
Italia	955.445,7	987.338,4	1.019.844,8	1.042.395,3	1.015.070,3	59.624,6	6,2	3,2

Fonte: Istituto G. Tagliacarne

SERIE STORICA DEL REDDITO PRO CAPITE DELLE FAMIGLIE A FROSINONE, NEL LAZIO E IN ITALIA (2005-2009) - Valori assoluti in milioni, variaz. assolute e %								
	2005	2006	2007	2008	2009	Vari az. ass.	Vari az. %	Vari az. %
Frosinone	11.946,2	12.166,3	13.004,2	13.287,7	12.826,3	880,1	7,4	1,6
Lazio	17.989,2	17.926,3	18.470,2	18.769,9	18.324,1	334,8	1,9	7,9
Italia	16.302,6	16.751,2	17.176,2	17.422,0	16.863,7	561,1	3,4	3,2

Fonte: Istituto G. Tagliacarne

CONSUMI FINALI DELLE FAMIGLIE A FROSINONE, NEL LAZIO E IN ITALIA (2005 e 2009) - Valori assoluti e variaz. %			
	2005	2009	Vari az. % 2009/2005
Frosinone	5.460	5.597	2,5
Lazio	86.475	91.852	6,2
Italia	853.236	918.629	7,7

Fonte: Istituto G. Tagliacarne

finanziarie) che cresce a un ritmo quasi doppio rispetto all'incremento del patrimonio immobiliare, allineato, grosso modo, alla dinamica nazionale complessiva. Le famiglie frusinate sono quindi molto esposte sui mercati finanziari, il cui peso sul patrimonio familiare medio passa dall'11,7% del 2005 al 15,6% del 2009. L'incremento del peso delle attività finanziarie, proprio in una fase in cui i mercati finanziari subiscono la crisi più grave dal 1929 in poi, deve far riflettere.

Evidentemente, scelte d'investimento non del tutto ottimali, quanto a tempistica di effettuazione, si sono tradotte in un aumento delle attività rischiose, sottoposte a pericoli concreti di svalutazione, proprio mentre l'andamento dei mercati suggerirebbe investimenti meno rischiosi e più stabili. Non si può quindi non evidenziare, con una certa preoccupazione, il crescente sbilancio del patrimonio familiare medio verso attività ad alto rischio, proprio in una fase in cui i mercati sono molto instabili verso il basso. Ad aggravare tale situazione, vi è anche un crescente indebitamento, posto che gli impieghi bancari alle famiglie provinciali, nel quinquennio analizzato, crescono del 77%, ovvero

di quasi 20 punti percentuali in più rispetto alla dinamica nazionale. Probabilmente è proprio la fragilità patrimoniale che spiega una dinamica dei consumi delle famiglie più lenta rispetto al dato laziale e nazionale, nonostante la rapida crescita del reddito. Infatti, l'andamento dei consumi rimane sistematicamente più basso rispetto a quello regionale, e, con l'unica eccezione del 2009, anche in confronto con quello nazionale.

La stessa composizione merceologica della spesa per consumi media evidenzia come il tenore di vita complessivo dei residenti nella provincia in esame, nonostante la brillante dinamica del reddito disponibile degli ultimi anni, sia ancora caratterizzato da un ritardo rispetto al resto della regione e del Paese. I consumi strettamente indispensabili, come quelli alimentari, rappresentano, infatti, ancora una quota superiore al 20% del totale, quindi molto più alta del dato del Lazio e dell'Italia. Tra l'altro, si tratta dell'unica categoria di consumi che è cresciuta, come incidenza percentuale sul totale della spesa media pro capite, fra il 2005 e il 2009.



**SPESA TOTALE PRO CAPITE DELLE FAMIGLIE A FROSINONE, NEL LAZIO E IN ITALIA (2005 e 2009) - Numeri indici**

	2005	2009	Diff. 2009-2005
Frosinone	76,5	73,7	-2,8
Lazio	112,3	106,4	-5,9
Italia	100,0	100,0	0,0

Fonte: Istituto G. Tagliacarne

**COMPOSIZIONE DELLA SPESA PRO CAPITE DELLE FAMIGLIE A FROSINONE, NEL LAZIO E IN ITALIA (2005 e 2009) - Valori %, variaz.**

	Alimentari	Vestiario	Mobili, elettrod.	Altri prod.	Totale	Servizi
2005						
Frosinone	20,3	7,7	6,9	17,1	52,0	48,0
Lazio	15,8	7,0	7,3	18,2	48,3	51,7
Italia	17,4	8,1	7,7	18,7	51,9	48,1
2009						
Frosinone	20,5	7,3	6,1	14,9	48,8	51,2
Lazio	15,9	6,5	6,4	16,0	44,8	55,2
Italia	17,4	7,6	7,1	17,0	49,1	50,9
Variazioni %						
Frosinone	0,2	-0,4	-0,8	-2,2	-3,2	3,2
Lazio	0,1	-0,5	-0,9	-2,2	-3,5	3,5
Italia	0,0	-0,5	-0,6	-1,7	-2,8	2,8

Fonte: Istituto G. Tagliacarne





## 2007-2011. ATTIVITÀ E RISULTATI

Creare le condizioni per dare forza all'economia provinciale. Elaborando progetti e servizi in grado di semplificare le procedure amministrative; favorire l'accesso al credito; sostenere l'innovazione e i processi di internazionalizzazione; promuovere la trasparenza e la correttezza del mercato; valorizzare le tipicità produttive; diffondere l'informazione economica; sostenere l'occupazione. Sono stati questi i punti qualificanti dell'azione della Camera di Commercio di Frosinone. Iniziative a elevato valore aggiunto. Condotte in prima persona. Attraverso le sue Aziende Speciali. O in collaborazione con i suoi partner privilegiati: Sistema camerale, istituzioni, Associazioni di categoria, rappresentanze del lavoro e dei consumatori. Nella convinzione che lo sviluppo del territorio passi attraverso il concorso di tutte le sue componenti. Specialmente in un momento di crisi.

FARE SISTEMA. RILANCIARE UN TERRITORIO  
CHE HA VOGLIA DI CRESCERE.



2007-2011.  
ATTIVITÀ E RISULTATI  
**FACILITARE L'ACCESSO  
AL CREDITO. FAVORIRE  
LA NASCITA E LO  
SVILUPPO DELLE IMPRESE**

Gli anni trascorsi hanno presentato un quadro complesso e difficile per il mercato creditizio: la crisi persistente ha generato situazioni di criticità nei rapporti banca-impresa, che la Camera di Commercio ha tentato di fronteggiare al fine di ridurre i rischi per le imprese derivanti dal settore del credito.

Infatti, un sistema creditizio carente rispetto alle attese e un costo del denaro a tassi di interesse superiori alla media nazionale possono limitare pesantemente le opportunità di crescita economica.

Ecco perché l'Ente camerale si è posto l'obiettivo di promuovere – anche attraverso i Confidi – iniziative di sostegno, stimolo e coordinamento delle procedure di finanziamento: per facilitare l'accesso al credito delle imprese, soprattutto quelle di piccolissime dimensioni che rappresentano gran parte del sistema economico del territorio.

In collaborazione con Associazioni di categoria, organizzazioni regionali, altre strutture del Sistema camerale.

#### CONTRIBUTI AI CONFIDI E CONVENZIONI CON ISTITUTI DI CREDITO

Durante il mandato la Camera di Commercio ha svolto specifiche azioni per promuovere l'incontro tra domanda e offerta di credito a favore delle imprese. La centralità assunta, fin dall'inizio del mandato, da tale esigenza ha portato, nel 2008, all'approvazione del Regolamento per il potenziamento dei **Consorzi fidi** (Confidi). L'iniziativa si è rivelata anticipatrice degli indirizzi emersi in seguito al peggioramento della crisi finanziaria ed economica divampata a livello internazionale. Specialmente in tale congiuntura negativa, la presenza dei Confidi a fianco dei soggetti economici è risultata decisiva per consentire l'accesso al credito soprattutto alle imprese di minori dimensioni, che ne sarebbero altrimenti escluse.

Essi intervengono sia per consolidare la fiducia verso queste ultime sia per apportare informazioni di carattere qualitativo, ulteriori e integrative rispetto all'analisi quantitativa con cui il sistema bancario valuta il merito creditizio delle imprese.

Peraltro, l'azione della Camera in collaborazione con i Confidi si è svolta nell'ambito del più ampio processo evolutivo di riforma del sistema della garanzia, anche alla luce delle disposizioni normative in materia (Legge quadro sui Confidi). Ciò impone crescenti sinergie tra pubblico e privato, allo scopo di accrescere gli effetti moltiplicativi garantiti dalle risorse finanziarie mobilitate attraverso questo canale.

Nel corso di questi anni, sono state altresì stipulate numerose **con-**

**venzioni con istituti di credito**, che hanno permesso alle imprese in possesso dei requisiti necessari di ottenere finanziamenti a migliori condizioni. In particolare, tra il 2007 e il 2009 la Camera ha gestito un accordo sottoscritto con Unionfidi Lazio che prevedeva l'istituzione di un Fondo di co-garanzia pari a 500.000 euro.

Nel 2010 è stata stipulata un'importante intesa con la Banca della Ciociaria, la Banca popolare del Cassinate e la Banca popolare del Frusinate con la finalità di costituire appositi fondi di garanzia per il microcredito e l'abbattimento degli interessi sui micro-finanziamenti. All'operazione la Camera di Commercio ha destinato 300.000 euro, di cui 200.000 euro per la fornitura delle garanzie, che grazie anche alle convenzioni con le tre banche ha consentito la costituzione di un plafond di 4 milioni di euro. L'Ente ha dunque accolto 216 domande, utilizzando tutto il plafond disponibile.

Considerato il particolare momento di crisi economica, nel periodo finale del 2010 sono stati stanziati altri 500.000 euro per la stipula di ulteriori accordi con istituti bancari, con scadenza al 31 dicembre 2011. Il più recente intervento della Giunta camerale per il settore del credito risale a febbraio 2012, con la destinazione di ulteriori 800.000 euro a sostegno dei Confidi per operazioni in conto garanzia a favore del sistema imprenditoriale. Di queste risorse, il 60% è finalizzato al ripristino dei danni causati dalle straordinarie nevicate verificatesi proprio a febbraio 2012 e il 40% destinate per altre esigenze delle imprese.

#### FINANZIAMENTI ALLE IMPRESE ATTRAVERSO CONVENZIONI E CONSORZI FIDI

	2007	2008	2009	2010	2011
Garanzie prestate dall'Ente (euro)	1.386.790	743.881	156.188	200.000	500.000
N. iniziative finanziate	145	71	14	216	211

#### CONTRIBUTI PER IL POTENZIAMENTO DEI CONSORZI FIDI (2008)

N. Contributi ai Consorzi fidi *	4
Importo (euro)	500.000

\* a valere sul Regolamento per il potenziamento dei Consorzi fidi

#### CONTRIBUTI IN CONTO INTERESSI ACCORDATI ALLE IMPRESE (2010)

N. imprese beneficiarie	42
Importo (euro)	53.077

#### ISTITUTI DI CREDITO CONVENZIONATI (AL 18 GENNAIO 2011)

Banca popolare del Cassinate
Banca popolare del Frusinate
Credito cooperativo di Paliano
UGF Banca
Carispaq

#### PROMOZIONE DELL'IMPRENDITORIA FEMMINILE

Dal 2000 presso la Camera di Commercio opera il **Comitato per la promozione dell'imprenditorialità femminile**. Tra i suoi compiti: proporre interventi per favorire la nascita di aziende "in rosa"; aiutarne lo sviluppo; realizzare indagini conoscitive sui problemi che ostacolano la presenza della componente femminile nel mondo del lavoro e dell'impresa.

Durante il mandato, forte è stato l'impegno del Comitato a favore delle donne: attraverso corsi di formazione imprenditoriale o professionale; servizi creditizi; percorsi di inserimento lavorativo; ricerche, convegni, eventi artistico-culturali e pubblicazioni in materia.



ATTIVITÀ DI PROMOZIONE DELL'IMPRENDITORIA FEMMINILE (2007-2011)			
Tipologia iniziativa	Nome	Caratteristiche	Anno
Studi e ricerche	Piccole imprese grandi imprenditrici	Lo scopo della ricerca, in collaborazione con l'Università di Cassino, è individuare i fattori che consentono una maggiore presenza delle donne nell'attività imprenditoriale come scelta di auto-realizzazione	2008
Credito	Incentivi per l'accesso al credito per le imprese femminili	Convenzione sottoscritta con Unionfidi Lazio SpA	2007-2009
Formazione	Microcredito sociale della compagnia di San Paolo	Incontro organizzato dalla Consulta regionale femminile con l'obiettivo di individuare nuovi strumenti nell'ambito del welfare, della flessibilità delle organizzazioni del lavoro, della compartecipazione al lavoro di cura, per facilitare la conciliazione vita - lavoro delle donne del Lazio	2008
Formazione	Donne in equilibrio tra vita e lavoro	Incontro pubblico con la Fondazione Risorsa Donna per la presentazione del progetto	2008
Formazione	Convegno sulla conciliabilità	Workshop informativo sulla conciliazione per la più ampia diffusione delle iniziative di conciliazione, in collaborazione con Bic Lazio	2008
Premi	Premio donna impresa	Lo scopo dell'iniziativa è diffondere la cultura di impresa tra le donne e valorizzare l'imprenditoria femminile	2007-2008
Formazione	Donne in agricoltura tra innovazione e tradizione	Il progetto prevede stage formativi per le imprese agricole ed è volto a sostenere il rinnovamento e il cambiamento delle aziende agricole e agrituristiche, stimolare la diversificazione delle attività in vista di una maggiore redditività	2009-2010
Formazione	Il valore aggiunto delle imprenditrici nel passaggio generazionale	Il convegno si è svolto nell'ambito della terza tappa del «Giro d'Italia delle donne che fanno impresa», organizzata da Unioncamere e ospitata dalla Camera di commercio di Frosinone	2010
Consulenza	Sportello impresa al femminile nel mercato globale	Obiettivo dello sportello, nato in collaborazione con l'Azienda speciale Aspin, è il potenziamento e il consolidamento delle imprese a prevalente partecipazione femminile con la finalità di stimolarle e affiancarle nel loro processo di apertura verso i mercati internazionali	2009-2010

2007-2011.  
**ATTIVITÀ E RISULTATI**  
**PROMUOVERE IL TURISMO.**  
**SVILUPPARE LE FILIERE**  
**E I DISTRETTI**

Nel corso del mandato la Camera di Commercio di Frosinone ha realizzato un articolato programma per far conoscere la provincia e i suoi elementi di attrazione, all'interno e all'esterno dei suoi confini, rafforzare il senso di appartenenza dei cittadini e delle imprese locali, consolidare i rapporti con gli stakeholder, attrarre nuovi investitori. Promuovere la partecipazione degli imprenditori locali alle più importanti manifestazioni fieristiche di settore; bandire concorsi e premi alla qualità; organizzare workshop e incontri con altri operatori, italiani e stranieri,

e con la stampa specializzata; realizzare guide e materiale pubblicitario. Sono stati questi i punti qualificanti dell'azione camerale per migliorare l'offerta turistica, culturale, enogastronomica, artigianale, termale e religiosa del territorio. Attività promozionali a tutto campo, cui si sono aggiunti programmi di sensibilizzazione delle imprese al rispetto dei disciplinari di produzione; sostegni finanziari a eventi organizzati da altri attori provinciali; progetti di collaborazione con istituzioni locali e Associazioni di categoria per diversificare e potenziare il marchio "Ciociaria".



#### ANIMAZIONE DEL TERRITORIO E PROMOZIONE TURISTICA

L'obiettivo del progetto **Medioevo in Ciociaria** è diffondere la conoscenza del patrimonio culturale-artistico della provincia di Frosinone, rendendolo fruibile sia agli abitanti del territorio che ad altri visitatori. Il progetto è finalizzato a valorizzare e organizzare l'offerta turistica territoriale sul tema del Medioevo promuovendo il sistema locale anche attraverso percorsi artistici e culturali che possono, quindi, diventare una risorsa strategica in grado di aumentare in modo significativo il flusso turistico in provincia.

Attraverso studi, ricerche, incontri e servizi di comunicazione mirati, l'iniziativa tende a far conoscere il ruolo che le città della provincia hanno assunto nel Medioevo. E le straordinarie testimonianze storiche, artistiche e culturali che quel periodo ha lasciato.

Partito nel 2010, il progetto è frutto della collaborazione tra Camera di Commercio, Provincia, Università di Cassino, Conservatorio di musica "Licinio Refice", Unindustria-Confindustria e Confcommercio locali.

A dicembre 2011, presso l'Abbazia di Montecassino, è stata organizzata la giornata di presentazione del progetto e le azioni a esso correlate,

come la firma dell'accordo tra i partner coinvolti e la realizzazione di una mostra con percorso multimediale.

Nell'occasione è stato presentato il volume "Medioevo in Ciociaria. Un progetto di turismo culturale".

Per comunicare efficacemente a livello nazionale le caratteristiche enogastronomiche e turistiche della provincia, è stata promossa la partecipazione a sei puntate della trasmissione televisiva "Ricette di famiglia", su Rete 4, condotta da Davide Mengacci.

Per un'intera settimana il territorio di Frosinone è diventato protagonista di un programma che conta circa 2 milioni di spettatori a puntata. Ogni giorno, per trenta minuti, il conduttore ha trasformato la piazza di una nota località turistica (Veroli e Sora) in un set *en plein air*, nel quale una famiglia del luogo ha presentato e preparato una ricetta, con l'utilizzo di prodotti tipici. L'intervento è stato integrato con la messa in onda di "Diari di viaggio", servizi filmati che quotidianamente hanno raccontato i migliori itinerari enogastronomici, culturali, religiosi, paesaggistici locali.

#### PROMOZIONE DEI DISTRETTI E DEI SISTEMI PRODUTTIVI LOCALI

L'azione della Camera di Commercio ha visto una costante attenzione alle politiche in favore dei principali distretti e sistemi produttivi locali; in particolare quelli del marmo, del tessile-abbigliamento e della carta.

È stato dato quindi impulso all'attività di ricerca su tali realtà produttive, come ad esempio nell'ambito dell'Osservatorio economico provinciale e con la realizzazione di uno studio specifico sui distretti manifatturieri.

A ciò si deve aggiungere la partecipazione dell'Ente alla Federazione dei Distretti italiani, soggetto che ha acquisito negli ultimi anni un ruolo di interlocuzione crescente con il Governo e con le altre istituzioni nazionali in merito alle decisioni di politica economica che possono ingenerare ricadute per i distretti produttivi del territorio.

Sono state altresì portate avanti alcune iniziative progettuali sul sistema produttivo della carta, realizzate attraverso ampie partnership (Provincia, Confindustria Frosinone, Consorzio Filcart, Università degli studi di Cassino, Università degli studi di Roma Torvegata, Apef), e con le due Aziende speciali camerale, e in particolare:

- con Innova i progetti "Sistema di valorizzazione energetica dei fanghi di produzione della carta e del cartone" e "Studio, ricerca e sviluppo di un modello di sistema sostenibile per la gestione degli aspetti ambientali e di risparmio energetico per la filiera della carta della provincia di Frosinone";
- con Aspin il progetto "Promercart", ideato per il rafforzamento competitivo e lo sviluppo internazionale delle aziende del Distretto della carta.





**Buy Lazio** è organizzata da Unioncamere regionale, in collaborazione con l'Assessorato al Turismo della Regione, l'ATLazio, l'Enit, l'Alitalia, le Camere di Commercio del Lazio e le Associazioni di categoria del turismo. L'iniziativa ha come finalità lo sviluppo del sistema turistico regionale, offrendo agli operatori selezionati l'opportunità di incontrare i *buyer* del mercato europeo. La manifestazione, ormai affermata a livello internazionale, si basa su una formula consolidata: una giornata di trattative dirette, seguita da una giornata di visite alla scoperta del territorio e delle realtà imprenditoriali che vi operano. Nel 2011 la manifestazione è stata ospitata a Frosinone, nel mese di settembre. L'edizione ha visto la partecipazione di 207 operatori: 75 *buyer* stranieri e 132 *seller* accreditati in rappresentanza di circa 250 operatori. Connessa all'opportunità di ospitare il Buy Lazio in provincia di Frosinone, è stata sviluppata l'iniziativa **La Ciociaria, un turismo fuori porta**. Si è trattato di un evento collaterale di promozione turistica delle migliori risorse territoriali: artigianato artistico tradizionale, prodotti tipici, tradizioni e folklore, tesori della natura e luoghi dell'accoglienza. Si è articolato in una serie di mostre, laboratori didattici, degustazioni guidate, dimostrazioni dal vivo, esibizioni, *cooking show*, cortei storici, esibizioni di gruppi folk e bande musicali, altri spettacoli.

Nel 2007 la Camera di Commercio di Frosinone è stata presente all'undicesima edizione del **Salone dei beni e delle attività culturali** con uno spazio espositivo istituzionale. Le attività d'informazione e promozione del territorio e delle sue risorse hanno suscitato vasto interesse tra i visitatori, i media, gli operatori. Nello stesso anno, l'Ente ha partecipato attivamente alla **BIT - Borsa internazionale del turismo** di Milano all'interno di uno spazio espositivo acquisito dalla Regione in collaborazione con Unioncamere Lazio, le Camere di Commercio, le Apt e le amministrazioni provinciali laziali. In particolare, ha collaborato alla realizzazione della conferenza stampa di presentazione delle iniziative turistiche per l'anno 2007 e del Dvd "Il Lazio e l'Acqua". Contemporaneamente ha promosso incontri con operatori del settore, provvedendo alla distribuzione di materiale promozionale sulle nuove linee di prodotto turistico provinciale.

#### PROMOZIONE E TUTELA DELLE TIPICITÀ ENOGASTRONOMICHE

Un altro appuntamento ormai abituale è lo **Yacht Med Festival**, in collaborazione con le Camere di Commercio di Roma e Latina, Unioncamere Lazio, Regione Lazio, Sviluppo Lazio, Fiera di Roma, Autorità portuale di Civitavecchia, Fiumicino e Gaeta, l'ATLazio, Associazioni di categoria e i Consorzi di imprese.

La Camera di Commercio di Frosinone ha partecipato all'evento nell'ambito di uno spazio espositivo, organizzando e gestendo meeting e degustazioni guidate, e curando i servizi di accoglienza, informazione e promozione del territorio e distribuzione del materiale turistico. La **Guida ai vini della provincia** ha lo scopo di incrementare il già notevole interesse del consumatore verso questo genere di prodotti, sostenere le tipicità della Ciociaria, salvaguardare l'identità culturale di una terra ancora oggi poco conosciuta.

Nel 2007 è stato realizzato un progetto per il riconoscimento della **Strada del Vino Cesanese** insieme con la Camera di Commercio di Roma, Unioncamere Lazio e con il supporto tecnico di Azienda Romana per i Mercati (Arm), Azienda speciale della Camera di Roma per lo sviluppo del settore agroalimentare.

La partecipazione della Camera di Frosinone al Comitato promotore ha permesso il coinvolgimento di attori pubblici e privati del territorio. Per disegnare, insieme, strategie di marketing della viticoltura Doc locale. Con le stesse finalità, l'Ente ha collaborato anche alla realizzazione della **Strada del Vino Cabernet di Atina**.





Nel corso del mandato, la Camera di Commercio di Frosinone ha promosso la partecipazione a svariate manifestazioni fieristiche. Tra quelle legate all'enogastronomia e all'agroalimentare, le più significative sono state:

- **Cibus** di Parma, che ha visto l'acquisizione, in stretta collaborazione con la Regione e con il Sistema camerale laziale, di uno spazio espositivo comune. Nell'ambito di questa manifestazione, la Camera ha svolto attività di assistenza ai produttori; ha agevolato gli incontri con operatori nazionali o esteri e con la stampa specializzata; ha organizzato e gestito meeting e degustazioni guidate; ha curato servizi di accoglienza, informazione e promozione del territorio;
- **Vinitaly** di Verona, vetrina prestigiosa delle produzioni enologiche e centro di contatti tra operatori specializzati di tutto il mondo. Per l'iniziativa l'Ente si è posto come interfaccia tra le aziende locali e il coordinamento generale dell'evento, curando l'accreditamento degli espositori ciociari, la gestione di attività promozionali dei prodotti e del territorio, la realizzazione di incontri con imprenditori italiani e stranieri, l'organizzazione di conferenze stampa;

- **Mia (Mostra internazionale dell'alimentazione)**, evento di riferimento nel campo dell'alimentazione e della ristorazione, che raccoglie operatori qualificati della grande distribuzione organizzata e professionisti del settore provenienti da tutto il mondo. La Camera di Commercio di Frosinone partecipa a quest'evento annuale promuovendo incontri con la stampa specializzata e con buyer internazionali; organizzando degustazioni guidate con i giornalisti del *food & wine*.

Per valorizzare i migliori prodotti caseari e da forno del territorio, l'Ente ha altresì partecipato con Unioncamere Lazio alla realizzazione di due concorsi (**Formaggi Premio Roma** e **Pane Premio Roma**), gestiti dall'Azienda romana mercati e con la collaborazione della Provincia e del Comune di Roma, nonché di alcune Associazioni di categoria. Occorre infine citare il supporto dato dalla Camera di Frosinone al **progetto Farmer Market**. Attraverso l'attivazione di diversi mercati nei Comuni della provincia, esso punta a far conoscere le eccellenze enogastronomiche del territorio e a contrastare l'incremento dei prezzi dei beni alimentari. Favorendo il rapporto diretto tra agricoltore e consumatore.



ORGANIZZAZIONE DI EVENTI DI ANIMAZIONE TERRITORIALE E PARTECIPAZIONE A MANIFESTAZIONI FIERISTICHE (2007-2011)			
Fiera	Sede	Settore	Anno
Vinitaly	Verona	Agroalimentare	2007-2008-2009-2010-2011
BuyLazio	Lazio	Turismo	
Concorso pane e Concorso formaggi	Lazio	Agroalimentare	
MIA - Mostra internazionale dell'alimentazione	Rimini	Agroalimentare	2007-2008-2009-2010
CIBUS - Salone internazionale dell'alimentazione	Roma, Parma	Agroalimentare	2007- 2008-2010
Arti e Mestieri Expo	Roma	Artigianato/ Agroalimentare	2007-2008
Yacht Med Festival	Gaeta	Nautica	2010-2011
BIT - Borsa Internazionale del Turismo	Milano	Turismo	2007
CHEESE	Bra	Agroalimentare	2008
Il Bontà	Cremona	Agroalimentare	
Salone dei Beni e delle Attività Culturali – X edizione	Venezia	Turismo	
Vinòforum	Roma	Agroalimentare	2009
Biennale del ferro battuto	Veroli	Artigianato	
Artigianato a Roma - Idea regalo. Assaggia il Lazio	Roma	Artigianato	2010
Matching	Milano	Tutti i settori	
Artigianato in piazza	Roma	Artigianato	2011
Ciociarìa un turismo fuori porta	Frosinone	Tutti i settori	
Ori del Lazio 2011	Roma	Agroalimentare	
Fiera Internazionale Paris Show	Parigi	Aerospaziale e difesa	2011
Big Blue	Roma	Nautica	

CONTRIBUTI DELLA CAMERA DI COMMERCIO PER LA PARTECIPAZIONE A FIERE (2007-2011)			
N. imprese beneficiarie	Importo erogato (€)	Anno	
94	150.000	2007	
107	150.000	2008	
98	150.000	2009	
100	130.000	2010	
84	40.000	2011	

STRUMENTI E MATERIALI PROMOZIONALI PRODOTTI	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciociaria, Terra Saturnia</li> <li>• Da Subiaco a Montecassino</li> </ul>	Opuscoli turistici, consultabili anche sul sito <a href="http://www.panevinociociaria.com">www.panevinociociaria.com</a>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Città d'Arte, castelli e abazie della Ciociaria</li> <li>• Una terra, Tre Giorni, Mille sapori</li> <li>• Natura e paesaggio della Ciociaria</li> </ul>	Guide turistiche, consultabili anche sul sito della Camera
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enogastronomia e artigianato locale</li> <li>• Le città fortificate</li> </ul>	Documentari tematici in formato DVD e destinati alla distribuzione Home video; utilizzabili anche in convegni e fiere, nei circuiti scolastici, nei canali televisivi
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciociaria un turismo che sorprende</li> <li>• Ciociaria Archeologica</li> </ul>	Opuscoli turistici (Ristampe)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Guida ai prodotti e ai piatti tipici della provincia di Frosinone</li> </ul>	Guida turistica ed enogastronomica
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medioevo in Ciociaria. Un progetto di turismo culturale</li> </ul>	Volume sul turismo culturale

#### VERIFICA E TUTELA DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI

Dal 2007, la Camera controlla e attesta la qualità dei prodotti agroalimentari a denominazione di origine attraverso Comitati di certificazione di prodotto e Consulte per i ricorsi previsti dai relativi Piani di controllo. In questo quadro, sono state promosse iniziative di sensibilizzazione e formazione dei cittadini per una corretta valutazione degli alimenti in vendita, a partire dalla lettura delle etichette.

Nel corso del 2010, è stata consolidata l'attività dell'Organismo di controllo per i vini a Denominazione di Origine: sia per la Doc Atina

Cabernet che per la Docg Cesanese del piglio (altrimenti detto semplicemente Piglio). La stessa attività è stata svolta con la Camera di Commercio di Roma, per la Doc Cesanese di Affile, Doc Cesanese di Olevano Romano, Doc Genazzano.

Oltre ai vini, sono oggetto dell'attività di controllo della Camera di Commercio di Frosinone in ambito agroalimentare altri due prodotti del territorio che possono vantare il riconoscimento della Dop: il Fagiolo cannellino di Atina e il Peperone di Pontecorvo.

#### VERIFICHE ISPETTIVE PER I VINI DOC E DOCG (2009-2010)

Soggetti	2009		2010	
	Atina	Piglio	Atina	Piglio
Agricoltori	9	16	4	10
Vinificatori	3	7	6	5
Imbottigliatori	3	7	6	4

#### PRELIEVO VINI DOC E DOCG (2007-2011) – Valori in ettolitri

	2007	2008	2009	2010	2011
Piglio	2.686	2.533	1.734	3.737	3.369
Atina	653	306	519	717	279
Olevano	-	-	-	49	44
Affile	-	-	-	-	80

## 2007-2011. ATTIVITÀ E RISULTATI SOSTENERE L'INNOVAZIONE. TUTELARE LA PROPRIETÀ INDUSTRIALE

La diffusione dell'innovazione è stata a tutti gli effetti una delle priorità del mandato 2007-2011. In sintonia con la recente riforma che assegna al Sistema camerale un ruolo di primo piano in materia.

Lo testimoniano i numerosi progetti avviati per avvicinare il mondo della ricerca al sistema delle imprese: attraverso collaborazioni funzionali con Centri di studio e ricerca, italiani ed esteri. E con le Associazioni di categoria, per specifici interventi sui distretti, sui sistemi produttivi locali, sulle filiere.

#### PROGETTO AIDA

Nel 2006 la Camera di Commercio ha avviato il **progetto AIDA** (Apportare Innovazione Direttamente in Azienda). L'obiettivo è stato quello di finanziare programmi di innovazione tecnologica per le Pmi – costituite o in via di costituzione – con sede operativa in provincia di Frosinone. Per lo sviluppo del progetto l'Ente camerale si è avvalso del supporto del Parco scientifico e tecnologico del Lazio Meridionale (Palmer), quale partner tecnologico.

Nel corso degli anni numerose sono state le imprese che hanno presentato richiesta di contributo. Di tutti i settori.

Le agevolazioni riguardano la ricerca applicata a scopo pre-competitivo, il trasferimento di conoscenze e di innovazioni scientifiche (attraverso un Technology Team), l'acquisto di brevetti e pacchetti tecnologici per migliorare i processi produttivi.

La formula AIDA si è rivelata vincente. Facendo emergere il dinamismo di realtà imprenditoriali altrimenti ai margini, escluse dalle tradizionali fonti di incentivazione regionali o nazionali.

Nel 2010 è stato elaborato un **Rapporto sull'innovazione e il trasferimento tecnologico** nelle Pmi della provincia, che ha tracciato il bilancio dei primi quattro anni del progetto AIDA. Nel volume è riportata una ricerca sulla capacità innovativa delle Pmi locali, oltre a una sintesi dei progetti di innovazione ammessi al bando e alle testimonianze dei titolari delle aziende beneficiarie.

Il Rapporto è stato presentato ad aprile 2010 presso la sede dell'Ente camerale alla presenza del Vice presidente della Commissione Europea Antonio Tajani.



DATI PRINCIPALI SUL BANDO AIDA				
Anno	Domande pervenute	Progetti ammessi a finanziamento	Importo sostegno finanziario ai progetti (€)	
2007	22	5	187.168	
2008	18	3	79.311	
2009	123	9	110.006	
2010	65	12	207.159	
2011	51	9	149.951	

### TUTELA DELLA PROPRIETÀ INDUSTRIALE

La tutela della proprietà industriale è parte integrante della politica della Camera di Commercio di Frosinone per l'innovazione. Il brevetto consente di capitalizzare l'attività di ricerca e sviluppo; il marchio ne tutela la visibilità nei confronti dei consumatori. Nel corso del mandato, l'Ente ha dato il via al potenziamento del servizio, migliorando in particolare la conoscenza dei brevetti depositati e la loro diffusione presso le imprese del territorio.

L'Ufficio marchi e brevetti della Camera istruisce le domande di registrazione e supporta gli utenti nell'avvio del processo per via telematica.

Il 10 novembre 2011 si è svolto presso la sede dell'Ente camerale il convegno "Tutela e valorizzazione della proprietà industriale" che ha visto la partecipazione di associazioni, professionisti, aziende, scuole, inventori, esperti del settore.

ATTIVITÀ DELL'UFFICIO MARCHI E BREVETTI (2007-2011)					
	2007	2008	2009	2010	2011
Invenzioni	22	13	25	23	13
Modelli di utilità	29	19	22	22	19
Marchi	168	154	127	155	184
Marchi internazionali	1	-	-	-	1
Disegni e modelli e Modelli ornamentali	6	11	2	3	8
Istanze varie, annotazioni, trascrizioni	15	6	6	6	7
N. caricamenti SIMBA	241	203	182	209	232

### COLLABORAZIONE CON IL PALMER

Forte è stato l'impegno della Camera nell'intrecciare rapporti con Centri di studio e di ricerca del territorio. Prima tra tutti, la collaborazione con Palmer ha permesso il sostegno a specifici servizi di consulenza e assistenza alle imprese. Per innalzarne il potenziale di crescita, attraverso l'innovazione dei prodotti e dei processi.

Nata nel 1994, Palmer è una società consortile di ricerca e sviluppo, costituita per unificare le attività già svolte dai consorzi Parco Tecnologico Pontino e Pabla. È dotata di:

- un laboratorio chimico agroalimentare a Latina, accreditato presso il Sinal<sup>2</sup>;
- un centro di taratura e un laboratorio di prove tecnologiche a Ferentino, quest'ultimo anch'esso accreditato Sinal.

### INCENTIVI PER L'INNOVAZIONE ENERGETICA E AMBIENTALE

Nel 2010 la Camera ha stanziato un fondo di 50.000 euro per la concessione di contributi a 24 micro, piccole e medie imprese della provincia per interventi di progettazione e implementazione dei sistemi di certificazione aziendale e di efficienza energetica. Ventiquattro le richieste di contributo pervenute agli uffici camerale.



### RAPPORTI CON LE UNIVERSITÀ

Nel 2009 la Camera e le sue Aziende speciali – Aspin e Innova – hanno avviato numerosi progetti per il trasferimento di tecnologie eco-sostenibili. Rivolti alla definizione di un modello di gestione capace di tutelare l'ambiente e di garantire risparmio energetico.

Le iniziative – che hanno coinvolto la Provincia, le Università di Cassino e di Tor Vergata, Confindustria Frosinone e il Consorzio Filcart – hanno consentito di ottenere importanti finanziamenti dalla Regione.

<sup>2</sup> Sistema nazionale per l'accreditamento di laboratori



2007-2011.  
ATTIVITÀ E RISULTATI  
**DIFENDERE IL CONSUMATORE.  
ASSICURARE TRASPARENZA  
AL MERCATO**

Le responsabilità della Camera di Commercio nei servizi a tutela del consumatore e di regolazione del mercato sono in continua espansione. In particolare, al Sistema camerale sono stati assegnati nuovi strumenti per controllare la correttezza delle relazioni tra imprese e consumatori, tra cittadini e istituzioni, tra azienda e azienda.

Durante il mandato, particolare importanza è stata attribuita alla diffusione della conoscenza e all'utilizzo della Camera di conciliazione, della Camera arbitrale e delle attività della Commissione per l'esame delle clausole vessatorie nei contratti.

Rientra tra queste attività anche la promozione del Marchio di garanzia camerale, strumento per garantire l'affidabilità commerciale di artigiani, commercianti e più in generale dei fornitori di servizi.

La Camera di Commercio di Frosinone garantisce dunque quattro servizi attraverso un'unica "piattaforma" che prende il nome **Concerto** e raccoglie: la Camera arbitrale, la Camera di conciliazione, il Marchio di garanzia camerale, la Commissione clausole vessatorie.

#### **ARBITRATO E CONCILIAZIONE**

L'arbitrato e la conciliazione sono forme di giustizia alternativa per risolvere controversie di natura economica. Strumenti volontari, a tempi e costi ridotti rispetto a quelli della giustizia ordinaria. L'**arbitrato** attribuisce a un terzo il potere di dirimere la controversia con una decisione che ha la stessa efficacia di una sentenza di primo grado. Nella **conciliazione** un soggetto terzo, neutrale e imparziale, agisce da facilitatore, aiutando le parti alla negoziazione e al raggiungimento di un accordo.

Attraverso la Camera arbitrale e il Servizio di conciliazione, l'Ente svolge le attività di segreteria dei procedimenti e gestisce l'Albo e l'Elenco nell'ambito dei quali sono nominati i Collegi arbitrali e i conciliatori. Appuntamento che si svolge annualmente fin dal 2003, la **Settimana della conciliazione** è un'iniziativa promossa da Unioncamere nazionale che vede il coinvolgimento dell'intera rete camerale. Ha l'obiettivo di diffondere la cultura conciliativa tra imprese, consumatori e professionisti.

Le Camere di Commercio che aderiscono all'iniziativa realizzano materiali informativi e organizzano una serie di incontri sul territorio con i soggetti istituzionali, associativi ed economici.

PROMOZIONE DI ARBITRATI E CONCILIAZIONI TRA IMPRESE (2007-2011)					
	2007	2008	2009	2010	2011
<b>Sportello di conciliazione</b>					
Procedure attivate	54	145	174	127	114
Procedure concluse	-	8	34	61	39
Procedure concluse/attivate	-	5,51%	19,54%	48,03%	34,21%
Valore medio controversie tra imprese (euro)	5.983,16	1.440,00	14.000,00	33.100,00	1.841,61
Valore medio controversie tra imprese e consumatori (euro)	-	1.281,05	2.893,00	2.791,94	1.900.000,00
N. iscritti all'elenco conciliatori	114	124	135	148	219
<b>Camera arbitrale</b>					
Procedure attivate	-	2	1	2	1
Procedure concluse	-	1	-	1	-
Procedure concluse/attivate	-	50,00%	-	50,00%	-
N. iscritti all'Albo arbitri	240	250	262	270	275

#### MARCHIO DI GARANZIA CAMERALE

Nei cinque anni osservati, la Camera di Commercio di Frosinone ha proseguito nelle attività di divulgazione delle attività della Commissione per l'esame delle clausole vessatorie nei contratti. Il principale intervento ha riguardato la promozione del **Marchio di garanzia camerale**. Grazie a questo, le imprese, le associazioni e i professionisti, che hanno interesse a garantire la qualità del servizio prestato o la correttezza degli strumenti contrattuali utilizzati nei rapporti con i consumatori, possono chiedere alla Camera tale riconoscimento, previo accertamento dei requisiti. Ciò serve a garantire l'affidabilità commerciale di un fornitore di servizi e può risultare molto utile anche nella scelta di un partner di affari.

Tra il 2007 e il 2011 sono 10 gli operatori che hanno richiesto il riconoscimento del Marchio, di cui 8 l'hanno effettivamente conseguito.

#### METROLOGIA LEGALE E LABORATORI

Il rispetto delle norme di metrologia legale, riguardanti la corretta misurazione delle merci, garantisce la correttezza nelle transazioni commerciali. L'Ufficio metrico dell'Ente effettua attività di verifica degli strumenti di misura, rilascia il marchio di identificazione dei metalli preziosi, realizza accertamenti presso i distributori di carburanti e sui pre-imballaggi di prodotti predisposti in assenza dell'acquirente. Esegue inoltre i controlli nei Centri tecnici autorizzati a operare sui tachigrafi digitali e nei laboratori accreditati alle verifiche periodiche.

ATTIVITÀ DI METROLOGIA LEGALE (2007-2011)					
	2007	2008	2009	2010	2011
N. ispezioni	885	853	804	812	661
Bacino utenti	9.152	8.908	8.764	8.604	8.428
Controllo produzione ditte orafe	-	-	-	-	4
N. sanzioni amministrative	-	-	-	4	1
N. sopralluoghi presso il domicilio degli utenti per la verifica periodica degli strumenti metrici	364	307	223	74	165
N. marchi d'identificazione per la punzonatura dei metalli preziosi	1	2	2	2	-

#### RICONOSCIMENTI LABORATORI ACCREDITATI PER LA METROLOGIA LEGALE

S.T.I.
Laboratorio Palmer
Laboratorio SIRTEM (Sora)

#### ATTIVITÀ SANZIONATORIA

Alle Camere di Commercio sono state attribuite le funzioni di controllo, fino al 2000 svolte dal Ministero dello Sviluppo economico tramite gli uffici periferici Upica. Per prevenire le irregolarità del mercato e assicurare la trasparenza e la correttezza della concorrenza. L'intervento sanzionatorio riguarda la violazione delle leggi inerenti lo svolgimento dell'attività economica, per le quali l'Ente riceve i verbali redatti dai vari organi di controllo: Carabinieri, Polizia municipale e di Stato, Guardia di finanza.

Tra le violazioni più frequenti:

- l'inosservanza di norme concernenti l'etichettatura di prodotti alimentari immessi in commercio;
- le inadempienze nella somministrazione di alimenti e bevande;
- la violazione di leggi previste dal codice civile a carico di imprenditori e società.

ORDINANZE (EX UPICA) ESEGUITE (2007-2011)		
Anno	Ordinanze emesse	
2007	73	
2008	88	
2009	551	
2010	418	
2011	329	

## PROTESTI CAMBIARI

L'informatizzazione del Registro dei protesti affidato alle Camere di Commercio assicura completezza, organicità e tempestività alle informazioni sui protesti cambiari in tutto il territorio nazionale. Per mancato pagamento di cambiali, vaglia e assegni.

Il servizio consente agli utenti di conoscere il grado di affidabilità o l'eventuale insolvenza di un possibile interlocutore d'affari. L'Ufficio, infatti, lo alimenta mensilmente su notizie provenienti dai pubblici ufficiali competenti (notai, segretari comunali, uffici giudiziari).

ATTIVITÀ DI PUBBLICAZIONE DEI PROTESTI (2007-2011)					
	2007	2008	2009	2010	2011
Protesti inseriti	19.607	20.049	22.549	20.657	21.809*
Protesti cancellati	4.214	4.279	4.010	2.541	1.987

\* il dato è definitivo al 30/11/2011

## USI E CONSUETUDINI

Nel 2011 la Giunta camerale ha approvato la nuova raccolta degli usi e delle consuetudini della provincia di Frosinone. Il loro accertamento e la loro revisione, a cadenza quinquennale, rappresentano un compito istituzionale delle Camere di Commercio, svolto attraverso apposite Commissioni provinciali e Comitati tecnici di esperti nelle diverse materie, che mettono così a disposizione degli operatori quel complesso di comportamenti giuridicamente condivisi e riconosciuti dalla comunità. Nello svolgere questa funzione, la Camera diventa, quindi, il punto d'incontro e di conciliazione degli interessi delle diverse categorie, imprese, enti pubblici, consumatori e utenti.

Tra gli aggiornamenti presenti nell'attuale versione della raccolta, va evidenziato l'accertamento degli usi alberghieri, non contemplato nella precedente raccolta del 1985. Per consentirne la massima diffusione, la Camera di Commercio ha provveduto a inviare la raccolta a tutti gli organismi interessati, oltre a presentarla alla stampa, agli Enti e alle Associazioni di categoria interessate.

L'Italia ha compiuto negli ultimi anni importanti progressi nell'attuazione delle strategie di *e-government*. E il Sistema camerale è stato protagonista di tale processo attraverso solide infrastrutture telematiche e sportelli unificati in rete. Per migliorare il rapporto tra cittadini, imprese e Pubblica amministrazione. Nel corso del periodo 2007-2011 l'Ente ha ulteriormente rafforzato questa sua funzione. Promuovendo al suo interno e tra gli operatori economici la "cultura digitale".

## REGISTRO DELLE IMPRESE

Il Registro delle imprese rappresenta l'anagrafe delle attività economiche della provincia. Vi sono iscritti i principali fatti della vita aziendale (costituzione, modifica, cessazione, settore di attività, ecc.). In questi anni, significativa è stata l'azione della Camera per alleggerire e velocizzare le procedure, con risultati spesso superiori alle attese. In parallelo, è stato portato avanti un robusto lavoro di pulizia del database delle imprese iscritte nel Registro, ad esempio con la cancellazione d'ufficio delle società di capitali in liquidazione che non hanno presentato il bilancio negli ultimi 3 anni.

2007-2011.  
ATTIVITÀ E RISULTATI  
**SEMPLIFICARE  
LE PROCEDURE  
AMMINISTRATIVE.  
DIFFONDERE  
LA CULTURA DIGITALE**

PRATICHE DEL REGISTRO DELLE IMPRESE* (2008-2011)	
Anno	N. pratiche
2008	18.960
2009	14.440
2010	16.558
2011**	14.751

\* escluso bilanci

\*\* dati consolidati a ottobre 2011

### ALBO IMPRESE ARTIGIANE

Nel periodo analizzato, la Camera di Commercio di Frosinone ha continuato a gestire una serie di Albi, Elenchi e Registri. Arricchendoli di nuovi sistemi tecnologici. Tra questi, il più rilevante è l'**Albo delle imprese artigiane**, istituito nel 1985. Esso raccoglie tutte le aziende riconosciute come artigiane da parte della relativa Commissione provinciale funzionante presso la Camera. L'iscrizione permette l'accesso alle agevolazioni e agli incentivi previsti per il settore.

Dal 1° giugno 2010, tutte le pratiche devono essere presentate in via telematica e con firma digitale. Utilizzando direttamente il canale del Registro delle imprese, attraverso la Comunicazione Unica.

ALBO IMPRESE ARTIGIANE (2007-2011)							
Anno	Registrate	Iscrizioni	Cessazioni	Modifiche	Dinioghi	Qualifiche	Totali pratiche
2007	11.013	958	825	505	75	118	2.481
2008	11.020	779	748	464	55	73	2.119
2009	10.879	701	792	427	39	90	2.049
2010	11.023	707	642	335	37	62	1.783
2011	10.930	611	744	328	80	63	1.826

### RILASCIO CNS E BUSINESS KEY

Grande impulso, nel corso del mandato, è stato dato alla diffusione della **firma digitale**, attraverso il rilascio delle **Smart card** e, successivamente della **Cns** (Carta nazionale dei servizi), un dispositivo introdotto nel 2007 che contiene un "certificato digitale" di autenticazione personale e permette l'identificazione dell'utente in

rete, e consente di consultare telematicamente i dati resi disponibili dalle pubbliche amministrazioni. L'evoluzione finale di questo percorso è stata la diffusione del dispositivo **Business Key**.

SMART CARD E CNS EMESSE (2007-2011)		
Anno	N. Smart card / CNS emesse	Smart card / CNS emesse su 1.000 imprese attive nell'esercizio
2007	1.191	261
2008	1.342	288
2009	1.423	333
2010	983	354
2011	1.372	387

REGISTRO DELLE IMPRESE E ALBO IMPRESE ARTIGIANE: PRATICHE SUDDIVISE PER MODALITÀ DI PRESENTAZIONE (2008-2011)								
Anno	Manuale		Informatica		Altre modalità		TOTALE	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
2008	3.987	13,6	19.511	66,5	5.820	19,9	29.318	100
2009	3.954	12,3	26.315	81,6	1.962	6,1	32.231	100
2010	1.789	6,9	23.027	88,4	1.244	4,8	26.060	100
2011	51	0,1	37.498	96,7	1.211	3,1	38.760	100

### SPORTELLO TELEMATICO DECENTRATO

Per aiutare gli operatori economici a superare i problemi connessi all'introduzione dei nuovi strumenti telematici, è stato istituito uno "sportello assistito". La gestione del servizio è stata affidata alle Associazioni di categoria, che hanno funzionato da riferimenti decentrati della Camera.

Sono dieci gli sportelli attivati in tutto il territorio provinciale, che hanno consentito di coprire aree prima non presidiate (come, ad esempio, Fiuggi, Anagni, Pontecorvo) e di potenziare quelli già esistenti (Cassino e Sora).

TERRITORIALIZZAZIONE DEI SERVIZI: PRATICHE TRASMESSE ALLA SEDE CENTRALE E AGLI UFFICI DISTACCATI (2008-2011)						
Anno	Sede centrale		Sedi distaccate		TOTALE	
	N.	%	N.	%	N.	%
2008	27.476	93,7	1.606	6,3	29.318	100
2009	30.163	93,6	1.785	6,4	32.231	100
2010	25.211	96,7	664	3,3	26.060	100
2011	38.578	99,5	20	0,5	38.760	100

ELENCO SPORTELLI TELEMATICI DECENTRATI DELLE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA	
Località	Associazione
Frosinone	Coldiretti Frosinone
	Confapi Confimprese Frosinone
Cassino	Coldiretti Frosinone
	Confapi Confimprese Frosinone
Sora	Coldiretti Frosinone
Anagni	Coldiretti Frosinone
Atina	Coldiretti Frosinone
Ceccano	Coldiretti Frosinone
Pontecorvo	Coldiretti Frosinone
Ripi	Coldiretti Frosinone

#### SUAP, COMUNICA E SCIA

Particolarmente rilevante lo sforzo camerale per l'attuazione del **Suap (Sportello unico per le attività produttive)** che, nelle previsioni del legislatore, deve consentire all'utente di predisporre un'unica domanda per ottenere tutte le autorizzazioni da parte delle Amministrazioni a vario titolo interessate a una specifica pratica.

Intenso è stato il lavoro d'impulso e supporto ai Comuni della provincia da parte della Camera di Commercio, che ha garantito la propria disponibilità a rendere operativa la delega prevista dalla legge.

Attualmente sono dieci i Comuni che hanno manifestato l'intento di delegare alla Camera di Commercio di Frosinone le funzioni tecnologiche della gestione del Suap; di questi, quattro hanno già avviato le relative funzioni.

Grande importanza ha assunto nel 2010 l'introduzione della **ComUnica** (Comunicazione Unica per le attività produttive), nata per semplificare e unificare gli adempimenti necessari per la nascita e le successive fasi di vita dell'azienda nei confronti di Inps, Inail, Agenzia delle entrate e Registro delle imprese delle Camere di Commercio.

Gli operatori economici non devono più rivolgersi alle singole Amministrazioni interessate, ma è sufficiente presentare al Registro delle imprese competente un'unica documentazione per assolvere a tutti gli adempimenti richiesti ai fini fiscali, assistenziali, previdenziali e pubblicitari necessari.

Un'ulteriore novità normativa di notevole impatto intervenuta in questi anni è la Legge 122 del 30 luglio 2010, che introduce la **Scia (Segnalazione certificata di inizio attività)**. La disciplina coinvolge le attività di commercio all'ingrosso, autoriparazione, facchinaggio, installazione di impianti, pulizia, agente di affari in mediazione, agente e rappresentante di commercio.

Essa consente all'aspirante imprenditore di iniziare immediatamente il suo lavoro, impegnando da quella data la Camera ad acquisire e registrare la necessaria documentazione.

#### SMATERIALIZZAZIONE DEI FLUSSI INFORMATIVI

Con l'avvio della Comunicazione Unica tutte le informazioni passano attraverso la **Pec (Posta elettronica certificata)**. Il Registro delle imprese di Frosinone ha stipulato una convenzione per il rilascio di un numero illimitato di caselle Pec a favore delle imprese iscritte.

Per agevolare gli operatori economici nel procedimento di adozione di una casella, è stata predisposta una procedura semplificata on-line che permette di effettuare in completa autonomia l'adempimento. Cliccando sull'apposito banner. Nello specifico, nel 2009 la Camera ha aderito alla campagna promozionale per la diffusione dei servizi tecnologici gratuiti, destinati alle imprese della provincia, denominati IM+ "Archivierete", "Gestirete" e "Incontrerete". Per potenziare la competitività aziendale attraverso strumenti innovativi di organizzazione aziendale e marketing.

#### ALTRI ALBI E RUOLI

La Camera di Commercio gestisce anche altri Registri, Albi ed Elenchi. Alcuni raccolgono i nominativi di soggetti che, dopo aver ottenuto l'abilitazione di apposite Commissioni, esercitano una particolare attività; altri svolgono una funzione meramente conoscitiva.

ISCRIZIONI EFFETTUATE AGLI ALBI, AI RUOLI E AGLI ELENCHI (2007-2011)					
	2007	2008	2009	2010	2011
Ruolo agenti e rappresentanti	115	140	113	68	68
Ruolo agenti d'affari in mediazione	37	49	34	20	13
Ruolo periti ed esperti	8	12	13	5	6
Ruolo conducenti non di linea	60	60	36	46	33

PRATICHE E CERTIFICATI COMMERCIO ESTERO (2007-2011)					
	2007	2008	2009	2010	2011
Certificati d'origine	2.051	2.418	1.824	2.281	1.917
Visti di legalizzazione firma	1.321	713	798	387	212
Visti su fatture	1.883	2.475	2.261	2.782	2.511
Carnet ATA	13	7	5	9	11
Rilascio codici meccanografici	17	2	-	1	-
<b>Totale</b>	<b>5.285</b>	<b>5.615</b>	<b>4.888</b>	<b>5.460</b>	<b>4.651</b>

#### DOCUMENTI PER L'EXPORT

Importante è il ruolo della Camera di Commercio nei servizi di supporto all'export. Oltre agli interventi promozionali per favorire la commercializzazione dei prodotti, garantisce consulenza alle imprese sui regimi tributari legati alle pratiche di import-export (dazi doganali, norme di trasporto internazionale, crediti documentari internazionali, Iva intracomunitaria, ecc.); fornisce assistenza in materia di contrattualistica internazionale e di primo intervento nelle controversie tra operatori italiani e stranieri; rilascia la documentazione e la certificazione necessarie all'esercizio del commercio con l'estero.





2007-2011.  
ATTIVITÀ E RISULTATI  
**PERFEZIONARE  
L'ORGANIZZAZIONE INTERNA.  
SVILUPPARE LE COMPETENZE  
PROFESSIONALI**

Avvicinare cittadini e imprese alla Pubblica amministrazione vuol dire renderla efficiente, aperta, disponibile. Attenta ai bisogni e alle richieste di un territorio complesso, in rapida evoluzione. Questo impone nuovi modelli organizzativi dentro le istituzioni. E risorse umane capaci di interpretarli e gestirli. Consapevole dei mutamenti in atto, la Camera ha puntato sulla riorganizzazione dell'assetto interno e sulla riqualificazione del personale. Attraverso sistemi di pianificazione e controllo innovativi; e piani di formazione e aggiornamento mirati

#### **MIGLIORAMENTO DEI SERVIZI DI SUPPORTO**

Tra il 2007 e il 2010 la Camera si è impegnata nel potenziamento dei servizi di supporto. Grazie anche alla dematerializzazione degli atti e all'informatizzazione dei documenti cartacei di archivio, è stata possibile una loro migliore conservazione e fruizione. L'attivazione di un servizio supportato da un nuovo smistatore/assegnatore ha permesso maggiore efficienza nella gestione dei flussi e dello smistamento delle pratiche. Grazie a questo sistema, le pratiche vengono assegnate per competenza, in base a una configurazione pre-stabilita (es. pratiche societarie, pratiche Rea, pratiche leggi speciali, pratiche artigiane, pratiche di mero deposito, ecc.).



#### ATTUAZIONE DEL CICLO DI GESTIONE DELLA PERFORMANCE

In applicazione del D.lgs 150/2009 (“Riforma Brunetta”), anche le Camere di Commercio sono state chiamate a sviluppare il cosiddetto **Ciclo di gestione della performance**, che riguarda i processi di pianificazione, programmazione, controllo, e rendicontazione interna ed esterna, oltre a richiedere l’instaurazione di adeguati sistemi di misurazione e valutazione.

La Camera di Commercio di Frosinone ha impostato il proprio Ciclo di gestione della performance, tenendo conto delle Linee guida emanate nell’ottobre 2010 da Unioncamere nazionale<sup>3</sup>. Ha dunque operato per adeguare le proprie strutture e procedure, lavorando non solo per rispondere al dettato normativo ma cogliendo l’occasione per innescare un processo di crescita organizzativa interna. Negli ultimi mesi del 2010 sono state quindi poste le basi per l’implementazione del Ciclo ed è stato elaborato il primo documento formale da esso contemplato: il Piano della performance.

Nel gennaio 2011 è stata inoltre assunta la decisione di istituire, come richiesto dalla normativa, un **Organismo indipendente di valutazione**

(OIV) della performance in forma monocratica, nuova figura che ha sostituito il preesistente Nucleo di valutazione.

Il decreto citato ha altresì imposto alle amministrazioni un nuovo concetto di **trasparenza**, non più intesa come diritto di accedere ai documenti amministrativi da parte di soggetti dotati di specifici requisiti e limiti. Si parla, infatti, oggi di “accessibilità totale” a tutte le informazioni pubbliche rilevanti per favorire forme diffuse di controllo sociale in merito al buon andamento della gestione della cosa pubblica. L’Ente camerale frusinate si è adeguato predisponendo agli inizi del 2011 il suo primo **Programma triennale per la trasparenza e l’integrità** e implementando una sezione ad hoc nel sito web istituzionale.

<sup>3</sup> Le Linee guida sono state emanate da Unioncamere specificamente per il Ciclo di gestione della performance delle Camere di Commercio sulla base di un preesistente Protocollo d’intesa con il Ministro per la PA e l’innovazione e di una convenzione con la CIVIT (Commissione per la valutazione, la trasparenza e l’integrità delle amministrazioni pubbliche).

#### GESTIONE RISORSE UMANE, ECONOMICHE FINANZIARIE E PATRIMONIALI

Le innovazioni organizzative introdotte hanno imposto **percorsi di formazione** per sviluppare le competenze professionali necessarie alla revisione del sistema gestionale. L’Ente ha attuato un piano di addestramento e una riorganizzazione interna per meglio definire ruoli e funzioni.

L’analisi del fabbisogno formativo ha portato alla realizzazione di corsi per i funzionari – più direttamente coinvolti nella messa a regime del controllo di gestione – e per i dipendenti interessati. In questi anni sono stati destinati complessivamente 115.059 euro ai fini della formazione interna.

Sul fronte della gestione delle risorse economiche e finanziarie, l’impegno della Camera è stato rivolto a una gestione più efficace e tempestiva del processo di acquisizione delle notizie sull’andamento della riscossione dei crediti. Attraverso un puntuale riscontro dei dati contabili in entrata e la pulizia dei registri di ruolo.

In particolare, nel 2009 e nel 2010, l’Ente si è prefisso l’obiettivo di ridurre gli inadempienti al pagamento del Diritto annuale; di emettere i ruoli relativamente all’anno 2007 e 2008; di effettuare l’operazione di

pulizia; di procedere al completamento del procedimento sanzionatorio relativo al totale dei verbali inerenti agli anni precedenti.

In un’ottica di orientamento al cliente e di ottimizzazione delle risorse, la Camera di Commercio di Frosinone ha proceduto a diminuire il numero dei ruoli emessi rispetto al passato. Ciò, a cascata, ha ridotto il numero delle cartelle di pagamento notificate e il numero di quelle “illegittime” da annullare.

Con ricadute importanti anche in termini di aggiornamento della situazione dei crediti nei confronti degli iscritti a ruolo.

Per migliorare la trasparenza e l’efficienza del processo, sul sito web sono state pubblicizzate le informazioni generali ed è stata inserita una news contenente l’invito alle imprese inadempienti a usufruire dei vantaggi previsti dall’istituto del ravvedimento operoso. La nota è stata inviata anche ai Presidenti degli ordini professionali di Frosinone e Cassino, canali privilegiati per la sua diffusione tra gli operatori interessati (commercialisti operanti in provincia di Frosinone). I risultati, a confronto con quelli degli anni precedenti, dimostrano che il ricorso al ravvedimento da parte degli utenti ha subito un incremento.



2007-2011.  
ATTIVITÀ E RISULTATI  
**FARSI CONOSCERE  
E RICONOSCERE.  
SAPER INFORMARE**

La Camera di Commercio di Frosinone attribuisce alla comunicazione una funzione strategica per migliorare il rapporto con tutti i suoi interlocutori. Attraverso l'integrazione funzionale dei diversi canali di trasmissione.

Molti ancora oggi percepiscono la Camera come semplice erogatrice di servizi amministrativi. Pochi hanno conoscenza delle numerose altre azioni a favore del territorio e del sistema imprenditoriale.

Per questo, durante il mandato 2007-2011, la Camera ha sviluppato i servizi di comunicazione: consolidando i mezzi tradizionali, dando impulso ai nuovi. A cominciare dal web.

Con l'obiettivo di costruire un dialogo personalizzato e bidirezionale con le imprese, favorire una gestione multicanale della relazione, sviluppare le attività di Customer relationship management.

#### **GESTIONE DEI RAPPORTI CON L'UTENZA**

Grazie all'attività dell'**Urp (Ufficio relazioni con il pubblico)**, la Camera fornisce agli utenti indicazioni di primo orientamento sull'organizzazione, le competenze e i servizi erogati. Dando inoltre informazioni su attività camerali, sedi e orari, responsabili dei singoli uffici e procedure di accesso agli atti, manifestazioni e iniziative.

A partire dal 2008 l'Ente ha implementato un sistema di **CrM (Customer relationship management)**, nell'ambito di un'iniziativa dalla rete camerale, allo scopo di coordinare e rendere più efficaci le modalità di contatto con gli utenti abituali, registrandone nel tempo esigenze e bisogni informativi. Il progetto, denominato "Ciao Impresa", ha consentito la personalizzazione della comunicazione, con l'invio individuale delle notizie di particolare interesse.

## SITO WEB ISTITUZIONALE

Il **sito web** è uno dei principali punti di accesso alla Camera di Commercio. Non una semplice vetrina, ma una vera e propria piattaforma per l'erogazione di servizi in modalità digitale. Dalla fine del 2007, si è provveduto alla ristrutturazione del sito camerale, individuando una nuova architettura informatica, in risposta alle domande degli utenti.

Nel 2008 è stato realizzato un micro-portale di presentazione dei principali prodotti agroalimentari della provincia, suddiviso in otto sezioni tematiche: vini, oli, formaggi, carni fresche, carni preparate, pane e dolci, prodotti ortofrutticoli.

ACCESSI AL SITO WEB DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI FROSINONE			
Anno		N. visite	N. pagine visitate
2008*		55.453	364.697
2009		67.140	494.072
2010		94.869	542.314
2011		153.360	723.448

\* A partire dal mese di marzo

## STUDI E INFORMAZIONE ECONOMICA

L'attività di produzione e diffusione di informazioni socio-economiche è una delle missioni delle Camere di Commercio, che dispongono di un formidabile patrimonio di dati sul sistema imprenditoriale e sull'evoluzione del contesto economico in generale. La Camera di Frosinone, grazie al suo **Ufficio Studi e Statistica** rende disponibili informazioni economiche puntuali, sicure e attendibili. Realizza studi e rilevazioni statistiche sulle dinamiche territoriali, che diffonde a *policy maker*, operatori, professionisti, studenti e ricercatori.

Nel corso del mandato è cresciuto il numero di richieste rivolte all'Ufficio Studi e Statistica, presso il quale è attivo uno sportello aperto al pubblico che eroga informazioni e permette di accedere alle banche dati sull'economia provinciale.

Inoltre, la realizzazione di studi e ricerche sull'economia provinciale rappresenta uno dei punti di forza dell'Ente camerale. Da cui ricava prestigio e autorevolezza. La Camera predispone dunque con

Inoltre, con l'entrata in vigore della citata normativa sulla trasparenza, la Camera di Commercio ha creato una specifica sezione **“Trasparenza, valutazione e merito”**, al cui interno sono disponibili – in attuazione del principio dell'*open government* – documenti e informazioni d'interesse per la collettività: dati sulla performance, sul personale e sull'organizzazione camerale, sugli incarichi e sulle consulenze, sulle sovvenzioni e sui contributi, sulla gestione economico-finanziaria e sulla gestione dei pagamenti. Attraverso l'utilizzo del sito istituzionale della Camera di Commercio, ma anche delle Aziende speciali, è possibile avere servizi informativi, guide, modulistica, pubblicazioni.

regolarità l'**Osservatorio economico provinciale**, articolato in un Rapporto strutturale annuale, nei Rapporti congiunturali e negli approfondimenti tematici.

Nel 2008, è stata modificata l'impostazione dei Rapporti congiunturali, passando da una rilevazione su base trimestrale a una di tipo semestrale, un intervallo temporale più rispondente alle dinamiche del livello territoriale provinciale.

Nel novembre 2010 sono state apportate ulteriori modifiche migliorative all'impostazione dell'attività di ricerca, tra cui la predisposizione di un unico Rapporto congiunturale per l'intero anno.

Nel 2009, è stato realizzato il primo rapporto sul turismo provinciale. Contiene gli andamenti nazionali del settore; l'attrattività del territorio di Frosinone; le strategie di posizionamento e le politiche realizzate; l'analisi dei punti di forza e di debolezza; interviste dirette a imprese del comparto locali.

RAPPORTI ECONOMICI E STUDI (2007-2011)	
Anno	Documenti
2007	• Rapporto strutturale 2007
	• Rapporto congiunturale 1° semestre 2007
	• Rapporto congiunturale 2° semestre 2007
	• Gli investimenti produttivi in provincia di Frosinone
	• Attività economiche e grado di pressione ambientale in provincia di Frosinone
	• La distribuzione della ricchezza in provincia di Frosinone
	• I rapporti banche-imprese e le dinamiche creditizie provinciali
2008	• Rapporto strutturale 2008
	• Rapporto congiunturale 1° semestre 2008
	• Rapporto congiunturale 2° semestre 2008
	• L'evoluzione della proiezione internazionale nel medio-lungo periodo
	• Il credito e i rapporti banche-imprese
	• L'impatto della crisi sull'economia reale della provincia di Frosinone
	• Rapporto congiunturale 1° semestre 2009
2009	• Approfondimento tematico “La provincia di Frosinone dopo la crisi e le politiche per il territorio”
	• Approfondimento tematico su “Il credito e i rapporti banche imprese”
	• Approfondimento tematico su “Presenza e localizzazione delle specializzazioni produttive in provincia di Frosinone”
2010	• Rapporto congiunturale annuale 2010
	• Rapporto strutturale 2009
	• Rapporto congiunturale 2° semestre 2009
2011	• Rapporto strutturale 2010
	• Indagine sullo stato di salute delle Pmi, con particolare riferimento al credito e ai rapporti banche-Pmi
	• Distretti manifatturieri, comparazione tra sistemi territoriali simili o analoghi per distribuzione settoriale delle imprese
	• Trasporti e vincoli infrastrutturali
	• Documento di analisi macroeconomica strutturale con riferimento al periodo di mandato dell'attuale Giunta

APPROFONDIMENTI TEMATICI DELL'OSSERVATORIO ECONOMICO	
Anno	Contenuti
2007	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La distribuzione della ricchezza</li> <li>• Attività economiche ed ambiente</li> <li>• Gli investimenti produttivi</li> <li>• I rapporti banca - impresa</li> </ul>
2008	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il sistema creditizio nella provincia di Frosinone</li> <li>• L'evoluzione della proiezione internazionale nel medio e lungo periodo</li> </ul>
2009	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La capacità attrattiva turistica della provincia di Frosinone</li> <li>• Presenza e localizzazione delle specializzazioni produttive in provincia di Frosinone</li> <li>• I rapporti tra banche ed imprese in provincia di Frosinone nel 2009</li> <li>• L'economia della provincia di Frosinone dopo la crisi e le politiche per il territorio</li> </ul>
2010	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lo stato di salute delle Pmi, con particolare riferimento al credito e ai rapporti banche-Pmi</li> <li>• I distretti manifatturieri: comparazione tra sistemi territoriali simili o analoghi per distribuzione settoriale delle imprese</li> <li>• Trasporti e vincoli infrastrutturali</li> </ul>
2011	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Documento di analisi macroeconomica strutturale con riferimento al periodo di mandato ("Osservatorio Economico della provincia di Frosinone. L'economia della provincia di Frosinone nell'ultimo quinquennio")</li> </ul>

#### GIORNATA DELL'ECONOMIA E RICONOSCIMENTI ALLE IMPRESE

Promossa da Unioncamere in collaborazione con l'Istituto Guglielmo Tagliacarne, la **Giornata dell'economia** è un grande evento istituzionale, cui la Camera di Frosinone partecipa fin dal 2003. Si svolge in contemporanea in tutto il Sistema camerale e ha lo scopo di fotografare la situazione dell'economia nazionale e locale, mettendo a disposizione l'ingente patrimonio di informazioni economico-statistiche di cui dispone.

Per valorizzare le capacità imprenditoriali del territorio, nel 2009 la

Giunta ha istituito – nell'ambito della Giornata dell'economia – premi e riconoscimenti alle eccellenze produttive locali, suddivisi nelle seguenti categorie:

- premio all'impresa internazionale e a quella innovativa;
- riconoscimento all'impresa longeva e alla continuità generazionale.

Nel 2011, la premiazione è stata attribuita anche alle 6 imprese storiche della provincia di Frosinone, iscritte da Unioncamere nel Registro delle imprese storiche d'Italia.



2007-2011.  
ATTIVITÀ E RISULTATI  
**INVESTIRE SULLE  
INFRASTRUTTURE.  
INCREMENTARE  
LE COLLABORAZIONI  
ISTITUZIONALI**

La presenza di infrastrutture adeguate agevola gli scambi e le comunicazioni, favorendo la circolazione di merci e persone; è un fattore decisivo per una migliore organizzazione delle filiere produttive e distributive provinciali, ma anche un elemento determinante per una migliore qualità della vita e dell'ambiente.

La Camera di Commercio di Frosinone svolge un ruolo propositivo come portavoce del sistema delle imprese. In questi anni ha sviluppato una forte azione politica e investimenti cospicui in alcune società partecipate, contribuendo a governare gli elementi di innovazione profonda del territorio provinciale, anche con interventi mirati sulle stesse strutture camerali.



**PALAZZO DELL'ECONOMIA**

Uno dei principali obiettivi del mandato, in termini investimenti, ha riguardato il rafforzamento dell'immagine istituzionale dell'Ente, per avvicinare maggiormente lo stesso alle imprese del territorio. In questa direzione va anche la valorizzazione dell'intero patrimonio immobiliare mediante attività di ordinaria e straordinaria manutenzione. Il principale esempio è dato dalla ristrutturazione del Palazzo storico di via Alcide De Gasperi che, dopo una lunga e articolata procedura, potrà tornare a ospitare gli uffici camerali. La sede storica dell'Ente è destinata, così, a divenire il "Palazzo dell'economia" della provincia di Frosinone e del suo territorio, funzionale allo sviluppo di molteplici attività, che potranno peraltro contribuire alla rivitalizzazione del centro storico cittadino.

In tal modo, il "Palazzo dell'economia" - la cui inaugurazione è avvenuta il 9 marzo 2012 - si candida a essere ideale luogo d'incontro e confronto tra i diversi protagonisti dell'economia locale, sede di convegni, eventi promozionali, esposizioni, uno spazio polifunzionale a disposizione della collettività.

L'inserimento di una cupola vetrata, nella copertura dell'ultimo piano del Palazzo, che ospiterà la sala convegni, consentirà alla struttura di rappresentare anche visivamente un faro nell'ambito dell'intero contesto urbano cittadino.

Nel mese di marzo 2012 sono state dedicate, alla presenza del Presidente di Unioncamere nazionale Ferruccio Dardanella e del Sottose-

gretario al Ministero dello Sviluppo economico Massimo Vari, le sale convegni dell'Ente a due personaggi importanti per l'istituzione camerale e per l'economia frusinate in generale. La sala convegni della sede di Viale Roma a Frosinone è stata intitolata a Mario Papetti, già Presidente della Camera di Commercio e storico rappresentante degli organi camerali, mentre la sala convegni della sede di Via De Gasperi è stata intitolata al Cavalier Benito Stirpe, storico imprenditore e protagonista dello sviluppo economico della provincia.

**RETE ISTITUZIONALE**

Per le misure di rilancio della provincia, l'Ente ha ulteriormente potenziato le relazioni con istituzioni locali e nazionali: Unioncamere Lazio e Unioncamere e altre Camere di Commercio, Regione, ARSIAL, FILAS, Unionfidi, BIC Lazio, Sviluppo Lazio, Amministrazione provinciale, Comuni, Parlamentari eletti nel territorio, GAL, Comunità Montane, Forze dell'ordine, Associazioni di categoria, Organizzazioni sindacali, Ordini professionali, Associazioni dei consumatori, Consorzio per lo sviluppo industriale di Frosinone, Co.Si.La.M., Consorzio Palmer, Università degli studi di Cassino.

PROTOCOLLI D'INTESA SOTTOSCRITTI DALLA CAMERA DI COMMERCIO DI FROSINONE NEL CORSO DEL MANDATO		
Denominazione	Deliberazioni della Giunta camerale	Soggetti sottoscrittori
Protocollo d'intesa tra l'Università degli studi di Cassino e la Camera di Commercio	n. 94 del 31 luglio 2008	Camera di Commercio di Frosinone, Università degli studi di Cassino
Protocollo d'intesa per l'attuazione dell'area aeroportuale intermodale di Frosinone	n. 113 del 10 novembre 2008	Regione Lazio, Provincia di Frosinone, Comune di Frosinone, Comune di Ferentino, Consorzio Sviluppo Industriale di Frosinone, Camera di Commercio di Frosinone, S.I.F. Spa Rete Ferroviaria Italiana
Protocollo di intesa relativo al rafforzamento delle attività di vigilanza e controllo del mercato a tutela dei consumatori	n. 141 del 21 dicembre 2009	Unioncamere, Camera di Commercio di Frosinone
Protocollo d'intesa per l'individuazione di un modello di governance territoriale sostenibile per il distretto della carta della provincia di Frosinone	N. 11 del 26 gennaio 2010	ministero dell'Ambiente e della tutela del territorio e del mare, Regione Lazio, Provincia di Frosinone, Confindustria Frosinone, Consorzio Fil.Cart, Camera di Commercio di Frosinone, Azienda speciale Innova, Università degli studi di Cassino, Palmer Scarl, Apef
Protocollo di intesa per la realizzazione di un percorso di sostenibilità ambientale delle imprese del distretto del marmo della provincia di Frosinone	N. 157 del 16 dicembre 2010	Camera di Commercio di Frosinone, Azienda speciale Innova, Provincia di Frosinone, Confindustria Frosinone, FederLazio, Consorzio per la valorizzazione del Perlato Coreno, Comune di Coreno Ausonio, Comune di Ausonia, Comune di Castelnuovo Parano, Comune di Esperia, Comune di Pignataro Interamna, Comune di San Giorgio a Liri
Protocollo di intenti con la Camera di Commercio di Latina in materia di servizi delle Aziende speciali	N. 48 del 17 maggio 2011	Camera di Commercio di Frosinone, Camera di Commercio di Latina
Protocollo di intesa per la rivitalizzazione e rifunzionalizzazione del centro storico del Comune di Frosinone	N. 131 del 18 novembre 2011	Camera di Commercio di Frosinone, Comune di Frosinone

## PARTECIPAZIONI STRATEGICHE E DI SISTEMA

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

Durante i cinque anni del mandato, sono state acquisite nuove partecipazioni: TecnoServiceCamere, IC Outsourcing, Job camere, Universitas Mercatorum, Retecamere e Valle dei Latini. Tra il 2006 e il 2010 il valore delle partecipazioni – rilevato al 31 dicembre dei rispettivi esercizi – è cresciuto di 82.724 euro.

PARTECIPAZIONI DELLA CAMERA DI COMMERCIO (al 31 dicembre 2010)		
Società	Valore contabile della partecipazione (euro)	Quota di partecipazione (%)
INFOCAMERE SCPA	213.292,49	0,78
TECNOSERVICECAMERE SCPA	2.891,72	0,22
TECNO HOLDING SPA	1.254.879,96	0,56
IC OUTSOURCING SCRL	1.744,68	0,47
JOB CAMERE SRL	2.814,00	0,47
SOCIETÀ INTERPORTO FROSINONE SPA-SIF	682.611,49	9,38
AEROPORTO DI FROSINONE SPA-ADF	1.046.352,68	27,01
CIOCIARIA SVILUPPO SCPA	22.477,20	10,00
PARCO SCIENTIFICO E TECNOLOGICO DEL LAZIO MERIDIONALE SCARL-Palmer	83.246,10	13,07
CONSORZIO PER LO SVILUPPO INDUSTRIALE FROSINONE	80.000,00	19,68
CONSORZIO PER LO SVILUPPO INDUSTRIALE DEL LAZIO MERIDIONALE - CO.S.I.LA.M.	30.000,00	4,52
UNIVERSITAS MERCATORUM S. CONS. R.L.	5.200,00	0,85
VALLE DEI LATINI SCPA	11.760,00	9,80

## PARTECIPAZIONI DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI FROSINONE (2011)



\* partecipazioni acquisite a partire dal 2007; Universitas Mercatorum è anch'essa una struttura del Sistema camerale  
 \*\* partecipazione acquisita nel 2011

Un ambito nel quale la Camera di Commercio ha investito molto in questi anni è il potenziamento infrastrutturale della provincia. Con iniziative progettuali e politiche, al fianco delle altre organizzazioni territoriali. E attraverso 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 una delle principali priorità per lo sviluppo locale. L'ingresso nel capitale della società di gestione dell'aeroporto testimonia l'importanza che la struttura riveste per la Camera.

Particolare attenzione è stata posta ai progetti 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. Un nodo strategico per lo sviluppo della dimensione produttiva locale.



## L'AZIENDA SPECIALE INNOVA

Lo sviluppo delle nuove tecnologie e i riflessi che queste hanno sugli assetti economico-produttivi; la competizione in un mercato globale – dove la crescita e la sopravvivenza di un'impresa dipendono dalle capacità di adattamento, riqualificazione e innovazione – richiedono processi continui di aggiornamento delle risorse umane. E la necessità di riconvertire le conoscenze acquisite in abilità, all'interno dei contesti lavorativi.

Nata nel 1998, Innova risponde a questi bisogni. Organizzando corsi, seminari, convegni e giornate di approfondimento. Erogando servizi di consulenza e affiancamento: ai giovani, agli imprenditori, ai dirigenti, agli operatori economici.

AZIENDA SPECIALE  
PER LA FORMAZIONE.



L'AZIENDA SPECIALE  
INNOVA  
**LA MISSIONE,  
LA GOVERNANCE,  
L'ORGANIZZAZIONE  
DI INNOVA**

Innova svolge una qualificata attività di sviluppo delle risorse umane e di assistenza tecnica, utilizzando le più innovative formule a disposizione. Punta alla creazione delle competenze e a garantire l'evoluzione di quelle già esistenti.

La missione di Innova è dunque quella di offrire una formazione rispondente alle esigenze del tessuto socio-economico provinciale e alla domanda delle imprese, in collaborazione con le associazioni professionali e di categoria.

L'approccio è quello di non sovrapporsi all'attività delle altre strutture, anche private, che operano nel campo della formazione professionale. La gestione di Innova è votata a dare risposte alle istanze territoriali, mettendosi al servizio delle piccole e medie imprese, di tutti quei piccoli e medi imprenditori che formano la spina dorsale del contesto economico locale.

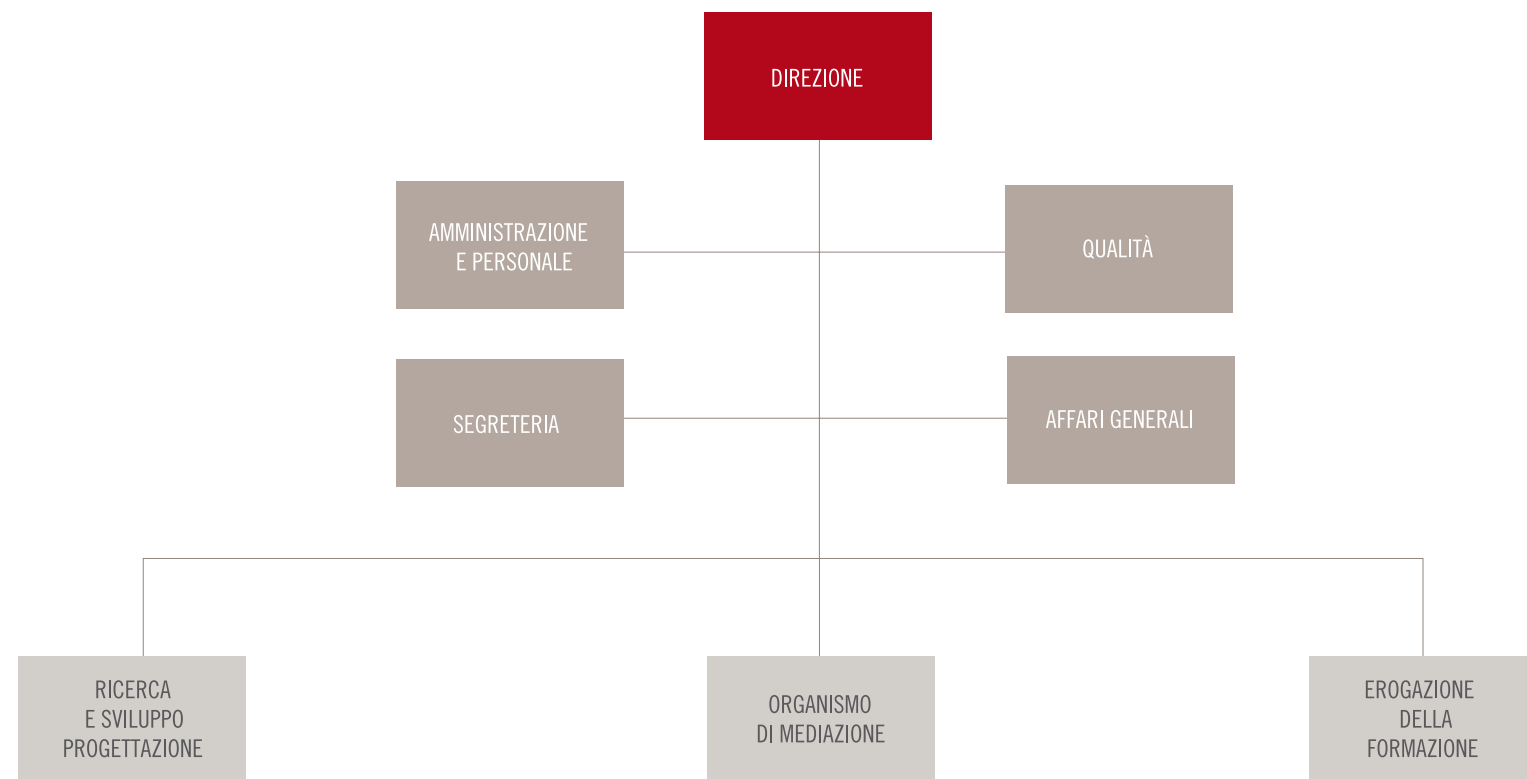


AREE DI INTERVENTO DELL'AZIENDA SPECIALE INNOVA	
Formazione professionale	Formazione continua; formazione superiore; formazione abilitante, finalizzata al conseguimento di un attestato necessario per l'iscrizione ad albi e ruoli
Servizi alle imprese	Studi e pubblicazioni, informazioni sulle opportunità e sui diversi aspetti relativi alla nascita di una nuova impresa o al lavoro autonomo
Progetti speciali	Attività di progettazione e gestione di interventi complessi di formazione e innovazione, come i Master e il "Progetto di rivalutazione dell'artigianato artistico"
Organismo di mediazione	Attività di cui al decreto legislativo 4 marzo 2010 n. 28 e del regolamento di cui al decreto ministeriale 18 ottobre 2010 n. 180 (presentata a dicembre 2011 domanda di accreditamento)

COMPOSIZIONE DEL PERSONALE INNOVA PER TIPOLOGIA CONTRATTUALE				
Anno	A tempo indeterminato	A tempo determinato	Contratti a progetto	TOTALE
2007	3	1	4	8
2008	3	2	3	8
2009	3	4	3	10
2010	7	-	4	11
2011	8	-	6	14

## ASSETTO ORGANIZZATIVO

### L'ORGANIGRAMMA DELL'AZIENDA SPECIALE INNOVA



### ORGANI STATUTARI INNOVA

<b>Presidente</b>	Florindo BUFFARDI
<b>Vice Presidente</b>	Paolo VIGO
<b>Consiglio di amministrazione</b>	Augusto CESTRA Letizia DE ANGELIS Cristian MANCINI Maria Pia DATTI Monica DI VITO
<b>Collegio dei revisori dei conti</b>	Presidente Luigi PATITUCCI Elisabetta CASTELLI Alberto GUALDINI



L'AZIENDA SPECIALE  
INNOVA  
**LE ATTIVITÀ E I PROGETTI  
DI FORMAZIONE**

Nel corso di questi anni, sono state organizzate iniziative formative di ogni genere a vantaggio delle più svariate tipologie di destinatari. Grazie a un team di collaboratori di alto livello, Innova tende a privilegiare e a mettere a disposizione percorsi formativi a finanziamento pubblico, ossia gratuiti per i partecipanti, organizzati al fine di facilitare l'ingresso dei giovani nel mondo del lavoro, ma con un occhio attento anche all'aggiornamento e alla riqualificazione degli occupati.

**FORMAZIONE PROFESSIONALE**

Cuore delle attività di Innova è la formazione professionale. Tra il 2007 e il 2011 è stato realizzato un ampio ventaglio di interventi destinati a occupati e disoccupati, per rispondere adeguatamente alle esigenze del mercato del lavoro in termini di specializzazione e nuove competenze.

Attraverso percorsi di formazione continua e abilitante, ma anche attraverso l'attivazione di percorsi di formazione superiore.

Per quanto riguarda la **formazione continua**, l'Azienda speciale Innova progetta e realizza, anche con l'utilizzo di fondi comunitari, interventi di aggiornamento e riqualificazione per imprenditori, dirigenti, operatori aziendali, dipendenti della Pubblica amministrazione, professionisti. Ma anche periodici seminari e convegni su tematiche specifiche di interesse comune.

SEMINARI TEMATICI (2007-2011)			
Titolo	Durata (ore)	N. partecipanti	Anno
L'elusione fiscale: la norma e le interpretazioni ministeriali	4	34	2007
P.O.R. Lazio 2007-2013: gli obiettivi e le strategie	3	35	
Il contratto preliminare e la proposta di acquisto	3	22	2008
La zonizzazione acustica del territorio	3	13	
Tempi del fango e del fuoco – presentazione corso per ceramisti – in collaborazione con l'Accademia delle Belle Arti di Frosinone	4	80	2009
La Carne di bufalo – in collaborazione con l'Università Federico II di Napoli	4	60	
L'Etichettatura dei prodotti alimentari – in collaborazione con ADICONSUM	4	65	
Information and communication technology – ICT – in collaborazione con il Palmer	3	40	
Nuovi adempimenti a seguito dell'entrata in vigore della "Comunicazione Unica" (6 sessioni di cui 5 a Frosinone e 1 a Cassino presso l'Università)	4	500	2010
Nuovi adempimenti per il deposito del bilancio XBRL	4	30	
Sviluppo del capitale umano nel mercato del lavoro locale – realizzato in collaborazione con Unioncamere	3	70	2011
Il Rating tra impresa banca e territorio	4	40	
Innovation Day – in collaborazione con la Compagnia delle opere	4	50	

Nell'ambito della formazione continua, sono da citare una serie di rilevanti progetti finanziati da Fondimpresa, Fondo paritetico inter-professionale nazionale per la formazione costituito da Confindustria, Cgil, Cisl e Uil:

- ALADINO - Il genio per crescere innovare e formare;
- ATLANTE - La mappa della sicurezza;
- MINERVA - La conoscenza al servizio dell'impresa;
- METODO - La formazione integrata con il proprio lavoro;
- GREEN TRAINING - La valorizzazione del Territorio e dell'Ambiente;
- GULLIVER - Alla scoperta della sicurezza;
- GULLIVER II - Alla scoperta della sicurezza.

Svoltosi tra il 2008 e il 2009, il **progetto ALADINO** si è rivolto prevalentemente agli occupati delle Pmi provinciali, con lo scopo di

diffondere presso le aziende le opportunità di aggiornamento per i loro dipendenti. Ha visto l'introduzione della formazione *on the job*, che ha consentito ai partecipanti di approfondire le conoscenze acquisite in aula presso il posto di lavoro, affiancati da professionisti delle materie trattate.

Innova ha svolto il ruolo di capofila nel progetto **MINERVA - La conoscenza al servizio dell'impresa**; mentre sul tema della sicurezza sono stati sviluppati durante questi anni le iniziative **ATLANTE** e **GULLIVER**.

I NUMERI DEI PROGETTI REALIZZATI CON IL FINANZIAMENTO DI FONDIMPRESA (2008-2011)				
Progetto	Partner di progetto	N. corsi	N. partecipanti	Ore di formazione
ALADINO	Frosinone Industria Perform, Italconsulenze.it	65	429	3.120
ATLANTE	Italconsulenze.it, Frosinone Industria Perform, IAL-CISL Roma e Lazio	8	303	320
MINERVA	Frosinone Industria Perform, Associazione Smile	74	544	2.880
METODO	Frosinone Industria Perform e Associazione Smile	86	380	2.876
GREEN TRAINING	Frosinone Industria Perform e IAL-CISL Roma e Lazio	52	271	1.212
GULLIVER	Frosinone Industria Perform, Ial Roma e Lazio e Italconsulenze.it Srl	142	1.366	1.196
GULLIVER II	Confindustria Perform e Erfap Lazio	94	758	1.212

A partire dal 2009, inoltre, Innova si è accreditata presso la Regione Lazio per realizzare percorsi formativi a catalogo rivolti al personale in cassa integrazione o mobilità attraverso il **progetto Spal (Sistema Politiche Attive Lavoro)**. A partire da quell'anno, le attività si sono successivamente incrementate in maniera progressiva.

A completare l'offerta formativa del mandato occorre citare:

- gli interventi di **formazione superiore**, caratterizzati da percorsi a elevata specializzazione;
- i **corsi di aggiornamento nel settore alimentare**, a finanziamento privato;
- l'intensa attività di formazione abilitante, incentrata su corsi professionali finalizzati all'accesso a specifiche attività e all'iscrizione nei relativi albi e ruoli.

I NUMERI DEL PROGETTO SPAL (2009-2011)	
N. corsi	49
N. partecipanti	492
Ore di formazione erogate	3.866

INTERVENTI DI FORMAZIONE SUPERIORE (2007-2011)			
Corso	Durata (ore)	N. partecipanti	Anno
Esperta in amministrazione del personale	400	24	2007
Operatore di ripresa e montaggio video TV – in partnership con l'Università di Cassino	400	22	2007-2008
Creare l'impresa: azienda turistica	600	22	2008
Organizzazione e Marketing del turismo integrato	500	14	
Operatrice nel settore del turismo sostenibile	200	22	
Export Manager: Esperto nei processi di internazionalizzazione in partnership con Mondimpresa	500	22	
Tecniche di gestione delle strutture alberghiere	120	12	
Corso per ceramista – in collaborazione con l'Accademia delle Belle Arti di Frosinone	155	12	2008-2009
Corso di base E.D.A	56	24	2009
Tecnico Audio	60	18	2010
Accompagnatore di turismo equestre – in collaborazione con il Centro ippico La Staffa e la Coldiretti di Frosinone	115	21	
Restauratore di mobili antichi	100	13	
Operatore contabile paghe e contributi	400	15	2011
Disegnatore CAD	300	15	
Acquisizione di competenze per amministratore di condominio	120	15	
Preparazione alla patente europea del computer - Core	120	15	
Marketing e gestione aziendale	120	15	
Analisi e applicazione delle tecniche di leadership emotiva	10	10	
People satisfaction: sviluppare motivazioni e benessere organizzativo	10	6	
Corso per maniscalco – in collaborazione con il Centro ippico La Staffa e la Coldiretti di Frosinone	120	20	
Corso di incisione, morsatura e stampa calcografica	22	6	
Lavorazione dell'argilla	76	9	

In collaborazione con l'Università degli studi di Cassino, nel 2008 è stato avviato il progetto **IN.FORMAZIONE**. Nato con l'appoggio di Frosinone Industria Perform (Confindustria), Formare (Federlazio), MC Consulntig e Value Training & Solution, ha visto interventi per il sostegno allo sviluppo e all'occupazione nelle aree interessate dalla crisi Fiat di Piedimonte San Germano.

Si è articolato in:

- 9 corsi di 402 ore ciascuno, rivolti a 20 allievi in possesso di diploma di scuola secondaria di secondo livello e dedicati alla creazione di competenze nei settori dell'informazione, dell'automazione industriale, dell'energia, della qualità, dell'ambiente, della logistica, della produzione e del controllo di gestione;

- 4 corsi da 72 ore, incentrati sulle competenze linguistiche ed informatiche;
- 2 corsi da 136 ore, sul tema della logistica, destinati a cassintegrati in possesso del diploma di scuola secondaria superiore di primo grado;
- 3 corsi di 80 ore, per formare 60 orientatori da inserire nei Centri per l'impiego.

CORSI SETTORE ALIMENTAZIONE (2008-2011) – Realizzati in collaborazione con l'Accademia dell'Alimentazione Alimentarti & Sapori Form della Confartigianato di Frosinone			
Corso	Durata (ore)	N. partecipanti	Anno
Corso di intaglio frutta e vegetali	8	13	2008
Torte da forno e speciale Natale	8	10	2009
Pizzaiolo	150	12	
Corso di intaglio frutta e vegetali	8	9	
Corso di intaglio frutta e vegetali	8	6	
Pasti celiaci	8	18	
Torte moderne	8	6	2009-2010
Pasticcere	200	11	
Pasticcere	200	13	
Pizzaiolo	150	11	2010
Pasticcere	200	14	2010-2011
Pasticcere	200	14	2011
Pasticcere	150	10	
Pasticcere	150	13	
Pizzaiolo	150	16	
Panificatore Pasticcere	300	15	

CORSI DI FORMAZIONE ABILITANTE (2007-2011)			
Corso	Durata (ore)	N. partecipanti	Anno
Agenti di affari in mediazione - I edizione	150	20	2007
Agenti di affari in mediazione - II edizione	150	20	
Conciliatori camerati - Corso base I edizione	36	28	
Agenti di affari in mediazione - I edizione	150	20	2008
Agenti di affari in mediazione - II edizione	150	20	
La certificazione energetica degli edifici - I edizione	16	20	
La certificazione energetica degli edifici - II edizione	16	20	2009
Agenti di affari in mediazione - I edizione	150	20	
Agenti di affari in mediazione - II edizione	150	20	
Corso di conciliatori in materia societaria	44	18	
Agenti di affari in mediazione - I edizione	150	20	
Agenti di affari in mediazione - II edizione	150	20	
Corso di conciliatori in materia societaria	44	18	
Agenti di affari in mediazione - I edizione	150	21	2010
Agenti di affari in mediazione - II edizione	150	22	
Corso per conciliatori di base in materia societaria	44	30	
Corso per conciliatori di base in materia societaria	44	30	2011
Corso per conciliatori - mediatori realizzato ai sensi del DM 180 dell'ottobre 2010	54	30	
Agenti di affari in mediazione - I edizione	150	18	
Agenti di affari in mediazione - II edizione	150	22	
Mediatori - 3 edizioni	54 (per edizione)	89	
Integrativo per Mediatori	54 (per edizione)	60	

Nel 2011 l'Azienda speciale ha avviato l'iniziativa **Formazione in movimento** per offrire alle Pmi della provincia un'opportunità di apprendimento del tutto innovativa, dotandosi di una "unità formativa di tipo itinerante". Si tratta di un camper attrezzato con sei postazioni informatiche in grado di raggiungere gli imprenditori e i propri dipendenti direttamente presso le sedi aziendali, abbattendo quindi il disagio degli spostamenti per raggiungere le sedi formative. Recenti indagini hanno fatto registrare che molte piccole e micro imprese, pur manifestando la volontà di frequentare corsi di formazione, spesso non vi prendono parte a causa di problemi logistici e di compatibilità di orari. Attualmente la proposta formativa è imperniata sui seguenti temi: in-

formatica, inglese tecnico, *visual merchandising*, tecniche di vendita, gestione competitiva del punto vendita. Dall'avvio sono stati realizzati corsi di informatica per circa 80 allievi e si stanno programmando le attività per le richieste pervenute da Cassino, Sora, Fuggi e Anagni. L'unità formativa verrà utilizzata anche per i corsi di formazione finanziati da Fondimpresa con particolare riferimento alle attività svolte presso cantieri.

#### PROGETTI SPECIALI

L'Azienda speciale Innova, in aggiunta alle più tradizionali attività formative, gestisce percorsi formativi complessi, a valere su iniziative comunitarie con partenariati transnazionali. Ma anche con interventi finanziati grazie al Fondo di perequazione di Unioncamere. A cominciare da quelli rivolti alle scuole, ai docenti e agli studenti.

Nel 2007 è stato realizzato il progetto **FOSCA (Formazione e sviluppo delle competenze e loro aggiornamento)**, finanziato nell'ambito dell'iniziativa comunitaria Equal. Con lo scopo di porre le risorse umane al centro del processo di adattamento del sistema produttivo del Frusinate. Attraverso una metodologia innovativa, riformulata anche sulla base dello strumento della Balanced scorecard (BSC), che permette di realizzare azioni di "rinforzo" alle competenze dei lavoratori. Oltre a Innova, hanno partecipato all'iniziativa:

- MC Consulting;
- Value Training & Solutions;
- Università degli studi di Cassino;
- Frosinone Industria PERFORM (Società consortile dell'Unione industriale della Provincia di Frosinone);
- FORMARE (Centro di Ricerca e Formazione della Federlazio);
- Comune di Cassino.

Durante il mandato sono stati anche organizzati due Master di primo livello.

La progettazione esecutiva del **Master "Sicurezza alimentare: sistemi di gestione, tecnologie produttive e strumenti di controllo"** è stata avviata nel corso del 2008. Della durata di dodici mesi (con successivi stage) ha lo scopo di formare e addestrare, con riferimento alla sicurezza alimentare, il personale di strutture pubbliche o aziende che operano nella filiera alimentare, ma anche i neolaureati in possesso di diplomi di laurea attinenti.

Realizzato con l'Università degli studi di Cassino e in collaborazione con l'Istituto superiore di sanità, il Master ha visto la partecipazione di 17 laureati.

Il **Master "City utility - Gestione e sviluppo di forniture e servizi tecnologici con reti infrastrutturali territoriali"** è stato progettato nel 2010 da Innova con l'Università degli studi di Cassino. Per preparare il personale che opera presso strutture pubbliche o aziende coinvolte

a vario titolo nella gestione dei seguenti servizi: reti di trasporto e distribuzione territoriale di energia elettrica, acqua e gas. In linea con le novità legislative nazionali e comunitarie e con le più recenti innovazioni tecnologiche.

Il Piano – che coinvolge anche Enti di ricerca, altre amministrazioni pubbliche, aziende fornitrici di servizi di utility e imprese private – prevede l'acquisizione di competenze e capacità tecniche su aspetti normativi e regolatori in materia; metodi di gestione e conduzione delle reti; sistemi di tele-gestione e tele-controllo; protocolli di comunicazione e servizi informativi; modalità di produzione di energia da fonti rinnovabili; attività di interfaccia e con le reti di distribuzione e trasporto. Il Master terminerà a settembre 2012.

#### PROGETTI PER L'ARTIGIANATO

Nel 2008 Innova ha avviato, su richiesta della Camera di Commercio, il progetto **ArtigianArte**, realizzato in collaborazione con Cna, Confartigianato, Unione Artigiani Ciociari e coinvolgendo l'Accademia delle Belle Arti di Frosinone e gli Istituti d'arte della provincia di Frosinone. Il territorio di Frosinone si presenta come una terra ricca di artigiani artisti che, con il loro lavoro, contribuiscono alla sopravvivenza del patrimonio culturale locale. Tuttavia tale settore soffre di problemi strutturali che pregiudicano un'adeguata valorizzazione e crescita delle singole imprese. Il progetto ArtigianArte è stato dunque avviato per valorizzare l'artigianato artistico locale attraverso:

- la tutela dei requisiti di professionalità e di origine delle produzioni dell'artigianato artistico, tipico e di qualità;
- la salvaguardia e la riqualificazione delle lavorazioni tradizionali sotto il profilo estetico, stilistico e tecnico;
- la valorizzazione dei prodotti sia nel mercato nazionale che internazionale;
- la divulgazione delle tecniche tipiche e dei requisiti di manualità insiti nelle lavorazioni artistiche;
- il sostegno alla creazione e allo sviluppo di nuove imprese tramite progetti di recupero e di rivitalizzazione di attività locali tradizionali e artistiche.

Nel progetto sono state coinvolte oltre 500 imprese della provincia di Frosinone e ad oggi 30 di queste hanno potuto aderire ad ArtigianArte.



Allo scopo di incrementare l'attività nel settore dell'artigianato, nel corso del 2011 è stato creato uno specifico catalogo di corsi denominato **Mestieri creativi**. Esso vuole rappresentare il punto di incontro tra valenti artigiani desiderosi di tramandare le proprie esperienze alle nuove generazioni attraverso una serie di percorsi formativi che si svolgono all'interno dei laboratori degli artigiani stessi. Qui gli allievi possono migliorare le proprie capacità e maturare un bagaglio di esperienze utili per possibili sbocchi occupazionali o per l'avvio di attività autonome. In questa prima fase sono stati previsti 15 corsi formativi.

Nel giugno 2011 si è svolto il primo workshop di design e artigianato denominato **Glocal handmade - Pensare globale, agire locale** realizzato da Innova in collaborazione con l'Associazione culturale il Saggiario di Sora, con la Provincia di Frosinone e con il patrocinio della Facoltà di architettura dell'Università degli studi "G. d'Annunzio" di Pescara. Il Comune di Sora, oltre a concedere il proprio patrocinio, ha ospitato i lavori del workshop presso l'Auditorium polivalente in Piazza Mayer Ross.

Il progetto ha coinvolto 9 imprese artigianali della provincia, 37 designer (8 regioni italiane coinvolte e 3 nazioni europee). Al termine delle attività proprie del workshop, che hanno visto i giovani designer impegnati per oltre una settimana, sono stati ideati 28 progetti

e realizzati 17 prototipi, successivamente presentati presso la Villa comunale di Frosinone in occasione del Buy Lazio organizzato dalla Camera di Commercio.

#### PROGETTI DI MARKETING TERRITORIALE E URBANO

Il progetto **Marketing territoriale** è stato ideato per favorire lo sviluppo del territorio della provincia di Frosinone, con particolare riferimento ai Comuni di Anagni, Cassino, Ferentino, Frosinone e Sora. L'obiettivo fondamentale era verificare le reali potenzialità del territorio per intraprendere le più idonee politiche di sviluppo.

È stato sviluppato un piano d'area finalizzato a supportare gli Enti pubblici e privati nella pianificazione territoriale volta a:

- identificare e valutare le principali problematiche ambientali relative all'area territoriale d'interesse e le pressioni ambientali connesse alle attività svolte in tale contesto;
- individuare le opportunità di miglioramento nella gestione di tali problematiche, nella prospettiva di promuovere percorsi di investimento a livello locale in grado di migliorare la competitività territoriale;
- sviluppare proposte relative a scenari e a progetti realizzabili nell'area considerata, valutandone la potenziale efficacia sotto il profilo della sostenibilità economica, ambientale, ecc.

A valle della valutazione della fattibilità e dell'efficacia delle soluzioni proposte nei diversi scenari, sono stati individuati una serie di progetti da presentare agli enti istituzionali per accedere ai relativi finanziamenti nell'ambito delle misure previste dal Por 2007-2013.

Su richiesta delle Associazioni di categoria, oltre che di alcuni amministratori comunali, Innova ha condotto, in collaborazione con il Palmer, uno **Studio sulla logistica e sull'applicazione di nuove tecnologie finalizzate alla riorganizzazione dei mercati regionali**, con sperimentazione pratica applicata al Comune di Cassino. La scelta di quest'ultimo è stata determinata dalle dimensioni del mercato e dalle particolari problematiche ivi presenti. Lo studio ha comunque consentito di individuare un modello replicabile in altri Comuni della provincia. Sono stati analizzati gli aspetti concernenti la fattibilità della riallocazione dei mercati regionali e i prevedibili riflessi sull'accessibilità, con particolare attenzione all'offerta di sosta e alla razionalizzazione della circolazione.

È stato sviluppato un originale modello previsionale della domanda, che è stato anche calibrato mediante una estesa campagna di indagine sperimentale. Sono state quindi effettuate delle stime, ancorché approssimate, delle ricadute in termini di contatti e visibilità per gli esercizi commerciali ricadenti nelle aree destinate a ospitare gli stalli espositivi nel nuovo scenario di riallocazione.

#### PROGETTI PER LA TUTELA AMBIENTALE E PER I SISTEMI PRODUTTIVI LOCALI

Nell'ambito delle attività a supporto del distretto provinciale della carta della provincia di Frosinone, finanziate con i fondi della Legge 36/2001 da Sviluppo Lazio, Innova ha partecipato, in affiancamento alla Camera di Commercio, a due progetti.

Il primo, denominato **Sistema di valorizzazione energetica dei fanghi di produzione della carta e del cartone**, è stato realizzato con un partenariato costituito da Provincia di Frosinone, Confindustria Frosinone, Consorzio Filcart, Dipartimento di Ingegneria Meccanica dell'Università di Roma "Tor Vergata". Il progetto ha affrontato il tema del recupero dei fanghi di cartiera e della loro valorizzazione energetica mediante gassificazione. Ha visto diverse fasi riconducibili ad attività di fattibilità, ricerca industriale e sviluppo pre-competitivo e ha portato alla progettazione di un prototipo di gassificatore, dimostratosi elemento

essenziale per la messa a punto del processo di valorizzazione energetica dei fanghi derivanti dalla lavorazione della carta. Il risultato del progetto è stato giudicato positivamente da Sviluppo Lazio e a questa fase potrà dunque seguire anche una industrializzazione del processo tecnologico identificato.

La seconda iniziativa – **Studio, ricerca e sviluppo di un modello di sistema sostenibile per la gestione degli aspetti ambientali e di risparmio energetico per la filiera della carta della provincia di Frosinone** – ha visto l'Amministrazione provinciale nel ruolo di capofila. Il partenariato era altresì costituito da Innova, Camera di Commercio, Università degli studi di Cassino, Consorzio Filcart, Confindustria Frosinone e Azienda per l'ambiente provinciale Apef. Le ricadute positive del progetto per il sistema locale sono testimoniate dal conseguimento della certificazione Emas (Eco-Management and Audit Scheme) da parte del Consorzio Filcart per l'intero distretto della carta.

Il progetto **Adozione di sistemi di gestione ambientale per rafforzare la competitività delle imprese** aveva l'obiettivo di avviare le attività di analisi ambientale presso il distretto del marmo della provincia di Frosinone. L'iniziativa ha consentito di procedere a una valutazione dello stato di maturità ambientale delle imprese di riferimento in merito alla possibilità di intraprendere un percorso di registrazione Emas o di certificazione Iso 14001.

Gli step significativi del progetto sono stati:

- sensibilizzazione del tessuto economico-produttivo in materia di sostenibilità ambientale e Sistemi di gestione ambientale (Sga), coinvolgendo imprese, associazioni di categoria ed enti pubblici;
- partecipazione al tavolo territoriale per l'analisi delle criticità ambientali delle imprese e dei nuovi adempimenti previsti dalla recente approvazione del Prae;
- analisi ambientale, attraverso visite a un campione significativo di imprese;
- studio sulla produzione e gestione dei rifiuti derivanti dal processo produttivo delle attività di estrazione e della lavorazione del marmo.

Sono stati inoltre messi a punto degli strumenti informativi per migliorare la conformità normativa ambientale delle imprese del distretto, nonché azioni volte a guidarle ai nuovi adempimenti previsti dal Piano regionale attività estrattive (Prae).

Le attività del progetto **Raccolta e sistematizzazione dei dati per la realizzazione di un sistema informativo sulle aree industriali in provincia di Frosinone**, finanziato da Bic Lazio, sono state svolte da un gruppo di lavoro multidisciplinare costituito da circa dieci tecnici di Innova e Palmer (ingegneri, architetti, geometri, dottori commercialisti).

Le diverse fasi progettuali, avviate nel 2010 per lo sviluppo di un software di georeferenziazione, hanno visto il diretto coinvolgimento del Consorzio Asi di Frosinone e del Cosilam di Cassino. Dall'esame delle cartografie e delle documentazioni in loro possesso è emersa la necessità di effettuare una rilevazione sul campo per integrare il materiale disponibile su tutti gli agglomerati industriali afferenti ai due succitati consorzi (di Anagni, Frosinone, Ceprano, Sora, Cassino, Monti Ausoni, Pontecorvo) allo scopo di integrare il materiale disponibile.

In parallelo si è proceduto a:

- incrociare i dati acquisiti sulle aziende insediate negli agglomerati con la banca dati del Registro delle imprese della Camera di Commercio di Frosinone, al fine di acquisire informazioni aggiornate su denominazioni aziendali, natura giuridica, codici di attività, settori di appartenenza;
- verificare a campione, mediante la consultazione del sistema informativo territoriale "Sister", gli identificativi catastali riferiti alle unità territoriali;
- acquisire la documentazione tecnica amministrativa presso i due Consorzi industriali, i Comuni di riferimento e la Regione Lazio.

È stato quindi possibile produrre tutte le informazioni necessarie all'implementazione delle schede di agglomerato e di unità territoriale, compresi i metadati, le fonti di acquisizione e le cartografie delle aree di interesse.

Innova, in collaborazione con l'Università degli studi di Cassino, sta partecipando al progetto **Greenenergy - carica: colonnine di ricarica per veicoli elettrici e ibridi plug-in**. L'idea progettuale è nata dal notevole incremento dell'interesse verso le tematiche della mobilità sostenibile; peraltro uno degli obiettivi dell'Unione europea è abbattere drasticamente le emissioni derivanti dal trasporto, principalmente quello urbano (in particolare, occorre citare le direttive comunitarie per incentivare l'introduzione di mezzi di trasporto a basso impatto ambientale, per arrivare al 14% di veicoli non inquinanti nel 2020 e al 100% nel 2050). Tale obiettivo è sicuramente perseguibile se si svolge un'azione sinergica fra enti di ricerca, industrie e istituzioni. Uno dei punti deboli delle azioni che si stanno mettendo in campo è però rappresentato dall'infrastruttura di ricarica.

Da tali considerazioni nasce dunque la partecipazione al progetto, che prevede il finanziamento di parte della realizzazione dei prototipi delle colonnine a ricarica.

#### PROGETTI CON IL SISTEMA CAMERALE NAZIONALE

Alla fase di progettazione prototipale seguirà l'attività di industrializzazione del prodotto, che non vedrà coinvolta Innova, la quale si occuperà invece di tutte le attività formative rivolte ai tecnici installatori e all'utenza.

Particolare attenzione, nel corso del mandato, è stata posta alla gestione di **attività finanziate da Unioncamere** nell'ambito del Fondo di perequazione.

Da diversi anni Innova, sulla base del ruolo acquisito dalla Camera di Commercio attraverso lo sviluppo del Sistema informativo Excelsior, ha attivato **Percorsi in alternanza scuola-lavoro** allo scopo di svolgere sul territorio provinciale una funzione fondamentale per fluidificare le dinamiche di incontro tra domanda e offerta di formazione e lavoro.

In particolare, nell'ultimo anno Innova ha realizzato un percorso per scoprire il potenziale lavorativo degli studenti agli ultimi anni delle scuole superiori. Nel progetto sono stati coinvolti 10 istituti di istruzione secondaria superiore della provincia di Frosinone e circa 200 allievi.

Il percorso è stato strutturato secondo la modalità dell'*assessment* di gruppo. Ha previsto la somministrazione in plenaria per ogni singolo

istituto di una batteria di test per l'analisi delle attitudini e un questionario di auto-valutazione delle competenze trasversali.

L'approccio seguito ha inteso valutare e valorizzare le competenze degli studenti su un duplice versante: quello personale, attraverso la presa di coscienza delle loro caratteristiche e attitudini; quello dell'inserimento in ambito organizzativo, individuando per ogni soggetto del campione una o più funzioni aziendali in cui avrebbe potuto cimentarsi con successo, se opportunamente formato.

I risultati progettuali sono stati raccolti in una apposita pubblicazione (**"Il meglio di me"**) e presentati in una giornata seminariale congiuntamente a Unioncamere.

Durante il mandato 2007-2011 Innova ha partecipato all'iniziativa di sistema "Università telematica, alta formazione e formazione continua". L'Azienda speciale è **sportello locale dell'Università delle imprese "Universitas Mercatorum"** e in tale ambito fornisce assistenza agli utenti, fornendo informazioni sull'offerta formativa dell'ateneo, sulle modalità di iscrizione e di compilazione dei moduli per il riconoscimento dei crediti formativi universitari nonché sull'esistenza di eventuali agevolazioni all'iscrizione.

#### ORGANISMO DI MEDIAZIONE

A fine 2011 Innova ha presentato domanda di iscrizione al Registro degli organismi di mediazione, ai sensi del D.lgs 28/2010 e del regolamento di cui al Dm180/2010.

Oltre alla domanda formale, sono state predisposte tutte le procedure di funzionamento dell'Organismo e si ritiene che nel corso del 2012, ad accreditamento avvenuto, possano essere avviate le prime mediazioni.








## L'AZIENDA SPECIALE ASPIN

Oggi più che mai, un'azienda sopravvive nel tempo e cresce stabilmente quando riesce a superare i confini nazionali. Quando afferma con successo all'estero il proprio marchio, i propri prodotti, i propri servizi. Il processo coinvolge tutti: piccoli, medi e grandi operatori. Di ogni settore.

Mentre però le grandi imprese possono godere dei vantaggi derivanti dalla loro dimensione, le piccole hanno maggiori difficoltà a competere a livello globale. Istituita nel 2001, l'Azienda speciale per l'internazionalizzazione Aspin risponde alle esigenze delle Pmi. Mettendo in campo servizi reali.

AZIENDA SPECIALE PER  
L'INTERNAZIONALIZZAZIONE.



L'AZIENDA SPECIALE  
ASPIN  
**LA MISSIONE,  
LA GOVERNANCE,  
L'ORGANIZZAZIONE  
DI ASPIN**

In un quadro di sinergia con il contesto locale e il mercato globale, Aspin, Azienda speciale della Camera di Commercio di Frosinone, promuove lo sviluppo delle piccole e medie imprese della provincia all'estero, contribuendo all'affermazione del "Made in Italy" locale sui mercati internazionali.

Per mezzo di un'ampia gamma di attività di promozione, formazione, assistenza tecnica e informazione, l'Azienda fornisce servizi che traggono fondamento dall'analisi di specifiche esigenze territoriali e soprattutto dalla diretta conoscenza dell'impresa. Vengono forniti strumenti avanzati per consentire al sistema economico provinciale di

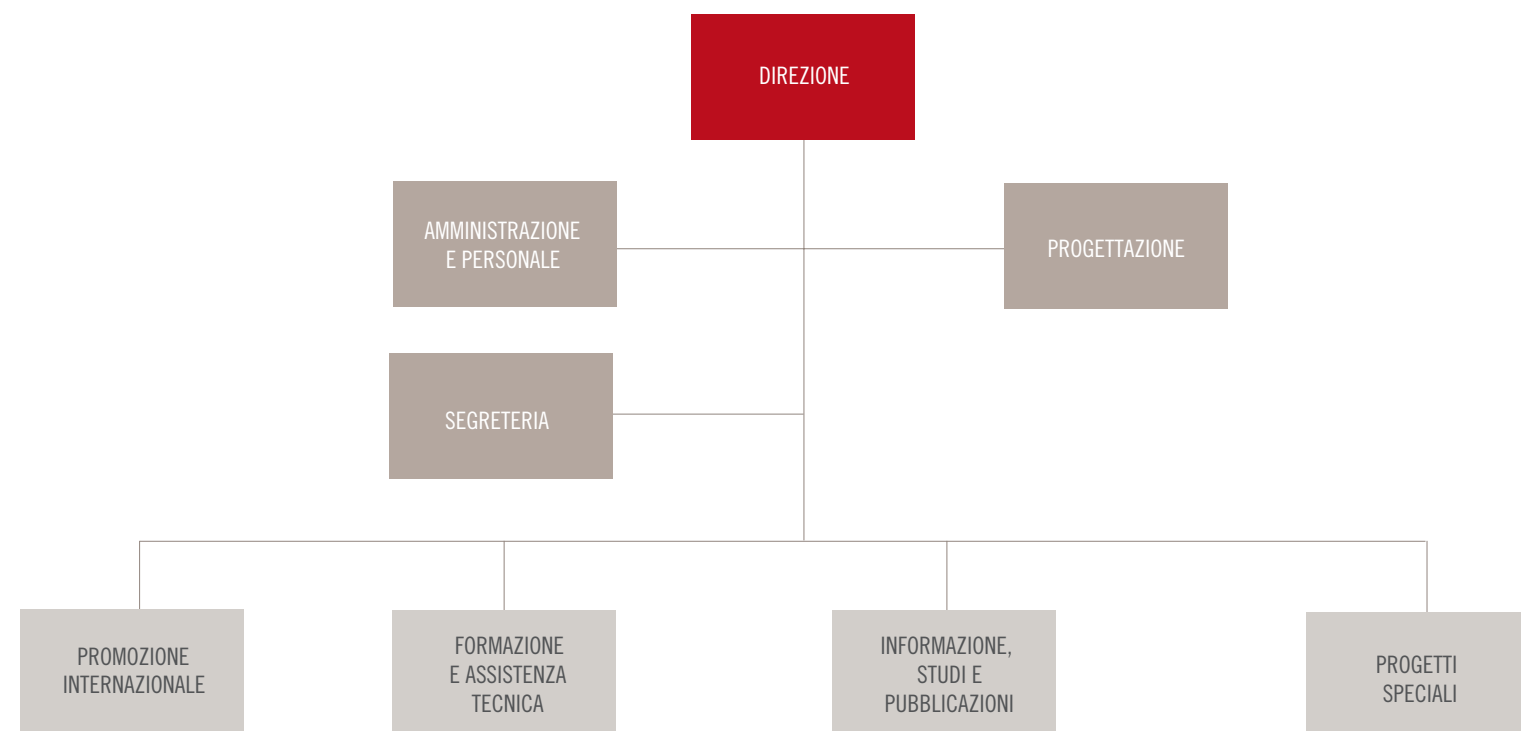
affrontare le sfide dell'internazionalizzazione. Le imprese sono sostenute nello sviluppo di una visione globale del mercato e accompagnate sia nella fase del primo approccio ai mercati, sia in quella di consolidamento delle posizioni acquisite.

L'azione di Aspin trae vantaggio dall'articolata rete nazionale e internazionale del Sistema camerale, con 105 Camere di Commercio in Italia, 75 Camere italiane presenti all'estero, 35 Camere miste e 130 Aziende speciali, coordinandosi con le strategie adottate dal Governo italiano, dalla Regione Lazio, da Unioncamere Lazio, dalla Provincia di Frosinone e dalle Associazioni di categoria.

## ASSETTO ORGANIZZATIVO

COMPOSIZIONE DEL PERSONALE ASPIN PER TIPOLOGIA CONTRATTUALE				
Anno	A tempo indeterminato	A tempo determinato	A progetto	TOTALE
2007	3	-	2	5
2008	3	1	2	6
2009	3	-	4	7
2010	3	-	2	5
2011	4	1	-	5

## L'ORGANIGRAMMA DELL'AZIENDA SPECIALE ASPIN



## ORGANI STATUTARI ASPIN

<b>Presidente</b>	Stefano Venditti
<b>Consiglio di amministrazione</b>	Pier Luigi Caterino Alfredo Collalti Flavia D'Auria Tommaso De Santis Giovanni Proia Ettore Togneri
<b>Collegio dei revisori dei conti</b>	Presidente Gabriella Di Bella Nello Panetta Lino Pietrobono

La globalizzazione è diventata una delle caratteristiche peculiari del nostro tempo. La crescita esponenziale nei flussi di beni, di servizi, di persone ha radicalmente cambiato lo scenario in cui ci muoviamo. Oggi l'internazionalizzazione si presenta dunque come una scelta obbligata.

I processi di apertura internazionale riguardano in misura sempre maggiore le imprese di minori dimensioni, nonostante il fatto che le esperienze delle Pmi italiane sui mercati esteri rappresentino spesso l'esito di interventi occasionali piuttosto che di un'attenta strategia di espansione a livello internazionale. Malgrado ciò, il contributo delle imprese minori alla crescita internazionale del sistema economico italiano è ampiamente riconosciuto.

Le iniziative di promozione internazionale che, un tempo, erano di carattere "autonomo" della singola impresa ora sono sempre più carat-

terizzate da strategie di sistema e rete: filiere, distretti, reti di impresa, sistemi locali e nazionali sono le formule che oggi, oltre a dare slancio alle Pmi, rappresentano la forza competitiva di un sistema che spesso viene identificato come "Made in Italy".

In questo scenario, la rete camerale è chiamata a contribuire in maniera fattiva alla definizione delle politiche di internazionalizzazione del Sistema Italia, quale network qualificato in grado di porsi concretamente al fianco delle imprese. Una rete capillarmente diffusa su tutto il territorio italiano con 105 nodi provinciali e 130 Aziende speciali, a cui si aggiungono altre 140 realtà camerale miste, italo-estere e italiane all'estero; in particolare, quest'ultimo canale risulta tra i più importanti per l'accesso delle imprese all'economia globale.

#### LA PROMOZIONE INTERNAZIONALE

Aspin, durante tutto il periodo considerato, ha assistito le imprese attraverso la promozione di fiere internazionali, incoming e missioni d'affari, utilizzando un mix di strategie tradizionali e formule innovative.

Elemento strategico delle attività è stato il potenziamento delle iniziative di rete, garantite da intese e accordi con enti e organismi che si occupano della valorizzazione internazionale dell'economia italiana.

I comparti merceologici verso cui si è rivolta l'azione di Aspin sono quelli maggiormente orientati all'internazionalizzazione nell'ambito della struttura produttiva del territorio: agroalimentare, vitivinicolo e bevande, subfornitura industriale, macchinari, automazione industriale, automotive, nautica, energie alternative, sistema casa, interior design, arredamento, carta, cartotecnica, marmo, tessile e abbigliamento.

#### PARTECIPAZIONE DELLE IMPRESE A FIERE INTERNAZIONALI (2007-2011)

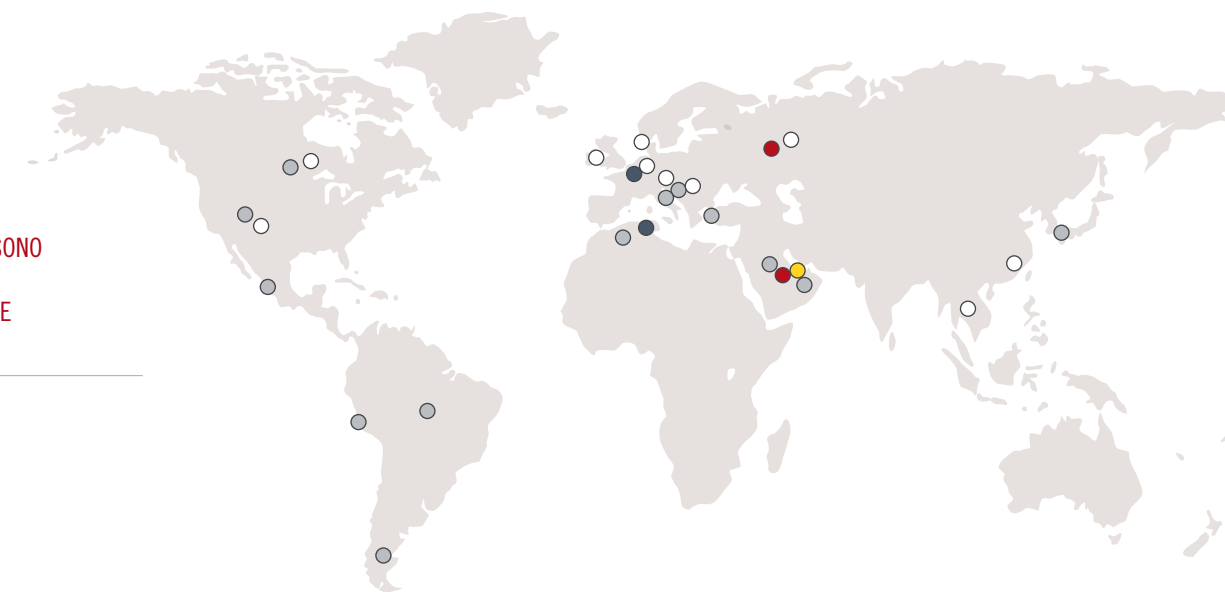
Fiera	Location	N. edizioni (partecipazione)	Edizioni
THE BIG FIVE SHOW	Dubai	5	2007-2008-2009-2010-2011
SUMMER FANCY FOOD	New York	4	2007-2008-2009-2010
DUBAI AIRPORT SHOW	Dubai	3	2007-2008-2009
INDEX	Dubai	3	2007-2008-2009
ANUGA	Colonia	3	2007-2009-2011
TEMA	Copenaghen	3	2007-2009-2011
MATCHING	Milano	3	2007-2010-2011
SUBCONTRACTING HANNOVER MESSE	Hannover	2	2007-2008
IFE	Londra	2	2007-2009
SIAL	Parigi	2	2008-2010
FOOD & HOSPITALITY CHINA	Shanghai	2	2008-2011
THE HOTEL SHOW	Dubai	2	2010-2011
FOODEX	Tokio	2	2010-2011
SEOUL FOOD & HOTEL	Seoul	1	2007
THAIFEX - World of Food Asia	Bangkok	1	2008
FOOD & DRINK EXPO	Birmingham	1	2008
PROWEIN	Dusseldorf	1	2008
TECHNIPIERRE	Liegi	1	2008
EUROMOLD	Francoforte	1	2009
PRODEXPO	Mosca	1	2009
HANNOVER MESSE	Hannover	1	2010
PAPER MIDDLE EAST	Il Cairo	1	2010
HOFEX	Hong Kong	1	2011
FUORISALONE	Milano	1	2011
WINTER FANCY FOOD	San Francisco	1	2011
SUMMER FANCY FOOD	Washington	1	2011

PARTECIPAZIONE DELLE IMPRESE A MISSIONI D'AFFARI ALL'ESTERO (2007-2011)		
Missione d'affari	Location	Anno
NETWORK INTERNAZIONALE DELLA FILIERA AUTOMOTIVE	Hannover	2007
NETWORK INTERNAZIONALE DELLA FILIERA AUTOMOTIVE	Saragozza	
MISSIONE D'AFFARI IN GERMANIA	Dusseldorf	2008
MISSIONE D'AFFARI IN INGHILTERRA	Birmingham	
MISSIONE D'AFFARI IN FRANCIA	Parigi	
MISSIONE D'AFFARI NEGLI EMIRATI ARABI UNITI	Dubai	
MISSIONE D'AFFARI IN GIAPPONE	Tokyo	
MISSIONE D'AFFARI VIETNAM E TAIWAN	Taipei, Ho Chi Min City	2009
MISSIONE D'AFFARI IN INGHILTERRA	Londra	
MISSIONE D'AFFARI IN UNGHERIA	Budapest	
BORSA DEI VINI	Praga, Budapest	
MISSIONE D'AFFARI IN NORD AMERICA	Chicago, Montreal	
MISSIONE D'AFFARI IN INDIA	Mumbai	
MISSIONE D'AFFARI IN GERMANIA	Colonia	
MISSIONE D'AFFARI IN TURCHIA	Istanbul, Ankara	
MISSIONE D'AFFARI IN EAU E QATAR	Dubai, Doha	
MISSIONE D'AFFARI IN GIAPPONE	Tokyo	
MISSIONE D'AFFARI IN GERMANIA	Francoforte	2010
MISSIONE IN ALGERIA PAPERMED	Algeri	
MISSIONE IN GRECIA	Atene	
INCONTRI D'AFFARI IN GERMANIA FIERA HANNOVER	Hannover	
MISSIONE IN MAROCCO PAPERMED	Casablanca	
INCONTRI D'AFFARI NEGLI EAU	Dubai	
INCONTRI D'AFFARI IN EGITTO	Il Cairo	
MATCHING RUSSIA	Mosca	
MISSIONE D'AFFARI IN REPUBBLICA Ceca	Praga	
MISSIONE D'AFFARI IN GRECIA	Atene	
MISSIONE D'AFFARI IN CANADA	Montreal, Toronto	2011
MISSIONE D'AFFARI IN TURCHIA -UZBEKISTAN	Istanbul/Tashkent	

PARTECIPAZIONE DELLE IMPRESE A INIZIATIVE DI INCOMING (2007-2011)		
Incoming	Paese di provenienza	Anno
WINE GERMANIA	Germania	2009
WINE CANADA	Canada	
HOME & OFFICE	Russia	2010
SAPORI D'ITALIA NEL MONDO IV	Nord Europa	
WINE & FOOD RUSSIA 2010	Russia	
INCOMING ARABIA SAUDITA E PAESI DEL GOLFO	Arabia Saudita	
INCOMING OPERATORI RUSSI	Russia	
INCONTRI D'AFFARI BEST MED	Grecia, Tunisia, Marocco, Egitto	2011
INCONTRI D'AFFARI PAPERMED	Egitto, Algeria, Marocco	
INCOMING Rosso Cesanese	Danimarca, Norvegia, Belgio	
ITALIA A TAVOLA	Cina	
ITALIAN FOODTECH	Egitto, Marocco, Turchia	
HOME AND OFFICE	India	
SAPORI D'ITALIA NEL MONDO V	Multipaese	
EDILMED	Algeria, Egitto, Israele, Marocco, Turchia, Tunisia	

AREE STRATEGICHE SU CUI SI SONO CONCENTRATE LE INIZIATIVE PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE

- Arredo e design
- Agroalimentare e vitivinicolo
- Metalmeccanico, automazione
- Aeroportuale
- Multisetto



## LA FORMAZIONE SPECIALISTICA E L'AGGIORNAMENTO

L'attività di formazione finalizzata al commercio estero ha un posto di rilievo tra i servizi offerti da Aspin, poiché rappresenta un elemento decisivo per la crescita competitiva del territorio.

Ascoltando le esigenze degli imprenditori locali sono stati organizzati corsi e seminari di approfondimento sullo scenario socio-economico, produttivo e distributivo dei Paesi esteri. Per consentire alle imprese di approfondire le tematiche tecniche e gestionali connesse alle dinamiche internazionali, Aspin ha realizzato un articolato programma di formazione e aggiornamento, costituito da seminari, workshop e meeting sulle modalità e sui processi di internazionalizzazione.

Sono stati inoltre organizzati incontri di approfondimento sulla legislazione italiana e regionale con il coinvolgimento dell'Ice, di Sprint Lazio e del Ministero del commercio internazionale.

Il percorso formativo offerto si è incentrato sia su materie giuridico-normative del commercio internazionale sia sulle strategie Paese/Settore.

INTERVENTI FORMATIVI REALIZZATI DA ASPIN (2007-2011)			
Intervento formativo	Tipologia	Partecipanti	Anno
Il Marketing internazionale ed il business planning	Ciclo di seminari "Pratica dell'export e tecniche del commercio internazionale"	184	2007
Focus Paese CINA			
Organizzazione strategica dell'ufficio export			
Focus Paese RUSSIA			
L'Export credit risk management: come incassare senza rischi			
Focus Paese BRASILE			
Gestione operativa della lettera di credito			
Focus Paese EAU			
Come gestire il rischio di cambio			
Gli strumenti di sostegno all'internazionalizzazione delle imprese	Interventi su tematiche legate alle strategie di approccio ai mercati esteri e su Paesi di particolare interesse	111	2008
Tecniche di Commercio internazionale: marketing e comunicazione			
Le opportunità d'affari in Russia e nella CSI			
Lo sviluppo della logistica e dell'internazionalizzazione dei distretti produttivi del Lazio	Tematiche legate alle strategie di approccio ai mercati esteri, su Paesi di particolare interesse	96	2009
Emirati Arabi Uniti: ingresso e permanenza sui mercati esteri			
Uno sguardo al mondo della ricerca europea: guida, opportunità e sfide per l'industria manifatturiera del futuro			
Seminario di approfondimento sul mercato canadese: vino e liquori			
Seminario di approfondimento sul mercato russo: arredamento ed interior design			
Progetto Extender: seminario di orientamento per le imprese			

INTERVENTI FORMATIVI REALIZZATI DA ASPIN (2007-2011)			
Intervento formativo	Tipologia	Partecipanti	Anno
Modalità di approccio al mercato russo degli alcolici e del settore agroalimentare	Gli aspetti tecnici collegati al commercio internazionale	156	2010
Introduzione al marketing internazionale			
Come entrare nelle liste dei fornitori di Big Buyers			
La contrattualistica internazionale			
I pagamenti internazionali			
Il network internazionale delle donne in business			
I finanziamenti internazionali			
Trasporti e dogane			
Il network europeo del Sistema camerale e sostegno delle imprese			
Euro progettazione – Corso base			
Euro progettazione – Corso avanzato			
Negoziazione interculturale: Focus su Cina e Giappone			
Progetto Informatevi			
Focus Egitto			
Le opportunità di business nel settore delle tecnologie agroalimentari nei Paesi dell'area MED: Egitto, Libia e Marocco"	Le strategie di ingresso nei nuovi mercati e tecniche del commercio internazionale	262	2011
I nuovi Incoterms 2010: cosa cambia nei rapporti commerciali con l'estero			
Le garanzie bancarie internazionali: le novità della nuova normativa URDG 758 in vigore dal 1/07/2010			
Matching Russia 2011 - Seminario di presentazione del mercato russo			
I fondi per l'internazionalizzazione delle imprese artigiane			
IntFormatevi - Focus paese: India			
Comprendere il mercato indiano dell'arredo - Indian Consumer behavior Study			
Focus Paese: Cina			
Focus Paese: Brasile			
Progetto Siri, Servizi integrati per le Reti di Impresa			
Innovazione e Cooperazione. Le leve strategiche per fronteggiare la competizione internazionale			
Lituania - Le nuove opportunità dei Paesi Baltici			

#### ATTIVITÀ INFORMATIVA

In uno scenario fortemente competitivo, l'internazionalizzazione si pone sempre più come fenomeno non solo economico ma anche culturale. Diviene perciò essenziale la possibilità di reperire facilmente informazioni, unitamente alla conoscenza delle imprese e dei mercati. Durante il mandato 2007-2011, notevole impulso hanno avuto i servizi di informazione rivolti alle imprese e ai professionisti. Tra i compiti del Sistema camerale, infatti, c'è quello di contribuire alla diffusione di tutte le informazioni che concorrono ad accrescere l'internazionalizzazione delle imprese, comprese quelle inerenti alle decisioni e ai provvedimenti di politica commerciale, produttiva e finanziaria adottate dalle amministrazioni e dagli organismi italiani, comunitari, internazionali ed esteri.

In questo ambito, Aspin ha realizzato alcune pubblicazioni rivolte a operatori economici sia italiani che stranieri, curando i quaderni sul-

le **"Tecniche del commercio internazionale"**, una serie di guide di approfondimento per un corretto approccio all'internazionalizzazione. A ciò si è aggiunto il periodico bimestrale **"ASPINetworld"** e l'aggiornamento del sito internet aziendale con newsletter e informazione tecnica.

Nel 2010 Aspin ha prodotto il video istituzionale dal titolo **"Frosinone - Tradition & Innovation"**, un filmato che presenta il tessuto produttivo della provincia, sottolineando anche le componenti paesaggistiche, culturali e storiche.

Nel corso del 2011 è stato rinnovato il catalogo che raccoglie gli importatori e gli esportatori della provincia, una pubblicazione che rappresenta un valido strumento per la conoscenza delle imprese e la ricerca di eventuali *business partner*. A fine 2011, inoltre, è stata presentata la guida **"Frosinone WINE 2012"**, un vademecum sulle eccellenze della produzione di vini, liquori, distillati e birre della provincia.

#### PUBBLICAZIONI ASPIN (2007-2011)

Anno	Pubblicazione
2007	Tecniche del commercio internazionale - Guida n. 3: "Export Finance: strumenti per il mercato globale"
2008	Tecniche del Commercio Internazionale - Guida n. 4: "La gestione degli aspetti doganali nel commercio internazionale"
2010	Tecniche del commercio internazionale - Guida n.5: "Le banche ed i servizi per l'internazionalizzazione" "Empower your global business": guida ai servizi di Aspin
2011	"Nuove rotte per il tuo business": catalogo import export Frosinone 2011 "Frosinone Wine": vademecum dei vini, liquori, distillati e birre

#### ASSISTENZA TECNICA

Nel quadro degli interventi a favore dell'internazionalizzazione, durante il mandato Aspin ha inteso consolidare il servizio di affiancamento *one to one* alle singole imprese.

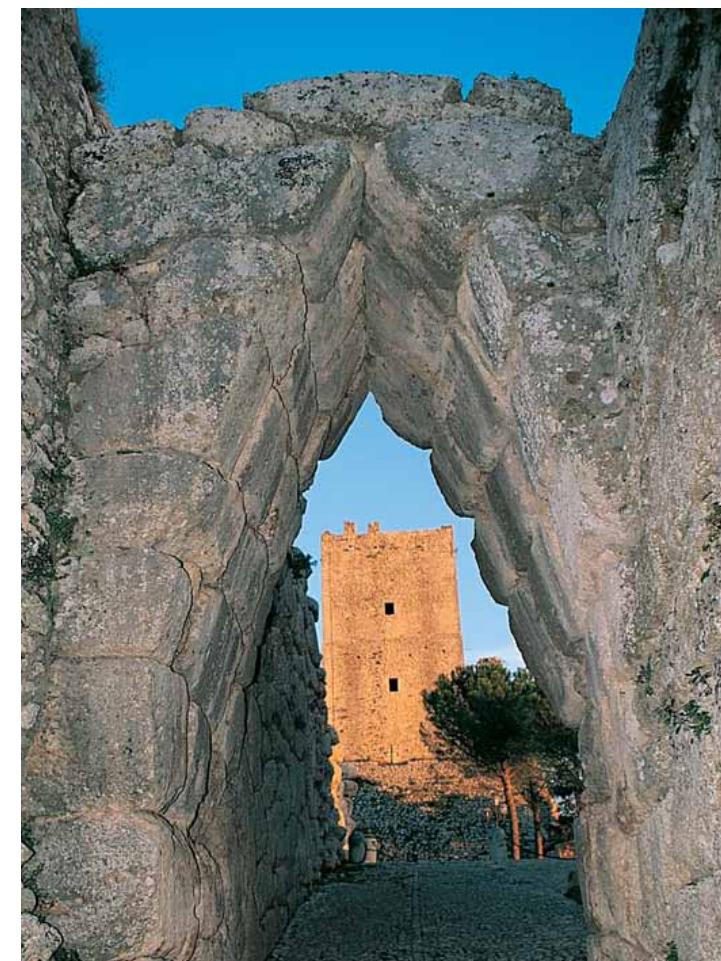
Attraverso l'accesso diretto alle banche dati e utilizzando anche i servizi del Sistema camerale, le imprese hanno avuto la possibilità di avere risposte a quesiti su problematiche connesse al mercato inter-

nazionale, ma anche in materia di diritto civile, tributario, contrattuale e societario, internazionale.

In aggiunta a queste, sono state fornite informazioni su fiere e missioni, opportunità d'affari, valutazione dei rischi connessi all'investimento, affidabilità commerciale, opportunità di finanziamento internazionale e affiancamento nell'individuazione di partner esteri.

#### INTERVENTI DI ASSISTENZA TECNICA (2007-2011)

Anno	N. interventi di assistenza tecnica
2007	25
2008	32
2009	29
2010	39
2011	50



## I PROGETTI SPECIALI

Per accrescere e consolidare la presenza delle imprese sui mercati internazionali, Aspin ha attivato iniziative trasversali che, oltre ad abbracciare i temi strettamente collegati alle strategie per l'internazionalizzazione, hanno riguardato anche argomenti di forte rilievo congiunturale.

Attraverso i progetti speciali Aspin ha promosso interventi organici di lungo periodo, volti a sostenere la crescita competitiva delle imprese e dei settori rappresentativi delle eccellenze del Made in Italy.

Dal 2007 al 2011 sono stati affrontati vari aspetti strategici per l'internazionalizzazione e la gestione d'impresa. Tra questi, si possono citare a titolo esemplificativo: l'accesso ai fondi europei, la leva dei distretti industriali, la cooperazione nel bacino del Mediterraneo, il potenziamento dell'innovazione, il design industriale come elemento distintivo, la promozione del *brand* Made in Italy, le reti di impresa e i contratti di rete.

Il mandato 2007-2011 di Aspin ha avuto il suo avvio con l'organizzazione del **Meeting dei Segretari generali delle Camere di Commercio italiane all'estero**, tenutosi a Fiuggi nel giugno 2007. L'evento, promosso da Assocamerestero e Unioncamere con l'organizzazione di Aspin, ha ottenuto un grande riscontro presso il sistema imprenditoriale. Ciò è testimoniato dagli oltre 350 appuntamenti d'affari organizzati tra le imprese e i rappresentanti delle Camere italiane all'estero. Nel corso del meeting si è tenuta una giornata di approfondimento su “Le

Camere di Commercio italiane nel mondo: un valore aggiunto per lo sviluppo economico e sociale del territorio”.

Nel 2007, con l'attivazione del **Desk Eurosportello**, Aspin ha potenziato le attività di assistenza sui temi legati all'Europa che si sono successivamente arricchite con la nascita della **Rete EEN** (Enterprise Europe Network) alla quale l'azienda ha accesso quale antenna provinciale di Unioncamere Lazio. Il Desk fornisce notizie e documentazioni sulle politiche e sulla legislazione dell'Unione Europea, sulle opportunità di finanziamento comunitario e sui processi di internazionalizzazione.

Nel corso dello stesso anno, Aspin ha preso parte al progetto promosso da Unioncamere nazionale denominato **APE-NET - la rete del Sistema camerale per l'accesso ai programmi europei** (Eurospostello), che ha permesso di rafforzare il dialogo con le istituzioni e le agenzie nazionali ed europee. L'iniziativa ha altresì consentito di avviare nel territorio provinciale un intenso programma formativo, volto all'approfondimento dei Programmi comunitari e alla progettazione di interventi in ambito locale, che ha registrato oltre 120 partecipanti.

Nel 2008 è diventato operativo **SPRINT LAZIO** (Sportello regionale per l'internazionalizzazione) istituito dalla Regione e frutto dell'intesa con Unioncamere Lazio, Sviluppo Lazio, Simest, Sace, Ice, Ministero del commercio estero. A tale iniziativa Aspin partecipa attivamente in qualità di antenna provinciale.

Il 2008 ha rappresentato per Aspin l'avvio di una nuova e più efficace modalità operativa che si è sviluppata intorno al “valore della rete”. La rete del Sistema camerale nel suo complesso e, in particolare, delle strutture nazionali e internazionali che condividono lo stesso obiettivo: l'affermazione delle imprese e delle produzioni italiane all'estero.

Aspin ha, infatti, interagito in maniera sempre più incisiva con le altre strutture camerale per l'internazionalizzazione, generando un'offerta d'interventi di promozione internazionale sempre più estesa e articolata. Nel corso degli anni successivi, ciò si è tradotto in un forte ampliamento della gamma dei servizi per le imprese sul versante della promozione internazionale sia in termini di modalità operativa che di scelte geografiche.

Nel 2009 sono giunti a maturazione i risultati delle attività di progettazione sviluppate negli anni precedenti, che hanno trovato, quindi, concreta attuazione. L'impegno di Aspin si è dunque rivolto anche alla

realizzazione dei progetti pluriennali con i quali l'Azienda speciale ha voluto affrontare tematiche trasversali e strategiche all'apertura internazionale delle imprese.

L'attenzione verso le diverse **forme di aggregazione tra imprese e tra istituzioni** ha sempre rappresentato per Aspin un elemento di forte valore competitivo. Proprio le filiere, i distretti e le reti ne hanno caratterizzato le attività progettuali di medio-lungo periodo. Il 2009 ha visto l'avvio del progetto **PROMERCART**, nell'ambito del quale è stato elaborato un Piano di rafforzamento competitivo e di sviluppo internazionale delle aziende del distretto della carta. Il progetto è nato da un'ampia partnership pubblico-privata che ha unito in un network operativo i principali attori dello sviluppo economico provinciale per promuovere il distretto sui mercati internazionali. Unitamente alla Camera di Commercio di Frosinone, l'Amministrazione provinciale, Confindustria Frosinone e il Consorzio Filcart. Dal punto di vista operativo, Aspin ha condotto l'analisi economica-produttiva del settore e curato l'individuazione dei mercati internazionali potenzialmente più interessanti rispetto ai prodotti distrettuali, per poi attivare un Piano strategico e promozionale. Coerentemente con i risultati dell'analisi di mercato, nell'ambito del progetto è stata garantita una qualificata presenza delle aziende del distretto alla Fiera internazionale de Il Cairo “Paper Middle East”.

L'attenzione di Aspin verso questa realtà produttiva e verso le sue potenzialità sui mercati internazionali era peraltro già emersa con la partecipazione al progetto europeo **PAPERMED** sviluppato nell'ambito del programma INVEST IN MED e rivolto ai due distretti della carta di Frosinone e Lucca; a esso hanno preso parte Aspin in qualità di partner e Luccapromos, Azienda speciale della Camera di Commercio di Lucca, in qualità di capofila. I due sistemi distrettuali hanno avuto la possibilità di confrontarsi e incontrarsi tra loro, ma anche di scambiare opportunità di business con gli operatori economici del bacino del Mediterraneo (in particolare Algeria, Marocco ed Egitto) con i quali sono stati organizzati *business meeting* e incontri d'affari B2B.

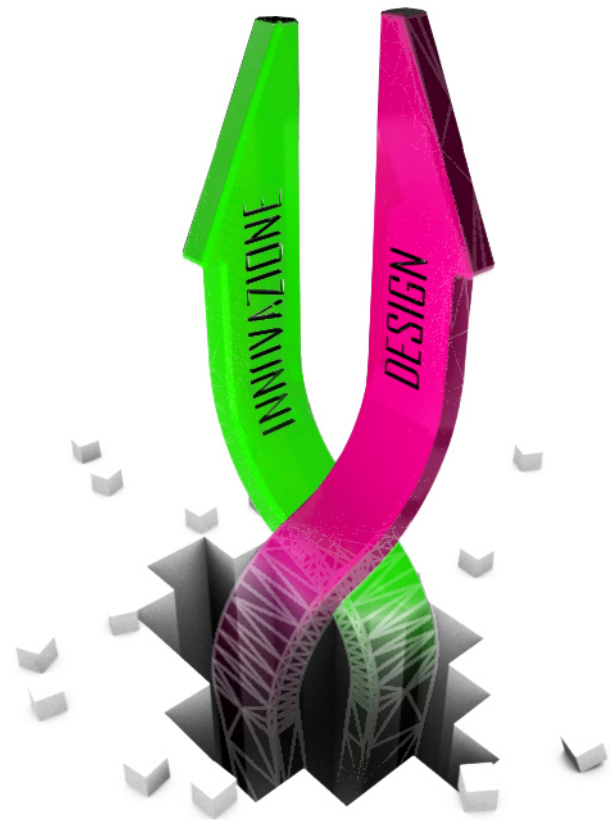
Nel biennio 2009-2010 Aspin ha avviato un nuovo progetto anch'esso collegato alla formula dell'aggregazione – **L'impresa al femminile nel mercato globale** – con l'obiettivo di potenziare e consolidare le imprese a prevalente partecipazione femminile, per stimolarle e affiancarle

nel loro processo di apertura verso i mercati internazionali.

È stato dunque attivato un servizio che, a seguito di una fase di sperimentazione progettuale, è divenuto parte integrante delle attività dell'Azienda speciale. Esso è orientato a intercettare i bisogni del mondo imprenditoriale femminile, sia in termini di internazionalizzazione che di accesso a bandi e programmi comunitari, a monitorarli nel tempo e a promuovere e realizzare azioni di assistenza tecnica. Nel progetto è stato coinvolto il locale Comitato per l'imprenditoria femminile, il Sistema camerale regionale e nazionale.

In particolare, è stata organizzata una sessione formativa di approfondimento a Bruxelles con la collaborazione della sede locale di Unioncamere che ha permesso alle imprenditrici partecipanti di conoscere direttamente i progetti e i programmi europei a sostegno dell'internazionalizzazione e dell'imprenditoria femminile.





mercio di Frosinone, Unioncamere, Ice, led (Istituto europeo di design), Adi (Associazione designer italiani), Bic Lazio, Provincia di Frosinone, Palmer, Ctm (Consorzio tecnologie meccaniche), Cna Frosinone, Confindustria Frosinone, Federlazio Frosinone.

L'intento è stato quello di fornire supporto alle imprese nel reperire opportunità e informazioni sui mercati, nell'approfondire le proprie esigenze tecnologiche, nel portare a termine processi innovativi complessi e, infine, nel comunicare con il mondo della ricerca. Ciò allo scopo di:

- rafforzare la collaborazione tra imprese e istituti di ricerca e design;
- incentivare lo sviluppo di nuovi prodotti innovativi sia dal punto di vista funzionale che del design;
- promuovere l'importanza dell'investimento sulla conoscenza e sull'innovazione, come pre-requisito per la competitività;
- valorizzare il ruolo della ricerca scientifica e del trasferimento tecnologico.

Al termine del progetto la fruttuosa collaborazione tra imprese e istituti di design ha permesso la realizzazione di sei prototipi di nuovi prodotti con la possibilità di posizionarli fin da subito sui mercati internazionali. Ancora sul tema dell'innovazione e del design, Aspin nel 2011 ha lanciato il progetto **I2B: Ideas To Business**, un intervento teso a rafforzare lo sviluppo di prodotti nuovi e capaci di sostenere la competizione internazionale. Un laboratorio di idee con imprese e designer.

Progettare nuovi scenari è un'esigenza fondamentale e necessaria per l'intero sistema industriale nazionale, che non può più limitarsi a gestire l'esistente ma deve ricostruire le ragioni della propria crescita



aggiornando quotidianamente il proprio patrimonio di idee per posizionarsi sul mercato dove si commerciano prodotti materiali che si usano e prodotti immateriali che appartengono alla sfera comunicativa di idee, sentimenti e passioni.

L'evoluzione futura del progetto "Ideas to Business" parte dal **concorso "Micro Gardening"** aperto ad architetti, designer, studenti universitari, ingegneri e creativi. Il concorso è mirato alla progettazione e realizzazione di prodotti nell'ambito *Garden Design* e *Food Design*, che incarnino il carattere innovativo e internazionale dei suoi promotori. I progetti di design vincenti saranno premiati e sviluppati dalle imprese partecipanti al progetto per poi essere promossi nell'ambito delle iniziative internazionali programmate da Aspin.

Per la realizzazione del progetto Aspin ha attivato un partenariato pubblico-privato con Camera di Commercio Frosinone, Mise, Ctm, Add, Bic Lazio, Isia, Naba, Jeme Bocconi.

Nel 2011 è tornata ancora più forte l'attenzione verso le reti e le forme di aggregazione. La legge che regola i contratti di rete e l'attenzione del Governo verso tali network suggeriscono interventi di approfondimento rivolti alle imprese. Ha preso così avvio il **Progetto Siri: Servizi integrati per le reti di impresa**, la cui finalità è stimolare la nascita di modelli organizzativi e gestionali che permettano alle imprese di sviluppare sinergie e comportamenti collaborativi, identificando

obiettivi e strategie comuni nel rispetto della propria autonomia. L'introduzione della nuova forma di contratto (il contratto di rete) consente effettivamente di sviluppare un'aggregazione che offre il surplus tipico della grande impresa alle piccole imprese, senza snaturarne la flessibilità e l'individualità che sono alla base della loro essenza, superando al contempo quella frammentazione che, sinora, ha generato dispersione di energie, capitali e conoscenze.

Le potenzialità delle reti di imprese ha destato, negli ultimi anni, un interesse crescente da parte delle stesse imprese e delle istituzioni, le quali si sono attivate per la predisposizione di adeguati strumenti informativi e formativi allo scopo di promuovere una "cultura in rete" e sensibilizzare il sistema imprenditoriale.

Il progetto S permette di offrire alle imprese e ai professionisti un percorso completo, che si articola in attività di formazione, assistenza tecnica, verifica di fattibilità e sperimentazione del contratto di rete. Lo strumento di incontro tra le imprese che intendono sperimentare tale contratto è la **piattaforma on-line Siri**, accessibile direttamente dal sito di Aspin; su questa, attraverso il servizio di *matching partners*, è possibile incrociare i propri interessi con quelli di altre imprese.

Sul versante più strettamente collegato alla promozione internazionale, Aspin ha promosso la partecipazione a diverse azioni promozionali riguardanti alcuni settori caratterizzanti del Made in Italy.

Nel 2010 è proseguito l'impegno verso la realizzazione dei progetti pluriennali e Aspin ha orientato la propria attenzione verso nuove leve strategiche per la competizione internazionale: l'innovazione, il trasferimento tecnologico e il design.

Con il progetto **Innovazione e trasferimento tecnologico alle Pmi. Design e creatività per la competizione di filiera** si è voluto stimolare un cammino di "modernizzazione competitiva" presso le Pmi della provincia. Vari e qualificati sono stati i componenti del partenariato pubblico-privato del progetto: oltre ad Aspin e alla Camera di Com-





Tra queste va sottolineata l'attenzione verso il settore dell'*interior design*, collegato all'arredamento e allo stile italiano. Con le diverse edizioni del progetto **HOME & OFFICE**, Aspin ha voluto qualificare l'offerta delle aziende frusinate e promuoverla sul mercato russo e indiano. Con il supporto delle Camere di Commercio italiane all'estero, nel 2010 e nel 2011 il progetto Home & Office ha visto l'analisi dei mercati di riferimento e l'individuazione dei migliori canali e strategie di accesso. L'iniziativa ha permesso di superare i modelli tradizionali di promo-

zione internazionale e si è strutturato in maniera articolata in diverse azioni: dallo studio del mercato alla percezione dello stile italiano; dagli incontri diretti con gli operatori stranieri a tavole rotonde sulle strategie di entrata nel mercato; dalla definizione del modello di business da adottare alla formulazione di una strategia di entrata nel mercato.



## RISULTATI ECONOMICI E CONTABILI

Far conoscere i risultati economici raggiunti, per rendere conto della gestione delle risorse. È uno dei compiti a cui sono chiamate le amministrazioni pubbliche, in attuazione dei principi di dialogo e trasparenza con i propri interlocutori.

METTERE A DISPOSIZIONE LE RISORSE.  
GESTIRLE E ORIENTARLE CON EFFICACIA.

In questa sezione del Bilancio di mandato sono riportate le principali risultanze di bilancio della Camera di Commercio di Frosinone nel quinquennio 2007-2011, l'analisi delle quali permette di comprendere l'evoluzione complessiva della gestione economica dell'Ente camerale nel corso del mandato.

A tal proposito, occorre tenere presente che, proprio all'inizio del quinquennio in considerazione, sono intervenute alcune novità normative che hanno indotto l'intero Sistema camerale ad amministrare le risorse disponibili utilizzando sistemi di rilevazione dei fatti di gestione più vicini alle logiche imprenditoriali. Infatti, con il regolamento per la disciplina della gestione patrimoniale e finanziaria delle Camere di Commercio<sup>4</sup>, è stato sancito il definitivo passaggio alla contabilità economico-patrimoniale. Quest'ultima, consente di misurare il valore dei beni e dei servizi gestiti dall'organizzazione camerale nelle sue diverse articolazioni, riunite in quattro funzioni istituzionali:

- organi istituzionali e segreteria generale;
- servizi di supporto;
- funzioni anagrafico-certificative e di regolazione di mercato;
- promozione, studi e informazione economica.

Inoltre, l'introduzione a partire dal bilancio 2008 dei Principi contabili definiti da un'apposita Commissione ministeriale, ha suggellato in maniera definitiva la transizione del Sistema camerale da una vi-

## RISULTATI ECONOMICI E CONTABILI L'EVOLUZIONE DELLA GESTIONE CONTABILE

sione "pubblicistica" a un'impostazione di stampo aziendalistico: da una gestione delle risorse incentrata sull'aspetto giuridico dell'evento (assunzione dell'impegno di spesa) si è passati a una che privilegia l'ottica dell'effettiva fruizione delle risorse, l'unica coniugabile con una gestione per obiettivi e progetti. Secondo il nuovo regolamento, infatti, dall'organo politico vengono definite le linee strategiche attraverso i programmi pluriennali. Gli obiettivi strategici si traducono annualmente in interventi concreti, descritti nelle Relazioni previsionali e programmatiche. La Giunta individua e ripartisce fra le diverse funzioni istituzionali le risorse disponibili, che devono essere gestite dai dirigenti attraverso la formazione dei budget necessari per raggiungere gli obiettivi specifici. La nuova ottica si riflette nei documenti contabili che danno conto della gestione annuale: il bilancio d'esercizio è dunque accompagnato da una Relazione sui risultati della gestione, che illustra i risultati raggiunti rispetto agli obiettivi e ai programmi previsti dalla Relazione previsionale e programmatica.

<sup>4</sup> DPR n. 254/2005

L'analisi dei dati di bilancio permette di comprendere l'andamento complessivo della gestione camerale nel corso del mandato, caratterizzata da scelte coerenti con la missione istituzionale dell'Ente. Dal punto di vista dell'equilibrio economico-contabile, nel periodo considerato, l'andamento della gestione ha visto dei risultati positivi in tutti gli esercizi tranne che nel 2008.

#### PROVENTI CAMERALI

Guardando alla dinamica e alla composizione dei proventi correnti, il diritto annuale costituisce naturalmente il principale canale di finanziamento delle attività camerali, avendo contribuito alla formazione dei proventi stessi per una quota superiore ai tre quarti camerali sul totale.

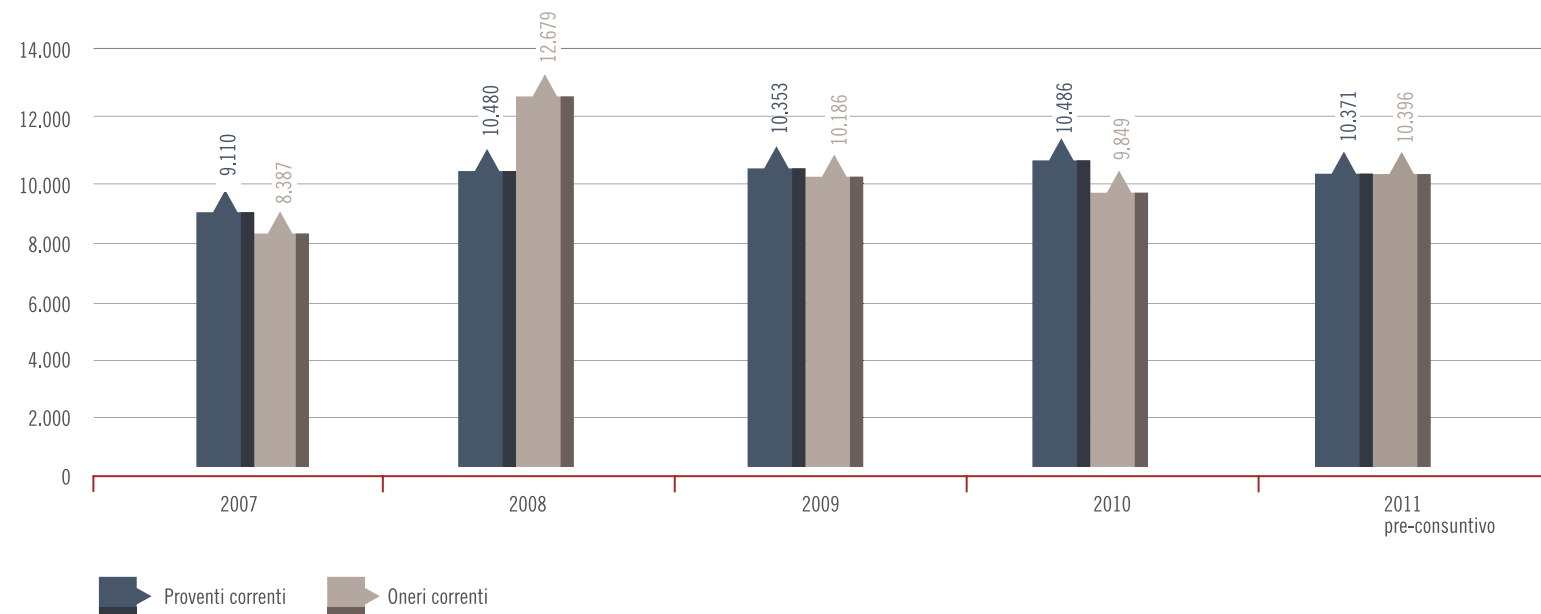
#### PROSPETTO SINTETICO DEL CONTO ECONOMICO DELLA CAMERA DI COMMERCIO (2007-2011) - Valori in migliaia di euro

	2007	2008	2009	2010	2011 pre-consuntivo
Proventi correnti	9.110	10.480	10.353	10.486	10.371
Oneri correnti	8.387	12.679	10.186	9.849	10.396
<b>Risultato della gestione corrente</b>	<b>723</b>	<b>-2.200</b>	<b>167</b>	<b>636</b>	<b>-25</b>
Proventi finanziari	125	184	290	72	79
Oneri finanziari	-	-	-	-	-
<b>Risultato della gestione finanziaria</b>	<b>125</b>	<b>184</b>	<b>290</b>	<b>72</b>	<b>79</b>
Proventi straordinari	574	4.860	152	1.763	134
Oneri straordinari	36	4.402	69	1.137	88
<b>Risultato della gestione straordinaria</b>	<b>538</b>	<b>458</b>	<b>83</b>	<b>626</b>	<b>46</b>
Rettifiche dell'attivo patrimoniale	-31	-33	-336	-89	-
<b>RISULTATO ECONOMICO DELLA GESTIONE</b>	<b>1.354</b>	<b>-1.590</b>	<b>204</b>	<b>1.245</b>	<b>100</b>

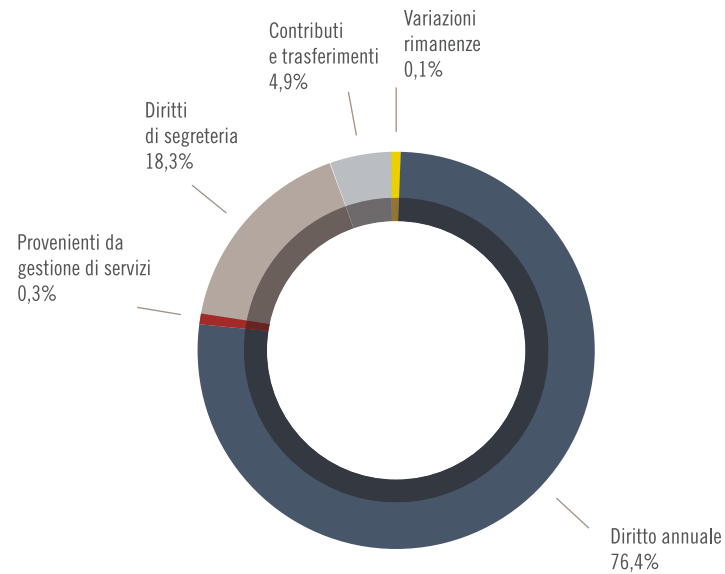
#### COMPOSIZIONE E DINAMICA DEI PROVENTI CORRENTI (2007-2011) - Valori in migliaia di euro

	2007	2008	2009	2010	2011 pre-consuntivo
Diritto annuale	6.767	8.158	7.929	7.988	7.944
Diritti di segreteria	1.867	1.911	1.851	1.851	1.822
Contributi e trasferimenti	475	383	512	588	553
Proventi da gestione di servizi	2	27	41	46	53
Variazioni rimanenze	-1	-	21	13	-1
<b>Proventi correnti</b>	<b>9.110</b>	<b>10.480</b>	<b>10.353</b>	<b>10.486</b>	<b>10.371</b>

**PROVENTI E ONERI CORRENTI (2007-2011) - Valori in migliaia di euro**



**COMPOSIZIONE DEI PROVENTI CORRENTI - Valori cumulati 2007-2011\***



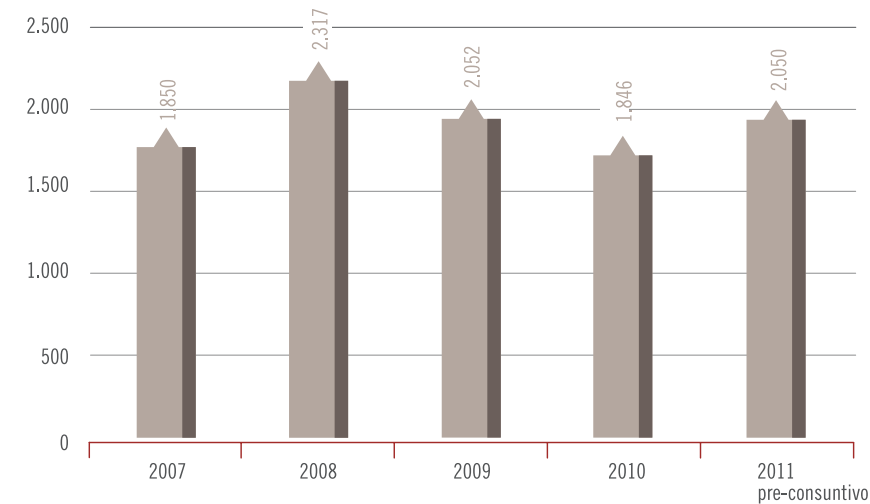
\* per il 2011 è stato considerato il valore pre-consuntivo

**RISORSE PER INTERVENTI PROMOZIONALI**

Nel corso degli anni, i bilanci hanno registrato l'assegnazione di significative risorse per fini promozionali, relative allo sviluppo di azioni mirate a rafforzare la competitività delle imprese e del contesto economico provinciale; in aggiunta a tali risorse, occorre considerare i cospicui investimenti attuati in società, enti e organismi partecipati. Nell'ambito di una situazione congiunturale non sempre positiva, la

Camera di Commercio di Frosinone ha saputo stare al fianco delle imprese, mantenendo gli impegni assunti e approfondendo ulteriori sforzi nei periodi maggiormente critici: oltre 10 milioni di euro destinati nel corso del mandato a iniziative promozionali per lo sviluppo e il sostegno del sistema economico locale.

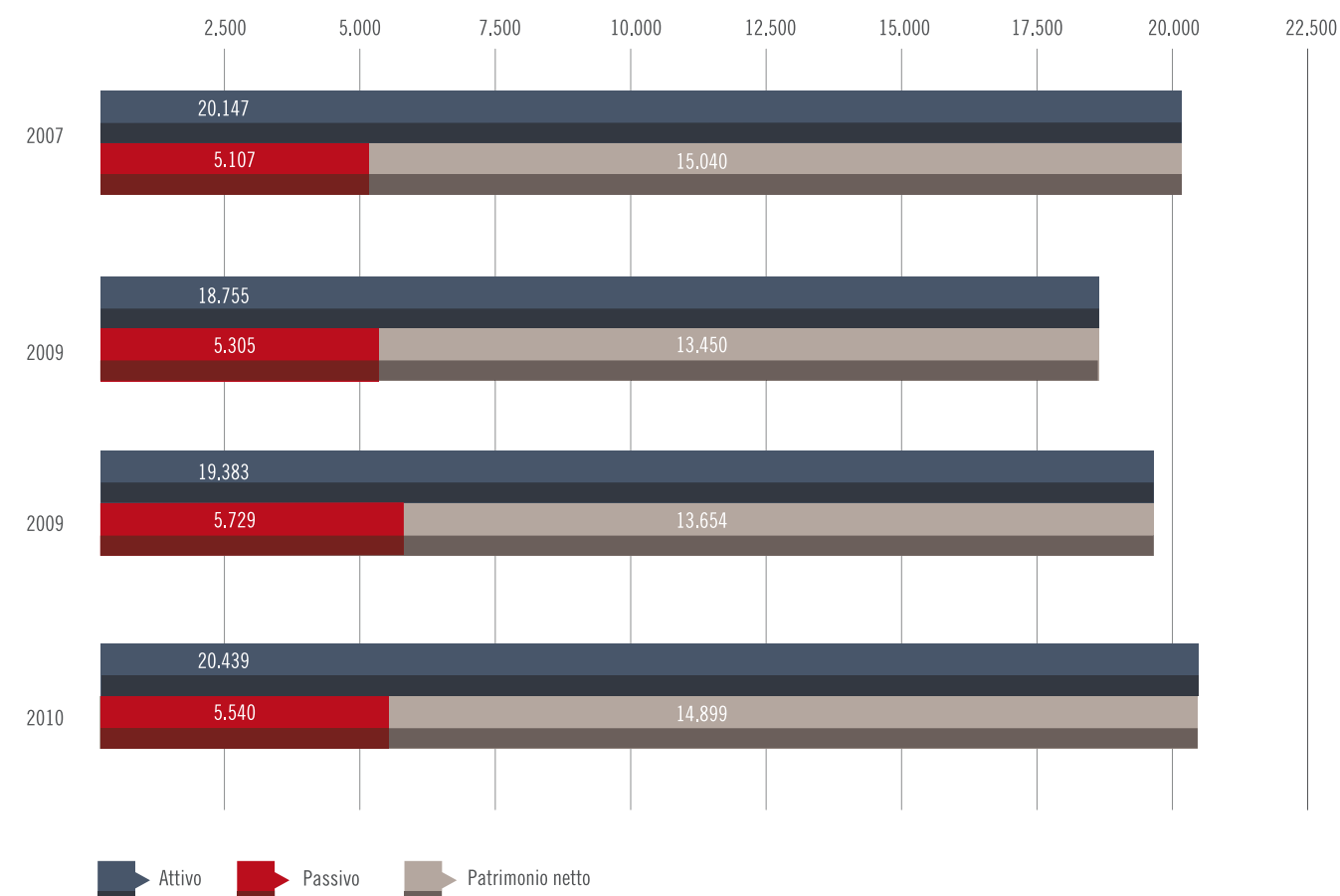
**RISORSE PER INTERVENTI PROMOZIONALI - Valori in migliaia di euro**



ATTIVO DELLO STATO PATRIMONIALE (2007-2010) - Valori in euro				
	2007	2008	2009	2010
Immobilizzazioni materiali e immateriali	5.663.486	5.703.789	5.980.602	8.228.568
Immobilizzazioni finanziarie	5.969.707	5.314.782	4.581.946	4.677.684
Immobilizzazioni totali	11.633.193	11.018.571	10.562.548	12.906.252
Crediti di funzionamento	6.265.014	3.811.661	3.679.643	3.616.581
Rimanenze	2.520	2.827	23.662	36.370
Disponibilità liquide	2.240.024	3.916.233	5.113.146	3.877.699
Ratei e risconti attivi	6.576	5.982	3.963	2.204
<b>TOTALE ATTIVO</b>	<b>20.147.326</b>	<b>18.755.275</b>	<b>19.382.962</b>	<b>20.439.106</b>

PASSIVO DELLO STATO PATRIMONIALE (2007-2010) - Valori in euro				
	2007	2008	2009	2010
Trattamento di fine rapporto	2.946.386	3.170.045	3.426.235	3.019.112
Debiti di funzionamento	1.948.441	2.051.078	2.273.488	2.441.365
Fondi per rischi e oneri	81.326	51.273	29.376	79.376
Ratei e risconti passivi	130.890	32.905	-	-
<b>TOTALE PASSIVO</b>	<b>5.107.043</b>	<b>5.305.301</b>	<b>5.729.099</b>	<b>5.539.853</b>
Avanzo patrimoniale	12.218.526	13.572.186	11.981.878	12.185.765
Riserva di partecipazioni	1.468.097	1.468.097	1.468.097	1.468.097
Risultato economico dell'esercizio	1.353.660	- 1.590.309	203.888	1.245.390
<b>PATRIMONIO NETTO</b>	<b>15.040.283</b>	<b>13.449.974</b>	<b>13.653.864</b>	<b>14.899.253</b>

PRINCIPALI GRANDEZZE DELLO STATO PATRIMONIALE (2007-2010) - Valori in migliaia di euro



Il Bilancio di mandato è stato elaborato da un Gruppo di lavoro della Camera di Commercio di Frosinone, diretto dal Segretario generale Antonio Rampini e dal Dirigente Domenico Spagnoli, con la collaborazione tecnica di Retecamere, società delle Camere di Commercio per i progetti integrati per lo sviluppo.

Composizione del Gruppo di lavoro:

- per la Camera di Commercio di Frosinone i funzionari Dario Fiore (coordinamento), Giacinto Capocchetta, Antonietta Ferrara, Maria Rita Liburdi, Giuseppe Masetti, Daniela Sparagna, Elena Torroni, Giuseppe Valeri, Natalina Pezone e i direttori delle Aziende speciali Maria Paniccia (Aspin) e Norberto Ambrosetti (Innova).

Per l'Ufficio di Presidenza hanno collaborato Monica Paradisi ed Elena Pittiglio (addetto stampa).

- per Retecamere Biagio Caino (capo progetto), Alma Carrara, Oksana Muraviova, Lucia Brilli, Alessandra Madeddu, Fernando Rossi, Valentina Cillo, Francesco Ventimiglia.

Un particolare ringraziamento va a tutti i dipendenti della Camera di Commercio e delle Aziende speciali che a vario titolo hanno contribuito alla realizzazione del Bilancio di mandato.

Le immagini presenti nel volume sono tratte dall'archivio fotografico della Camera di Commercio di Frosinone. Un ringraziamento particolare a Massimo Roscia per le immagini messe a disposizione.

Finito di stampare nel marzo 2012 da Tipolitografia Acropoli SAS - Alatri (FR)