



Camera di Commercio  
Frosinone



---

**PROGRAMMA PLURIENNALE 2008-2011  
DELLA CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA  
ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI FROSINONE**

---

*Approvato dal Consiglio camerale  
nella seduta del 17 dicembre 2007*

## PROGRAMMA PLURIENNALE 2008 – 2011

Premessa.....	3
Il quadro economico di riferimento.....	4
Principali risultati della precedente programmazione pluriennale.....	15
Situazione finanziaria dell’Ente.....	19
La Vision e la Mission.....	20
Il sistema dei valori e gli obiettivi prioritari.....	24
Il programma strategico.....	28
La valorizzazione del patrimonio immobiliare.....	28
Struttura organizzativa, acquisizione e valorizzazione delle risorse umane.....	28
Le relazioni istituzionali.....	29
Le infrastrutture e il sistema delle società partecipate.....	30
La cultura dell’innovazione.....	31
I processi di semplificazione amministrativa ed e-government.....	32
L’Ente camerale verso una dimensione europea.....	32
L’internazionalizzazione del territorio e della sua economia.....	33
Le attività di formazione.....	36
La promozione e la valorizzazione del territorio e dei suoi prodotti.....	37
Il turismo.....	41
L’osservazione delle dinamiche socioeconomiche territoriali.....	43
Le aree distrettuali e le filiere produttive.....	45
Logistica e trasporti.....	46
Le politiche per favorire l’accesso al credito.....	47
Le attività di regolazione del mercato.....	48
Economia sociale.....	48
Comitato per la promozione dell’imprenditorialità femminile.....	49
Ambiente, energia e qualità.....	50
La comunicazione per migliorare il rapporto tra l’istituzione e le imprese.....	50



## **PREMESSA**

*L'articolo 4 del D.P.R., 2 novembre 2005, n. 254, stabilisce che “il Consiglio determina gli indirizzi generali e approva il programma pluriennale, di norma per il periodo corrispondente alla durata del mandato, anche tenendo conto degli atti di programmazione degli enti territoriali, nonché delle risorse necessarie e dei risultati che si intendono conseguire”.*

*Il presente Programma Pluriennale costituisce la maturazione di un percorso di rilettura delle linee di indirizzo del passato, con tracce che si armonizzano in una naturale continuità ed evoluzione, raccogliendo gli input segnalati dal territorio per l'elaborazione di politiche che sappiano fare emergere le potenzialità del sistema della provincia di Frosinone, al fine di esaltarne i punti di forza e le eccellenze.*

*Il Programma evidenzia i valori posti alla base dell'organizzazione dell'Ente camerale ed il suo impegno per la modernizzazione del sistema istituzionale e per il sostegno della competitività del sistema delle imprese ai diversi livelli.*

*Partendo da considerazioni sulle principali direttrici dello sviluppo locale nel corso degli ultimi anni, il Programma identifica gli ambiti strategici su cui gli l'Amministrazione intende focalizzare l'azione politica durante il proprio mandato, e che assumono valenza sia in termini di innovazione e di miglioramento dei servizi amministrativi alle imprese, che di promozione e sviluppo dell'economia locale.*

*Le singole iniziative che dovranno concorrere a conseguire gli obiettivi e i corrispondenti risultati operativi sono contenuti nel documento di pianificazione e programmazione annuale delle attività, ovvero la Relazione Previsionale e Programmatica.*



## IL QUADRO ECONOMICO DI RIFERIMENTO

In un contesto macroeconomico nazionale in evidente miglioramento, caratterizzato da processi di selezione e riposizionamento delle imprese in diversi settori produttivi, anche la struttura economica della provincia di Frosinone sta conoscendo nel corso degli ultimi anni una fase di relativa espansione. Il modello di sviluppo locale sperimenta una terziarizzazione dell'economia, mentre permane una solida base manifatturiera, in cui vengono incrementati costantemente gli investimenti ed i processi di innovazione tecnologica, al fine di trovare un riposizionamento non solo sul territorio nazionale ma anche sui mercati esteri.

La crescita dell'economia locale emerge da un continuo incremento della ricchezza locale e da un processo di convergenza dei principali indicatori macroeconomici con i valori nazionali. I dati sulla crescita del PIL nel periodo 2003–2005, in particolare, confermano una certa dinamicità, con un ritmo di crescita pari al +4% annuo, superiore a quello di quasi tutte le altre realtà del Centro Italia e pressoché doppio rispetto alla media registrata a livello nazionale.

La crescita dell'economia locale, in ogni caso, non appare legata solo a ciclicità congiunturali, ma anche e soprattutto ad un processo di selezione e di trasformazione settoriale delle imprese. Si tratta di un percorso che, oltre a determinare, negli ultimi tre anni, una crescita della ricchezza pro capite più consistente rispetto alla media nazionale, sta modificando lo stesso tessuto produttivo provinciale. Alla base di questa trasformazione, nell'ambito degli studi sull'economia territoriale sono state evidenziate una serie di risultanze empiriche che possono essere sintetizzate nel modo seguente:

?? la terziarizzazione dell'economia, determinata da un modello di sviluppo settoriale ancora incentrato sulle attività di tipo tradizionale, in particolare commercio, trasporti, turismo, ma con una crescente presenza di imprese attive nel terziario avanzato;

?? il riposizionamento del manifatturiero con la presenza da un lato di filiere produttive distrettuali riguardanti il marmo, tessile-abbigliamento, carta-editoria, chimica-farmaceutica, che testimoniano la crescente importanza delle imprese di piccola e media dimensione, mentre dall'altro si conferma ancora l'importante ruolo della grande industria nel tessuto produttivo locale;

?? la crescita del tessuto imprenditoriale, sia in termini quantitativi che qualitativi, con un relativo ispessimento strutturale delle imprese, anche se non uniforme per tutti i settori produttivi dell'economia locale;

?? l'elevato grado di apertura internazionale del sistema manifatturiero, testimoniata da una notevole propensione all'export, pur se in calo nell'ultimo periodo, e comunque confortata da una ripresa delle esportazioni nel corso del 2006 (+7,5%) e dai primi dati del 2007.



Parallelamente a questi elementi permangono, tuttavia, una serie di fattori che ancora ostacolano il pieno sviluppo dell'economia provinciale. Tra queste criticità, occorre citare in primo luogo:

- una dotazione di infrastrutture, in particolare di trasporto, da migliorare in termini qualitativi, con un sistema logistico ancora non del tutto in grado di supportare lo sviluppo del territorio; ciò costituisce un fattore determinante in un percorso di evoluzione dell'economia locale e di integrazione con gli altri sistemi economici provinciali e internazionali;
- un evidente divario rispetto alla media nazionale in merito alle infrastrutture sociali, da più parti considerate come veri e propri indicatori del livello della qualità della vita, fatta l'eccezione della formazione universitaria;
- l'importanza relativa del turismo che, nonostante le importanti risorse attrattive, deve ancora sfruttare tutte le potenzialità del territorio, in un'ottica di differenziazione del prodotto tale da consentire di poter parlare di diversi tipi di turismo (culturale, artistico, religioso, enogastronomico, termale, congressuale, naturalistico, scolastico e didattico, sportivo);
- la rischiosità del credito, con un alto livello di sofferenze bancarie e di costo del denaro, specie riguardo ai tassi di interesse a breve termine che penalizzano le imprese locali nei progetti di investimento;
- il difficile inserimento nel mercato del lavoro per i giovani, le donne, e per il reinserimento dei lavoratori che hanno perso una precedente occupazione;
- la crescita del PIL pro-capite nel triennio 2003-2005, che evidenzia una progressiva convergenza verso gli standard nazionali, ma il permanere ancora di un evidente *gap* rispetto ai valori medi nazionali.

#### **Quadro dei principali squilibri economici della provincia di Frosinone**

<b>Infrastrutture</b> – Il numero indice relativo alle infrastrutture (economiche e sociali) presenta un valore (81,3, con Italia=100) che risulta ancora distante dalla media delle altre province del centro Italia.
<b>Credito</b> – Livello di dotazione bancaria non ancora in linea con le esigenze del territorio, elevata incidenza delle sofferenze sul totale degli impieghi bancari (anche se in calo) e costo del denaro relativamente alto.
<b>Mercato del lavoro</b> – Il tasso di disoccupazione provinciale è pari al 9,2% (nel 2006) a fronte di un dato medio nazionale del 6,8 %, risultando altresì in crescita e in controtendenza rispetto al trend italiano.
<b>Ricchezza per abitante</b> – Il PIL pro-capite, sebbene in consistente crescita nel periodo 2003 – 2005, con un + 6,2 punti percentuali in numero indice, mostra ancora un evidente <i>gap</i> rispetto alla media nazionale (anno 2005, numero indice Frosinone = 93,9; Italia = 100)
<b>Turismo</b> – Modesto indice di concentrazione turistica (dato dal rapporto fra arrivi turistici italiani e stranieri, e popolazione provinciale), con un valore (81,6) pari a circa la metà del dato nazionale (150,2) e contributo del turismo alla formazione della ricchezza locale (2,8%) inferiore alla media italiana (3,6%).

### Prodotto interno lordo (Pil) per abitante (N.I., Italia = 100) in provincia di Frosinone, al Centro e in Italia (2003-2005)

	Pil per abitante in numero indice		
	2003	2004	2005
Frosinone	87,6	90,8	93,9
LAZIO	114,7	117,5	118,4
CENTRO	109,6	110,7	110,5
ITALIA	100	100	100

Fonte: Osservatorio economico della provincia di Frosinone – Camera di Commercio di Frosinone

### La terziarizzazione dell'economia

La centralità dei servizi nel tessuto produttivo di Frosinone si evince, in primo luogo, dall'analisi della ricchezza locale, secondo le nuove metodologie di calcolo sul valore aggiunto fornite dall'Istituto Tagliacarne e relative al triennio 2003-2005: quasi il 73% della ricchezza locale, infatti, proviene dal terziario.

L'analisi temporale evidenzia inoltre che in un triennio l'apporto fornito dai servizi alla formazione della ricchezza locale è cresciuta di quasi 3 punti percentuali.

L'industria in senso stretto risulta, viceversa, in flessione rispetto a qualche anno fa. Tale settore, infatti, nel 2003, contribuiva per il 21,4% alla formazione del PIL locale e tale valore si è ridotto al 18,5% nel 2005; una quota, comunque, superiore al dato regionale (12,5%), a conferma dell'importanza che l'industria continua a rivestire nel tessuto produttivo locale.

### Composizione percentuale del valore aggiunto per settori nella provincia di Frosinone, nel Lazio ed in Italia (2003 - 2005)

	Frosinone		Lazio		Italia	
	2003	2005	2003	2005	2003	2005
Agricoltura	1,8	1,7	1,3	1,2	2,5	2,3
Manifatturiero	21,4	18,5	13	12,5	21,4	20,8
Costruzioni	6,6	6,9	4	4,1	5,6	6
Totale Industria	28	25,5	17	16,6	27,1	26,9
Servizi	70,2	72,8	81,7	82,2	70,4	70,9
Totale valore aggiunto	100	100	100	100	100	100

Fonte: Osservatorio economico della provincia di Frosinone – Camera di Commercio di Frosinone

La conferma del processo di terziarizzazione dell'economia proviene anche dall'analisi del tasso di variazione medio annuo fra il 2003 e il 2005; infatti, cresce molto più l'apporto dei servizi a Frosinone (+5,3%) che non nel Lazio (+3,3%) o in Italia (+2,1%).

Il numero delle imprese attive nei vari comparti del terziario locale cresce inoltre, solitamente, con tassi superiori a quelli dell'imprenditoria provinciale presa nel suo complesso, con la sola eccezione dei trasporti.

Rispetto al 2003 è rimasto peraltro stabile il peso percentuale delle aziende attive nei settori chiave del terziario locale (commercio, trasporti e comparto alberghiero - ristorazione), mentre è stata particolarmente sostenuta la crescita media annua nel terziario avanzato (+5,5%).

### **Composizione percentuale delle imprese attive nei servizi a Frosinone nel 2003 e nel 2006; tasso di variazione medio annuo 2006/2003**

	Comp % 2003	Comp % 2006	Tasso variazione medio annuo 2006/2003
Commercio	32,1	32,2	1,1
Alberghi e ristoranti	5,5	5,7	1,6
Trasporti	4,1	4	0,1
Intermediaz.monetaria e finanziaria	2,1	2,2	1,9
Attiv.immob.,noleggio,informat.,ricerca	4,9	5,8	5,5
Istruzione	0,3	0,3	4,6
Sanita' e altri servizi sociali	0,4	0,5	7,3
Altri servizi pubblici, sociali e personali	4,5	4,6	1,7
<b>Totale Imprese Attive</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>1</b>

Fonte: Osservatorio economico della provincia di Frosinone – Camera di Commercio di Frosinone

### **La crescita quantitativa e qualitativa del tessuto imprenditoriale**

Nel corso degli ultimi anni la differenza fra imprese iscritte e cessate al Registro delle Imprese di Frosinone ha fatto registrare saldi positivi con tassi di crescita sostenuti.

L'agricoltura risulta essere l'unico settore, unitamente alla pesca e al comparto dell'estrazione di minerali, in cui le imprese sono andate costantemente diminuendo dal 2003, con tassi di variazione medi annui negativi mentre servizi, costruzioni e manifatturiero hanno visto, invece, aumentare, come già sottolineato, il numero delle imprese attive.

Unitamente alla crescita quantitativa nel numero di aziende, a Frosinone, così come in generale nel resto della regione, è in atto da alcuni anni un parallelo processo di ispessimento qualitativo del tessuto imprenditoriale locale, con una trasformazione delle forme giuridiche.

Tale processo risulta particolarmente evidente con un'analisi di tipo dinamico (2003-2006), da cui emerge un tasso di crescita medio annuo per le società di capitale, ad esempio, del +5,7%, a fronte di una sostanziale stabilità delle società di persone, ma soprattutto delle ditte individuali, il cui numero è rimasto pressoché invariato.

### **Numerosità delle imprese attive in provincia di Frosinone e tasso di variazione medio annuo per natura giuridica (2003-2006)**

	Società di capitale	Società di persone	Ditte Individuali	Altre forme	Totale
Valori percentuali					
2003	10,9	12,9	73,8	2,4	100
2006	13,1	12,7	71,6	2,6	100
Tasso di variazione medio annuo					
2006/2003	5,7	0,8	0,2	2,8	1

Fonte: Osservatorio economico della provincia di Frosinone – Camera di Commercio di Frosinone

### **Il riposizionamento delle produzioni nel settore manifatturiero**

Nonostante l'importanza del processo di terziarizzazione, comune a tutto il territorio italiano, rimane rilevante il peso del manifatturiero sul tessuto imprenditoriale locale. A fronte di un processo nazionale che, nell'ultimo decennio, ha visto una chiara selezione delle imprese impegnate in produzioni tradizionali, la provincia di Frosinone esibisce viceversa una crescita delle imprese manifatturiere rispetto al 2003 (mediamente +0,1% l'anno), in controtendenza sia rispetto al trend regionale che a quello nazionale.

Si irrobustiscono, in particolare, settori di specializzazione come l'industria alimentare (che presenta un tasso di variazione medio annuo del +1,8%), l'editoria-stampa (+3,3%), la fabbricazione di autoveicoli (con il relativo indotto) ma soprattutto il comparto della fabbricazione di altri mezzi di trasporto (in particolare l'aerospaziale).

Nell'ottica di un confronto con le altre realtà territoriali va evidenziato il notevole peso che mantengono a Frosinone le industrie alimentari, e quelle metallurgiche, ma anche quelle che si occupano della fabbricazione e lavorazione di minerali non metalliferi, l'industria automobilistica, la chimica-farmaceutica e la gomma plastica; tutti comparti che a livello provinciale presentano un'incidenza, sul totale del numero di imprese, superiore rispetto ai corrispettivi valori regionale e nazionale.



## Composizione percentuale delle imprese attive manifatturiere a Frosinone nel 2003 e nel 2006; tasso di variazione medio annuo 2006/2003

	Frosinone		
	Comp % 2003	Comp % 2006	Tasso variazione medio annuo 2006/2003
Industrie alimentari	18,7	20	1,8
Industria del tabacco	0,1	0	0
Industrie tessili	1,8	1,8	0,9
Vestiario	7,9	7	-2,7
Prep.e concia cuoio	0,6	0,6	0
Ind.legno,esclusi mobili;	10,7	9,8	-2
Fabbric, carta	1,2	1,1	-0,5
Editoria, stampa	2,9	3,3	3,3
Fabbric.coke,raffinerie,combust.nucleari	0,2	0,1	-26
Fabbric.prodotti chimici e fibre sintetiche	1,4	1,3	-2
Fabbric.artic.in gomma e mat.plastiche	3,2	3,2	0,4
Fabbric.prodotti lavoraz.min.non metallif.	6,2	6,1	-0,2
Produzione di metalli e loro leghe	0,9	0,8	-2,5
Fabbricaz.e lav.prod.metallo,escl.macchine	19,7	21	1,7
Fabbric.macchine ed appar.mecc.,instal.	5,3	5,1	-0,6
Fabbric.macchine per uff.,elaboratori	0,9	0,9	0
Fabbric.di macchine ed appar.elettr.n.c.a.	2,6	2,3	-3
Fabbric.appar.radiotel.e app.per comunic.	0,9	0,8	-2,5
Fabbric.appar.medicali,precis.,strum.optici	5,3	5,2	-0,7
Fabbric.autoveicoli,rimorchi e semirim.	1	1	0,6
Fabbric.di altri mezzi di trasporto	0,1	0,2	21,8
Fabbric.mobili;altre industrie manifatturier	7,8	7,7	0
Recupero e preparaz. per il riciclaggio	0,6	0,6	0
Totale attività manifatturiere	100	100	0,1

Fonte: Osservatorio economico della provincia di Frosinone – Camera di Commercio di Frosinone

### L'elevato grado di apertura internazionale del sistema manifatturiero

Il tessuto produttivo di Frosinone, grazie soprattutto alla presenza di un importante apparato industriale, ha sempre trovato un notevole slancio nello sviluppo delle esportazioni verso l'estero. La provincia mostra un elevato grado di apertura verso i mercati internazionali, ma va sottolineata la tendenza, dal 2003 in poi, ad una costante riduzione della propensione all'export, anche se, nel 2006 e già nel primo semestre 2007, una ripresa sia delle importazioni che delle esportazioni, che sicuramente genererà una ripresa degli indicatori sul commercio estero.

L'export provinciale è rivolto principalmente all'Europa, che rimane il primo mercato di riferimento, anche se va sottolineato un importante e crescente

processo di diversificazione delle direttrici geografiche in atto negli ultimi anni, con l'ampliamento del numero di Stati partner commerciali delle imprese di Frosinone.

Emerge comunque che Frosinone deve puntare su un'ulteriore diversificazione dei mercati di sbocco delle merci, nonché sul rafforzamento delle produzioni manifatturiere di qualità, fattore chiave dei prodotti italiani sui mercati esteri.

Concentrando l'attenzione sulle dinamiche relative al 2006, si osserva una forte ripresa delle esportazioni (+7,5%).

Parallelamente, sono andate crescendo anche le importazioni, con un ritmo ancor più sostenuto rispetto all'export.

Tutti i comparti più importanti del manifatturiero locale vedono aumentare le vendite all'estero, dall'industria tessile a quella farmaceutica, alla filiera della carta-editoria.

La ripresa dell'export appare trascinata, però, soprattutto dalle ottime performance dell'industria automobilistica (+20,3%), principale comparto per quantità di merci esportate.

#### **Esportazioni della provincia di Frosinone nei principali comparti manifatturieri (2006) e variazioni % rispetto al 2005 ( valori in %)**

MERCE	Composizione % 2006	Variazioni % (2006/2005)
Prodotti alimentari, bevande e tabacco	2,1	-5,8
Prodotti delle industrie tessili e dell'abbigliamento	6,7	3,8
Pasta da carta, carta e prodotti di carta; prodotti dell'editoria	4,9	5
Coke, prodotti petroliferi raffinati e combustibili nucleari	0,1	318,1
Prodotti chimici e fibre sintetiche e artificiali	30,9	5,9
Prodotti chimici di base	11	-9,1
Prodotti farmaceutici e prodotti chimici e botanici per usi medicinali	18	26,3
Articoli in gomma e materie plastiche	7,8	7,1
Prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	2,5	6,1
Metalli e prodotti in metallo	4,6	41,4
Macchine ed apparecchi meccanici	4,6	1,6
Macchine elettriche ed apparecchiature elettriche	11,5	11,2
Macchine ed apparecchi elettrici n.c.a.	8,1	60,9
Apparecchi radiotelevisivi e apparecchiature per le comunicazioni	3	-38
Mezzi di trasporto	21,4	13
Autoveicoli, rimorchi e semirimorchi	20,3	14
Altri prodotti delle industrie manifatturiere	2,3	-13,3
Prodotti trasformati e manufatti	99,8	8,1
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>7,5</b>

Fonte: Osservatorio economico della provincia di Frosinone – Camera di Commercio di Frosinone

### Andamento della propensione all'esportazione\* in provincia di Frosinone, nel Lazio, in Italia (2003-2005)

	2003	2004	2005
Frosinone	21	18,7	16
LAZIO	7,6	7,5	7,3
ITALIA	19,7	20	20,7

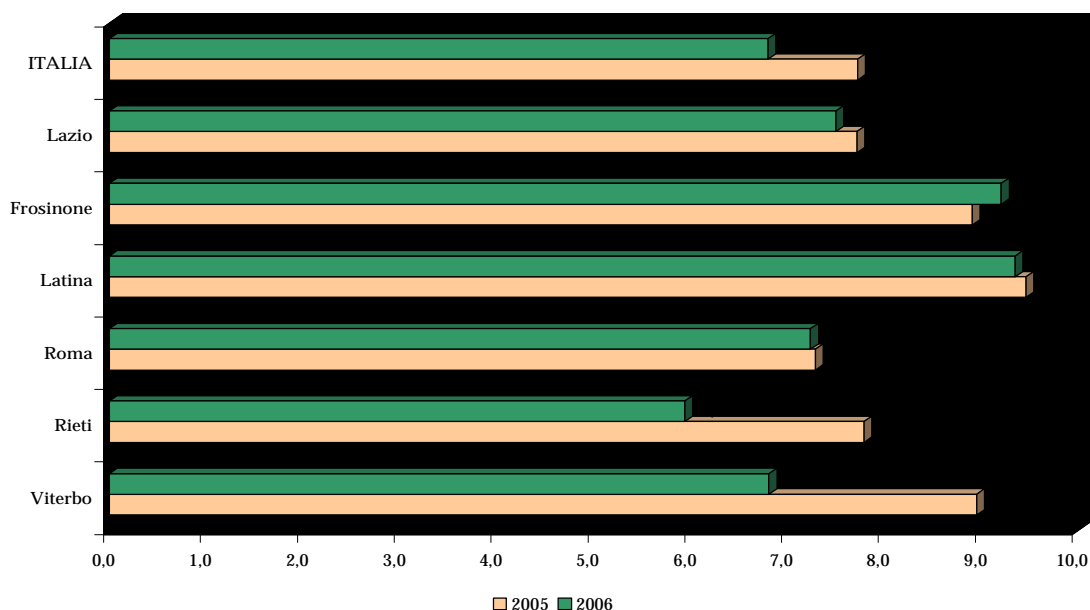
\* la propensione all'esportazione è data dal rapporto tra le esportazioni e PIL  
Fonte: Osservatorio economico della provincia di Frosinone – Camera di Commercio di Frosinone

### Le criticità del mercato del lavoro locale

Ai positivi segnali di crescita dell'economia locale non sembrano però aver corrisposto effetti concreti sul mercato del lavoro provinciale, che, relativamente ad una serie di indicatori (in primis il tasso di occupazione e disoccupazione), mostra ancora valori molto più vicini a province meridionali che non a quelle del Lazio e del centro Italia.

L'analisi del tasso di disoccupazione nel 2006 rende del tutto evidenti tali considerazioni. La provincia di Frosinone si attesta al 9,2%, al di sopra della media Lazio (7,5%) e della media Italia (6,8%). Il tasso di disoccupazione è risultato inoltre in aumento e in controtendenza rispetto all'andamento delle altre province vicine, nonché della media regionale e nazionale.

### Confronto territoriale del tasso di disoccupazione\* nelle province laziali ed in Italia, anni 2005-2006 (valori %)



Fonte: Osservatorio economico della provincia di Frosinone – Camera di Commercio di Frosinone



### **La necessità della valorizzazione del turismo**

Nonostante la provincia di Frosinone si trovi in una posizione strategica del Centro Italia, tra la costa tirrenica e gli Appennini, a metà strada tra centri di notevole richiamo turistico come Roma e Napoli, essa risulta ancora una meta poco ambita da un punto di vista turistico. Numerosi sono i dati che testimoniano come il turismo, nonostante le potenzialità del territorio, sia un settore ancora poco valorizzato all'interno del tessuto produttivo locale: in riferimento alla formazione della ricchezza locale, ad esempio, il settore concorre solo per il 2,8% alla formazione del valore aggiunto provinciale, dato non solo inferiore alla media italiana (3,6%) ma anche a quella di tutte le altre province laziali.

La conferma del ruolo ancora secondario rivestito dal turismo nell'economia provinciale viene, poi, dall'indice di concentrazione turistica, dato dal rapporto fra arrivi turistici (italiani e stranieri) e popolazione provinciale.

Relativamente a questo indicatore, Frosinone presenta un risultato nettamente inferiore rispetto alla media delle altre province italiane, con un valore (81,6) pari a circa la metà del dato nazionale (150,2).

### **La rischiosità del credito**

Nonostante l'espansione del tessuto bancario in atto negli ultimi anni, con una forte crescita soprattutto delle piccole banche, il sistema creditizio in provincia di Frosinone risulta ancora parzialmente deficitario rispetto alle esigenze del territorio. Sono appena 3,7, infatti, gli sportelli ogni 10.000 abitanti, perlopiù concentrati nel capoluogo, e quindi senza una presenza capillare del sistema bancario in tutta la provincia.

Il livello del costo del denaro risulta più in linea con il quadro delle regioni meridionali limitrofe che non dell'Italia centrale, dal momento che mostra tassi di interesse a breve termine (6,74%) superiori alla media Italia. Ciò inevitabilmente costituisce un ostacolo alla classe imprenditoriale locale e un fattore che limita le opportunità di crescita economica per il territorio.

Un altro fattore in parte ricollegato al costo del denaro è costituito dalle situazioni di insolvenza non temporanea da parte di alcuni affidatari che costituiscono uno dei maggiori problemi del sistema creditizio locale.

### Prime ed ultime dieci province per tasso di interesse a breve termine (Valori percentuali; 2005)

Pos.	Provincia	Tasso	Pos.	Provincia	Tasso
1	Reggio Calabria	9,09	94	Brescia	5,54
2	Cosenza	8,9	95	Varese	5,53
3	Catanzaro	8,61	96	Reggio Emilia	5,52
4	Vibo Valentia	8,48	97	Modena	5,43
5	Crotone	8,45	98	Milano	5,34
6	Enna	8,43	99	Ancona	5,2
7	Lecce	8,11	100	Bologna	5,12
8	Taranto	8,1	101	Bolzano	4,74
9	Caltanissetta	8,09	102	Trento	4,66
10	Brindisi	8,08	103	Firenze	4,63
38	Frosinone	6,74		Italia	5,82

Fonte: Osservatorio economico della provincia di Frosinone –  
Camera di Commercio di Frosinone

### I ritardi nella dotazione infrastrutturale

Gli indici di dotazione delle infrastrutture evidenziano per la provincia di Frosinone con la presenza, da un lato, di alcuni casi di eccellenza (come ad esempio per alcuni collegamenti stradali), ma, dall'altro di tutta una serie di criticità per le altre infrastrutture di trasporto, nonché per le infrastrutture economiche e sociali, con un deficit rispetto alla situazione media nazionale.

Relativamente alle infrastrutture economiche, in particolare impianti energetici, reti bancarie, servizi di terziario avanzato, la provincia presenta ancora ampi ritardi rispetto al dato Italia ma soprattutto nei confronti della maggior parte delle altre province del Centro-Nord, molto più attrezzate in termini di *utilities*.

### L'economia della provincia nel primo semestre 2007

Le rilevazioni dell'Osservatorio Economico della provincia di Frosinone, nel corso del primo semestre 2007 indicano rispetto al semestre precedente, un'economia della provincia sostanzialmente stazionaria. Si segnala un moderato peggioramento per produzione (-0,1%) e fatturato (-0,4%) ma, al contempo, un miglioramento per portafogli ordini (+0,4%) ed occupazione (+0,7%). Di particolare rilievo l'aumento degli investimenti, che mostrano un incremento del +2,1%.



Scendendo nel dettaglio dei differenti settori economici, si mostra migliore la situazione delle imprese che operano nel settore manifatturiero, soprattutto nel legno/mobilio, nell'elettronica, nel comparto estrattivo e chimico-farmaceutico. Per tali imprese risulta significativamente positivo il quadro degli investimenti che sono cresciuti del +3,3%.

Meno dinamici appaiono, invece, i servizi, soprattutto i pubblici esercizi, il commercio, il comparto turistico e l'agricoltura che riportano variazioni negative per tutti gli indicatori, fatta eccezione che per gli investimenti. In una situazione intermedia ma tendenzialmente positiva appare, infine, il settore edile che registra una variazione negativa unicamente per la produzione (-0,9%).

### **Le previsioni per il secondo semestre 2007**

Le previsioni per il secondo semestre pongono in evidenza un'attesa di crescita per l'economia locale, dal momento che si rilevano variazioni positive con riferimento a tutti gli indici considerati, pari rispettivamente a +1,4% per la produzione, a +2,3% per il fatturato, a +1,9% per il portafoglio ordini, a +0,1% per il fatturato esportato, a +1,1% per gli investimenti ed a +0,8% per l'occupazione.

Scendendo più nel dettaglio e passando a considerare i diversi settori economici, osserviamo che il miglioramento atteso interessa generalmente tutti i settori, se ci riferiamo alla produzione ed al fatturato esportato, per i quali si registrano variazioni positive o, se negative, d'intensità più contenuta rispetto a quelle del semestre passato. Relativamente al fatturato, al portafoglio ordini ed all'occupazione si attendono delle variazioni che indicano un miglioramento per tutti i settori, ad eccezione del comparto edile che evidenzia un rallentamento, mostrando una diminuzione dei valori rispetto a quelli del I semestre 2007. Di entità più contenuta appare, infine, la crescita degli investimenti di tutti i settori, dal momento che registrano una variazione positiva per il II semestre 2007 che risulta tuttavia inferiore a quella rilevata per il I semestre 2007. Il settore manifatturiero conferma i maggiori incrementi degli indicatori, seguito dall'agricoltura e dai servizi, mentre le costruzioni mostrano una contrazione, seppur contenuta.



## **PRINCIPALI RISULTATI DELLA PRECEDENTE PROGRAMMAZIONE PLURIENNALE**

Notevole è stata l'attività dell'Ente camerale per il perseguimento degli obiettivi fissati nella precedente programmazione triennale.

Si segnala sinteticamente l'impegno nel settore dell'e-government, con la revisione dell'utilizzo del Registro delle imprese ed il superamento di una concezione limitata alla produzione di visure e certificati, e l'adozione di un orientamento ad attività sempre più innovative, con notevole potenziamento dell'utilizzo dell'informatica e della telematica per l'erogazione di servizi on-line.

Nell'ambito della regolazione del mercato si evidenzia la promozione degli strumenti per la soluzione alternativa delle controversie, il controllo e prevenzione di formule contrattuali abusive, la re-interpretazione, alla luce delle nuove funzioni, delle tradizionali attività riconducibili alla regolazione del mercato come la rilevazione dei prezzi e degli usi e consuetudini.

Una particolare attenzione è stata posta alla diffusione delle tecnologie per le PMI e alla creazione di un network della Pubblica Amministrazione, mediante il sostegno di progetti mirati all'introduzione dell'innovazione tecnologica, per favorire l'integrazione a rete tra Imprese, Associazioni ed Istituzioni.

Un grande impegno è stato rivolto verso azioni di proposta e stimolo nei confronti delle altre Istituzioni, realizzate sia sul piano tecnico-progettuale che politico-istituzionale.

Per lo sviluppo locale sono state attuate iniziative di marketing territoriale che hanno consentito la creazione di nuove opportunità per il territorio, parallelamente ad una crescita del ruolo della Camera di Commercio, diventata principale interlocutore delle Aziende e degli altri Attori dello sviluppo del territorio nella promozione degli interventi a sostegno dell'economia locale.

Grande attenzione è stata rivolta all'attività relazionale dell'Ente, estendendola e rafforzandola, sia nei confronti di attori pubblici che privati, nonché rendendo organici i rapporti preesistenti con gli altri soggetti.

La rete di rapporti e relazioni interistituzionali creata ha interessato: Regione Lazio, ARSIAL, FILAS, Unionfidi, BIC Lazio, Agenzia Sviluppo Lazio, Amministrazione provinciale di Frosinone, Comuni e Parlamentari eletti nel territorio, GAL, Comunità Montane, Forze dell'ordine, Unioncamere ed Unioncamere Lazio, Infocamere, Tecno Holding S.p.A., altre CCIAA, Asseforcamere, Associazioni di categoria, Organizzazioni sindacali, Aziende operanti sul territorio, Ordini professionali, Associazioni di Consumatori, Consorzio Area per lo sviluppo industriale di Frosinone e Consorzio Area per lo sviluppo industriale del Lazio meridionale, Istituto Tagliacarne, Censis, Azienda per la promozione turistica della provincia di Frosinone, Università degli Studi di Cassino, Accademia di Belle Arti e Conservatorio di musica "Licinio Refice" di Frosinone, Istituti scolastici della provincia di Frosinone di grado primario e



secondario e del C.S.A di Frosinone, Associazioni culturali, artistiche, sociali e sportive della provincia di Frosinone.

Consistente e significativo è stato poi il contributo dell'Ente per il sostegno di infrastrutture strategiche per lo sviluppo del territorio. L'obiettivo di fondo è stato principalmente la valorizzazione del potenziale di sviluppo del sistema di trasporti e di quello aeroportuale in particolare.

E' stata sostenuto lo sviluppo di strutture di servizio, ricerca e formazione, e sono stati valorizzati i nessi tra turismo, sistema agroalimentare, congressualità, fiere e beni culturali.

Sono state realizzate importanti sinergie con le società partecipate dall'Ente camerale, aventi ad oggetto il potenziamento infrastrutturale del territorio quali la Società Interporto Frosinone S.p.A. e la Società Aeroporto di Frosinone S.p.A..

Sono state sviluppate numerose iniziative promozionali nel campo dell'innovazione, per il miglioramento della qualità dei prodotti, per la diffusione della cultura della responsabilità sociale presso le imprese al fine di sensibilizzare queste ultime all'adozione di comportamenti socialmente responsabili che possano contribuire ad allargare le prospettive di sviluppo e diminuire il profilo di rischio dell'impresa.

Numerose sono state, nell'ambito delle politiche di filiera, le iniziative a sostegno della certificazione delle produzioni tipiche del territorio e, per la valorizzazione made in Italy, la valorizzazione delle produzioni tipiche, che insieme alle risorse naturali e culturali, costituiscono un importante fattore di richiamo per il territorio.

Si è provveduto poi, attraverso l'azienda speciale Innova, a specifiche azioni di formazione delle risorse umane, necessarie al sistema delle imprese per accrescere la propria competitività. In questo ambito sono state sostenute soprattutto azioni per il continuo aggiornamento del personale dei vari profili professionali presenti nelle imprese per riadattarli alle nuove e mutevoli esigenze.

Per il sostegno delle Imprese nei processi di internazionalizzazione, attraverso l'azienda speciale Aspin, sono stati sviluppati interventi ed attività che si collegano alle politiche comunitarie. In particolare è stata sostenuta la realtà imprenditoriale locale nel suo proiettarsi sui mercati internazionali.

Nel settore del Credito sono state sviluppate iniziative in relazione agli accordi di Basilea 2, tese a favorire l'accesso al credito o finalizzate alla riduzione del costo del denaro a favore delle PMI.

L'Ente ha inoltre sostenuto un'attività diretta a creare un rapporto flessibile e specializzato tra piccole imprese e sistema creditizio-finanziario, facendo leva sull'utilizzo di convenzioni con il sistema bancario e puntando allo sviluppo di azioni di raccordo tra i bisogni finanziari della piccola impresa ed il mercato del credito.

L'Ente ha provveduto inoltre all'erogazione di contributi diretti alle imprese, in particolare a favore di investimenti rientranti in specifiche aree di intervento, ritenute strategiche per lo sviluppo del tessuto imprenditoriale e per un





adeguamento della struttura produttiva e organizzativa delle PMI alle più urgenti dinamiche concorrenziali.

Per il potenziamento delle attività di comunicazione, è stata privilegiata una produzione innovativa ed integrata di informazioni economiche personalizzate, destinate ai soggetti del mercato, imprese e consumatori, in un'ottica diretta ad assicurare lo stabilirsi di fluide e corrette relazioni economiche.

Ai fini di una maggiore riconoscibilità ed una più forte identità di sistema è stato adottato il nuovo logo camerale, finalizzato a fornire un'immagine condivisa dell'intera rete camerale.

Ravvisata l'esigenza e il dovere etico di rispondere dell'operato dell'Ente in termini di efficacia sociale della gestione, perseguendo l'obiettivo di trasferire a tutti i portatori di interesse il valore aggiunto dell'organizzazione camerale, esplicitandone l'identità, la missione, i valori strategici, i servizi e le linee di intervento, la Camera ha redatto inoltre il primo Bilancio sociale.

Sul piano degli obiettivi interni va evidenziata l'intensa attività di formazione e sviluppo del personale attraverso la realizzazione di specifici percorsi studiati per l'ottimizzazione dei profili professionali.

Sotto l'aspetto della gestione e del controllo economico-finanziario, è stata realizzata una gestione dell'Ente improntata ai criteri di efficacia, efficienza ed economicità, che ha anche consentito la disponibilità di risorse per l'acquisto della nuova sede camerale di Via Roma e che permetterà già a partire dal 2008, la ristrutturazione della sede storica di Via Alcide De Gasperi.

Nell'ambito delle attività di ricerca, è stato realizzato, in collaborazione con l'Istituto Tagliacarne, dell'Osservatorio economico della provincia di Frosinone, un importante strumento conoscitivo sull'economia ciociara che rappresenta un supporto essenziale per tutti gli operatori economici e per quanti si occupano di studi, analisi, progettazione, e programmazione dello sviluppo territoriale.

Si segnala inoltre una intensa attività di studio riguardante i Distretti Industriali e i Sistemi Produttivi Locali in provincia di Frosinone, oltre a numerose altre iniziative di natura promozionale a supporto di tali aree di eccellenza.

E' stato inoltre realizzato l'Osservatorio sul credito della provincia di Frosinone, per una maggiore conoscenza del ruolo del sistema creditizio nell'economia locale, con particolare riguardo ai rapporti tra Imprese, Banche e Consorzi Fidi.

Lo studio costituisce un punto di riferimento conoscitivo per la realizzazione di iniziative sul territorio e rappresenta un momento di riflessione e di confronto tra mondo del credito, Istituzioni e Imprese.

Notevole è stato l'impulso alla rivista bimestrale "Rassegna sull'Economia Ciociara" (Punto.con), principale strumento di comunicazione dell'Ente attraverso articoli sulle iniziative della Camera di Commercio, trattazione di temi di economia e di politica economica; il tutto con un taglio di maggiore attualità sui principali temi sullo sviluppo del territorio.

Numerose sono state poi le iniziative fieristiche, sia in Italia che all'estero che hanno permesso il sostegno del brand "Ciociaria" offrendo concrete opportunità alle aziende partecipanti. Sono state promosse le eccellenze di un territorio ricco di sapori e di saperi; una serie di progetti speciali e di manifestazioni specifiche



realizzate in maniera autonoma o all'interno di una rete territoriale interistituzionale.

Sono state realizzate numerose pubblicazioni e materiale divulgativo per promuovere al meglio e far conoscere un territorio attraverso tematiche e aspetti sempre differenti.

Una consistente attività è stata sostenuta anche nel campo della gestione delle richieste per la concessione di contributi per la partecipazione a fiere e mostre in Italia e all'estero, per i patrocini ed altre iniziative presentate dai vari attori territoriali.

Muovendo dal presupposto che la sola leva della promozione turistica non fosse più sufficiente a valorizzare l'offerta turistica della Ciociaria in un mercato sempre più esigente, è stato sostenuto, in linea con le indicazioni della riforma nazionale sul turismo, l'approfondimento delle problematiche dell'intera filiera turistica, in una visione completa di marketing mix.

Si è scelto di intervenire, come primo passo, con una azione più efficace nella composizione degli itinerari turistici e nella commercializzazione delle relative offerte, utili alle iniziative degli operatori locali, attualmente ancora poco incisive e limitate ad alcuni siti turistici e ricettivi della provincia.

I principali obiettivi su cui è stato orientato l'impegno hanno riguardato il posizionamento complessivo del marchio Ciociaria in Italia ed in particolare nei bacini di Roma e Napoli, lo sviluppo delle linee di offerta, il turismo culturale, artistico e religioso, quello naturalistico e sportivo, scolastico e didattico, enogastronomico nonché la gestione di un distretto culturale e la relativa progettualità. Si è provveduto inoltre a supportare gli enti locali e gli operatori del turismo per lo sviluppo territoriale e la realizzazione degli eventi culturali e di animazione turistica.



## SITUAZIONE FINANZIARIA DELL'ENTE

	VALORI DI CONSUNTIVO					PROIEZIONI FUTURE				
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<b>PROVENTI</b>										
Diritto annuale	6.007.391	5.823.003	6.021.156	6.746.023	7.256.967	7.200.000	7.100.000	7.120.000	7.150.000	7.200.000
Diritti di segreteria	1.364.960	1.215.402	1.373.651	1.635.153	1.910.156	1.780.000	1.800.000	1.827.000	1.854.405	1.882.221
Altri Proventi	932.757	649.957	482.399	436.020	530.220	433.000	532.000	547.960	564.399	581.331
<b>ONERI</b>										
Personale	2.262.643	2.317.846	2.384.443	2.301.782	2.735.844	3.150.000	3.385.950	3.436.739	3.488.290	3.540.615
Funzionamento	2.286.677	2.091.426	2.304.051	2.039.571	2.800.141	2.475.000	2.648.950	2.675.440	2.702.194	2.729.216
Interventi Economici	2.003.410	2.726.397	2.414.624	1.703.868	2.065.572	1.921.500	2.800.000	2.767.145	2.774.996	2.802.464
Ammortamenti ed accantonamenti	989.076	1.197.079	788.991	911.402	975.570	615.000	628.200	615.636	603.323	591.257
<b>INVESTIMENTI</b>										
Immobilizzazioni	88.532	209.139	1.394.075	122401,39	67.429	100.000	1.150.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Partecipazioni e Conferimenti	15.000	487.562	67.565	5.000	316.795	1.226.000	500.000	200.000	200.000	200.000

In tale tabella viene fornito una previsione relativamente al periodo 2007-2011 effettuando una regressione lineare sulla base dei dati di consuntivo dell'ultimo quinquennio.

Assumendo come riferimento i valori vigenti della misura del diritto annuale, ed ipotizzando l'invarianza della relativa normativa, le risorse finanziarie del sistema camerale sono ipotizzate per i prossimi anni in leggera crescita.

In particolare il diritto annuale, principale componente delle entrate camerale, potrà essere interessato solo da adeguamenti derivanti dall'eventuale saldo positivo tra cancellazioni e nuove iscrizioni al Registro Imprese, non essendo previsti, nel momento della redazione del piano pluriennale, incrementi dei valori unitari delle contribuzioni.

I Diritti di segreteria segneranno una tendenziale staticità per il consolidamento della pratica dell'autocertificazione.

Sul fronte degli oneri, quelli per il personale dipendente segneranno una leggera crescita in virtù dell'applicazione di rinnovi contrattuali, di eventuali progressioni economiche, temperata dalla politica di contenimento del personale praticata dall'Ente, nonché da nuove assunzioni in virtù della prevista rivisitazione della pianta organica. Analogo andamento si ipotizza per gli oneri di funzionamento.



## LA VISION E LA MISSION

La legge n. 580 del 1993, che ha modificato l'ordinamento delle Camere di Commercio, ha assegnato ad esse nuovi compiti, trasferendovi funzioni di altri enti e indirizzandole a svolgere nuove attività a sostegno dell'economia locale. Tale legge, unitamente alla normativa successiva, ha rafforzato l'identità e il ruolo dell'istituzione Camera che, grazie all'acquisita autonomia statutaria, organizzativa, regolamentare, finanziaria e funzionale, si è trovata all'incrocio di strade diverse che intersecano il pubblico e il privato, il locale ed il globale.

L'Ente deve confrontarsi parallelamente con i rapidi mutamenti della configurazione geo-politica mondiale e dell'Unione Europea che produce cambiamenti anche all'interno dell'Italia, accelerando ancor di più la competizione tra i territori.

L'economia, il commercio, gli scambi culturali, la comunicazione, proiettano infatti la provincia di Frosinone su scala internazionale e la collocano dentro una articolata rete di rapporti, dove i processi divengono globali.

Definire il programma pluriennale per l'Ente camerale significa pertanto comprendere la logica della competizione territoriale, dove aree contrassegnate da una forte propulsione economica ed istituzionale contendono le risorse e le imprese ad aree meno dinamiche e meno innovatrici. Per rappresentare, pertanto, uno scenario di rilancio competitivo per le imprese, la provincia di Frosinone, ha bisogno di un ambiente favorevole all'iniziativa imprenditoriale, di mercati flessibili e dinamici, di una gestione efficiente delle sue risorse, di infrastrutture moderne e funzionali, di servizi avanzati per il mondo del lavoro, e soprattutto di importanti investimenti sul piano della ricerca e dell'innovazione.

A tal fine è fondamentale il ruolo delle Istituzioni per armonizzare forze produttive eterogenee e costruire validi canali di comunicazione e interscambio tra Imprenditoria, Pubblica Amministrazione e Cittadini.

Attraverso la pianificazione strategica occorre pertanto trovare risposta alla richiesta di partecipazione e di un rinnovato e più trasparente rapporto tra cittadini e amministrazioni e, soprattutto, guardare lontano, immaginare e guidare lo sviluppo, progettando e governando processi di trasformazione, costruendo nuove identità, attraverso un insieme coerente e flessibile di interventi in grado di generare valore aggiunto.

Si tratta dunque di una reale occasione per applicare il concetto di *governance*, come confronto e composizione di interessi, per dare attuazione ai principi di sussidiarietà e di cooperazione e per porre le premesse per un modo di agire moderno dell'Amministrazione Pubblica.

La predisposizione del programma pluriennale parte dalla riconsiderazione della *vision* camerale, ovvero dalla traduzione della filosofia e della cultura posta alla base dell'organizzazione, in parte applicata e in parte desiderata, attraverso la quale chiarire i motivi e gli scopi della propria presenza sul territorio e immaginare gli scenari futuri possibili.



Nella definizione della vision i concetti chiave della cultura camerale, e cioè sviluppo, territorio, imprese, crescita, equilibrio, innovazione, servizio, mercato si intrecciano con l'espressione di altri imprescindibili valori immateriali, quali l'eticità e il rigore morale, la tutela e la crescita del patrimonio di saperi.

La Camera di Commercio di Frosinone vuole essere la casa delle imprese. Essa vuole favorire la crescita dell'imprenditorialità attraverso il rafforzamento, l'innovazione e l'internazionalizzazione delle imprese e del sistema economico locale, sviluppando le capacità di lettura ed interpretazione delle esigenze del territorio e sostenere con particolare impegno l'interesse del sistema delle imprese locali a livello istituzionale.

L'azione della Camera di Commercio di Frosinone poggia sulla capacità di ottimizzare l'utilizzo delle risorse per la realizzazione di progetti, operare con efficacia ed efficienza, moltiplicare le risorse immesse nel sistema economico locale e soprattutto indirizzare la definizione e l'attuazione delle politiche di sviluppo locale.

E' un luogo dove lavorare: ciò significa esprimere e sviluppare le proprie capacità, sia tra i collaboratori, le imprese ed i soggetti esterni, raggiungere obiettivi significativi e sfidanti e vedere riconosciuto il proprio contributo alla loro realizzazione.

Il Programma Pluriennale della Camera di Commercio, intende soddisfare queste molteplici esigenze e aspirazioni: vuole rappresentare un impegno fondamentale, una modalità di azione politica efficace e nello stesso tempo esprimere un'attenzione particolare al territorio con una visione avveniristica guidata da un approccio realistico.

Il Programma costituisce la maturazione di un percorso di rilettura delle linee di indirizzo del passato, con tracce che si armonizzano in una naturale continuità ed evoluzione, raccogliendo gli *input* segnalati dal territorio per l'elaborazione di politiche che sappiano fare emergere le potenzialità del sistema della provincia di Frosinone, al fine di esaltarne i punti di forza e le eccellenze. La Camera di Commercio non è dunque un semplice soggetto burocratico che eroga servizi previsti dalla norma, ma è una Istituzione che si qualifica per il proprio ruolo di motore di crescita.

La sua *mission* è quella di contribuire alla modernizzazione del sistema istituzionale e alla competitività delle imprese a diversi livelli, per consolidare e sviluppare il proprio ruolo nell'ordinamento, nelle politiche di sviluppo delle economie locali, e nei processi di riqualificazione dell'Amministrazione Pubblica.

Il criterio privilegiato con cui la Camera intende operare per migliorare il quadro complessivo dei servizi alle imprese continuerà a essere la sussidiarietà, intesa come costante ricerca dell'integrazione con il mondo associativo, criterio che è ormai diventato riferimento permanente della sua azione di sviluppo nel territorio.

Se il ruolo riconosciuto al sistema camerale è quello di nodo tra la dimensione locale e quella globale, la vera sfida, cui non ci si intende sottrarre per gli anni a venire, è di qualificare tale nodo rendendolo capace di tradurre le innovazioni e



i mutamenti, che nel contesto globale sono sempre più rapidi, in obiettivi e azioni coerenti ed applicabili in ambito locale.

Ciò implica una modifica nella mentalità stessa in cui operare, un'attitudine al cambiamento che deve permeare l'Ente nel suo complesso: dalla struttura operativa agli organi di direzione politica, il nuovo valore da adottare deve essere accettare l'innovazione continua come aspetto abituale della propria azione di sviluppo del territorio.

L'Ente camerale intende proporsi come Istituzione moderna in continuo confronto con l'ambiente esterno.

Per tradurre questa aspirazione di fondo in comportamenti e modalità di azione coerenti, è necessario muoversi contemporaneamente in almeno due direzioni, sul fronte esterno e su quello interno.

Sul fronte esterno, appare indispensabile, partendo da una visione sistemica del contesto, dei suoi punti di forza e debolezza, delle sue prospettive future nei confronti di altre aree territoriali nazionali ed internazionali, elaborare una vera e propria strategia di alleanze ai vari livelli.

Sul piano interno, mettersi costantemente in discussione significa anche migliorare i processi interni, grazie anche al supporto del Sistema Generale della Qualità (certificato secondo la norma ISO 9001:2000), e saper costantemente orientare le attività nella direzione indicata dall'utenza.

Se questo è l'obiettivo ultimo, occorre in primo luogo puntare alla massima trasparenza, in modo da rendere l'operato della Camera immediatamente conoscibile da chiunque, portando avanti l'impegno di rendicontazione delle attività.

D'altra parte, in un'ottica di continuo miglioramento del servizio e di dialogo aperto con i cittadini, è sempre più necessario che l'Ente si metta nelle condizioni di conoscere il punto di vista degli utenti. Ciò porterà ad estendere l'indagine di *customer satisfaction*, adottando strumenti sempre più sofisticati per rilevare il grado di soddisfazione dei diversi servizi erogati.

Presupposto fondamentale è che la struttura organizzativa sia adeguatamente attrezzata e che sia in grado non solo di assorbire il cambiamento continuo, ma anche di anticiparlo.

La Camera di Commercio continuerà pertanto ad essere impegnata nella tutela e nella promozione del sistema delle imprese della provincia, considerato sotto l'aspetto territoriale, settoriale e dimensionale.

Per il primo ambito la Camera di Commercio intende accrescere ulteriormente la presenza della Camera nel territorio sviluppando il decentramento telematico e funzionale, favorendo l'integrazione a rete tra Imprese, Associazioni e Istituzioni e rafforzare e promuovere un modello ed un brand locale.

Sotto l'aspetto settoriale l'Ente sosterrà la competitività del sistema delle imprese, individuando quelle filiere e quei segmenti trainanti che possono fungere da moltiplicatori dello sviluppo economico.

Sotto il terzo profilo l'Ente dovrà prestare attenzione alla dimensione d'impresa differenziando di conseguenza l'approccio e il tipo di intervento.



Il principio che presiede a qualsiasi strategia camerale è il principio della sussidiarietà, secondo il quale la Camera è, da un lato, la prima sede istituzionale di riconoscimento e promozione degli interessi del sistema delle imprese (sussidiarietà orizzontale) e, dall'altro, interviene, soprattutto in tema di servizi, solo laddove essi non possono essere erogati autonomamente dal mercato e dalle associazioni di categoria in particolare (sussidiarietà verticale). Efficacia, efficienza e flessibilità sono i criteri cui deve essere improntata la struttura organizzativa della Camera.

Punto qualificante del programma è il richiamo al metodo della collaborazione, in posizione paritaria con le altre istituzioni, con i nodi del sistema camerale e con le organizzazioni rappresentative delle imprese.

La Camera di Commercio è l'istituzione più prossima al sistema delle imprese, quindi, in base al principio di sussidiarietà, deve rappresentare l'interlocutore principale della Regione per la gestione delle funzioni che al sistema delle imprese si rivolgono.

La Camera deve puntare alla valorizzazione del territorio, cercando di essere un'istituzione realmente vicina a tutti i sub-sistemi economico-territoriali di cui è composta la provincia di Frosinone, sia sviluppando ulteriormente moderne forme di presenza e dialogo con il territorio quali il decentramento telematico e funzionale, sia sostenendo l'attuazione di interventi sul territorio in grado di accrescere la competitività dei sub-sistemi locali e di farli dialogare con il mercato globale.

In tal senso si deve rafforzare l'impegno per le specifiche realtà territoriali, aiutando le imprese a rapportarsi con gli enti locali, favorendo un'integrazione a rete tra le imprese, le associazioni locali, i centri servizi presenti sul territorio, al fine di promuovere una nuova politica per lo sviluppo locale.

L'Ente è una delle realtà in cui si intrecciano a filiera le più svariate esigenze settoriali: dall'agricoltura ai servizi alle imprese, dalla produzione alimentare alla moda, dal commercio tradizionale al turismo.

Consapevole di ciò, la Camera non deve quindi impostare una generica politica per settori ma deve mostrarsi attenta alle specificità settoriali e produttive, individuando quelle filiere e quei segmenti di attività economica che costituiscono la chiave di volta per lo sviluppo di Frosinone nel breve-medio periodo e per le quali si devono pertanto attivare iniziative specifiche.





## IL SISTEMA DEI VALORI E GLI OBIETTIVI PRIORITARI

Per accrescere la competitività del sistema locale occorre essere sempre più attenti a quei settori che si qualificano come trainanti, che rappresentano cioè i motori di sviluppo dell'economia locale e che sono pertanto in grado di agire da moltiplicatori dello sviluppo dell'area nella competizione globale. Attenzione, pertanto, deve essere data alle attività ad elevato contenuto tecnologico, all'accentuazione delle caratteristiche di eccellenza del sistema agroalimentare, alla sempre maggiore connotazione di Frosinone quale polo di creazione di sistema di servizi integrati, in un processo evolutivo che vede il graduale passaggio da un'impresa tradizionale produttrice di beni materiali, peraltro sempre di fondamentale importanza nel contesto Frusinate, a un'impresa sempre più orientata alla produzione di beni immateriali e di servizi.

Occorre inoltre prestare attenzione alla dimensione d'impresa: il tessuto imprenditoriale Frusinate è costituito infatti da imprese di dimensioni diverse, dimensioni che sottendono e qualificano capacità, stili, modalità produttive e quindi bisogni e percorsi di sviluppo completamente diversi. E' quindi necessario pensare ad una politica complessa e articolata, che possa guardare alla piccola impresa, alla media e alla grande, cogliendone le specificità. In questo quadro, il sistema delle imprese di piccole e piccolissime dimensioni necessita di un soggetto politico – istituzionale in grado interpretarne i bisogni e di darvi risposte mirate, promuovendo un sistema sempre più integrato di servizi.

Si devono quindi aiutare le piccole imprese a crescere e le medie e grandi imprese a consolidarsi; se è vero che il tessuto di piccola impresa costituisce una grande ricchezza per Frosinone e per il nostro Paese, è altrettanto vero che nell'epoca della competizione globale è importante mantenere un'equilibrata presenza di medie e grandi imprese, capaci di proporsi come modello operativo a cui le piccole imprese possano fare riferimento. Pertanto si deve saper attuare una politica per lo sviluppo e la crescita dell'impresa, agendo su tutti quei fattori che ne determinano il successivo (risorse umane, capitali, innovazione tecnologica).

Alla luce di una così elevata complessità e dinamicità del sistema delle imprese di cui si è deputati a favorire lo sviluppo, emergono due strumenti fondamentali per l'azione camerale:

- **Conoscenza e Monitoraggio.** Per poter essere l'istituzione in grado di ideare e realizzare, in modo sussidiario, una efficace politica di crescita del sistema economico territoriale, è indispensabile che la Camera sviluppi la capacità di essere sempre più sensore delle trasformazioni e dei bisogni dell'economia locale e del sistema delle imprese. E' pertanto necessario dotarsi di tutti quegli strumenti di studio, informazione, monitoraggio e relazionalità con altri soggetti, innanzitutto le associazioni, le università, il





mondo della ricerca, che sono indispensabili per conoscere le trasformazioni del sistema imprenditoriale e l'evoluzione dei suoi bisogni.

- **Comunicazione.** Non meno importante è la capacità di comunicare: innanzitutto comunicando alle imprese la nuova natura istituzionale della Camera, e tutto ciò che, anche in termini operativi, da questa discende. In secondo luogo occorre prestare sempre maggiore attenzione all'ascolto delle imprese e a migliorare l'interazione con esse.

Con specifico riguardo ai servizi, ci si propone di progettare e realizzare innanzitutto e principalmente servizi di sistema, ossia interventi non concepiti per rispondere al bisogno della singola impresa, ma per favorire lo sviluppo e la crescita dell'intero sistema economico. In ogni caso, i servizi diretti alle imprese vengono sempre e comunque erogati secondo il principio della sussidiarietà. Questo significa che i servizi diretti al sistema economico sono erogati dal sistema camerale solo laddove il mercato, attraverso la pluralità di soggetti pubblici e privati che vi operano, non è in grado di fornirli e di svilupparli autonomamente e che si agisce per rafforzare il raccordo tra i soggetti privati o in primo luogo le associazioni di rappresentanza – con lo scopo di favorirne la crescita e la capacità di risposta ai bisogni espressi dal mercato, oltre che per orientare e sviluppare l'offerta di servizi laddove possono essere prodotti ed erogati nel modo più economico e utile all'impresa.

L'istituzione camerale deve inoltre offrire le proprie conoscenze e il proprio status istituzionale per porsi come soggetto *super partes* che supporta e garantisce la regolazione e la certificazione dell'offerta dei servizi non sovrapponendosi ai soggetti che operano nel mercato e attuando una reale azione di sviluppo dell'intero sistema economico.

L'azione diretta della Camera diventa importante laddove si è chiamati a progettare servizi nuovi, sullo stimolo di nuovi bisogni presenti nel mercato; in questo caso ci si assume l'impegno di sperimentare nuove modalità operative e progettuali che contribuiscano alla crescita del sistema economico locale, nella consapevolezza di aver esaurito il compito nel momento in cui il servizio, messo a regime, possa essere facilmente reiterato da soggetti privati del mercato stesso. Nello sviluppo della propria attività la Camera deve sempre, costantemente, tendere a soddisfare criteri di:

- efficacia ed efficienza, non solo in relazione alla validità del risultato (efficacia del servizio reso) ma anche in relazione alla modalità con cui il risultato viene raggiunto (efficienza dell'azione pubblica);
- flessibilità: essendo sempre più impegnata sulla sperimentazione di nuove risposte a nuovi bisogni, la struttura della Camera deve essere sempre più attenta ai mutamenti in atto nel sistema della domanda e in quello dell'offerta, in grado di percepirli e dare risposte pertinenti e intelligenti.

Un ulteriore punto qualificante del programma di intervento della Camera è sicuramente il costante richiamo al metodo dell'alleanza e della collaborazione sia con altre istituzioni, in una posizione paritaria, sia con gli altri nodi del



sistema camerale nazionale e internazionale, sia con le associazioni e con tutte le espressioni auto organizzate del sistema delle imprese.

Tale posizione diventa particolarmente strategica, in un quadro normativo in cui si vanno a ridisegnare compiti e attribuzioni di Stato ed enti locali, in una logica di decentramento politico e amministrativo.

In questo quadro è assolutamente fondamentale definire modalità organiche di collaborazione innanzitutto con la Regione, istituzione che rappresenta ormai, il principale centro di competenza legislativa e amministrativa nel campo economico e produttivo.

E' facendo leva sulla sussidiarietà, che la Camera di Commercio, quale istituzione di riferimento per la gestione delle funzioni rivolte al sistema delle imprese, deve porsi come interlocutore autorevole della Regione per ottenere il riconoscimento di un ruolo di rilievo nel quadro del sistema di relazioni istituzionali, anche alla luce del nuovo Statuto regionale.

Un compito consistente ed impegnativo cui la Camera di Commercio di Frosinone intende, anche tramite le Associazioni rappresentate nel Consiglio camerale, dedicare un impegno attento e continuativo, promuovendo anche un rafforzamento del ruolo dell'Unione delle Camere di Commercio del Lazio.

L'obiettivo è di far sì che la Regione conferisca la gestione e l'amministrazione delle funzioni di materia economica alle Camere in quanto autonomie più prossime al tessuto imprenditoriale.

In tale prospettiva va ricordato che le Camere si pongono come naturale rete di riferimento istituzionale della Regione sul territorio, in quanto:

- esercitano un ruolo di interfaccia con il sistema delle imprese, sia di tipo amministrativo sia di tipo politico-strategico;
- hanno la possibilità, attraverso la interconnessione a rete che configura la dinamica relazionale tra le diverse camere di Commercio nazionali e internazionali, di dialogare con altre realtà (pubbliche e private) senza vincoli di territorio.

Grazie al lavoro svolto in questi anni, incentrato innanzitutto sulla necessità / opportunità che ogni singola Camera di Commercio funga da nodo di una rete nazionale e internazionale, la Camera di Commercio è oggi un'Istituzione in grado di dialogare e collaborare con altre realtà locali e transnazionali, con un elevato grado di flessibilità che bene si coniuga con l'obiettivo di decentramento e alleggerimento dello Stato centrale.

Ciò comporta la possibilità di raccordarsi all'Ente Regione, come portatori delle istanze del sistema delle imprese, con un ruolo propositivo, consultivo e di organizzazione specializzata dei servizi sul territorio, chiedendo ed ottenendo le deleghe più opportune.

La Camera deve divenire quindi lo strumento privilegiato per rendere possibile al sistema delle imprese locali di dialogare, confrontarsi e avere una forte soggettività verso le Istituzioni territoriali, il Governo centrale, l'Unione Europea, le Autorità indipendenti e le altre Istituzioni funzionali. Essa deve quindi:



- saper esprimere presso le altre istituzioni l'interesse generale del sistema delle imprese;
- diventare sempre più autorevole e presente nell'indirizzare i processi decisionali di interesse delle imprese che si svolgono nei Comuni, in Provincia, in Regione, a Roma e a Bruxelles;
- saper, infine, semplificare e realizzare in modo decentrato e competente, quei compiti istituzionali di interesse per le imprese che oggi sono affidati ad altri ma che meglio potrebbero essere svolti dalla Camera, attraverso strumenti di delega, partnership, accordi di programma.

Ciò significa, innanzitutto, organizzare relazioni di collaborazione con gli enti territoriali secondo una logica di complementarità e di sinergia, avendo presente la distinzione delle rispettive missioni.

Ciò significa, in particolare, promuovere e organizzare un nuovo rapporto con i Comuni e la Provincia per interfacciare imprese e cittadini nella gestione in via semplificata di problematiche comuni e nell'organizzazione del territorio.



## **IL PROGRAMMA STRATEGICO**

### **La valorizzazione del patrimonio immobiliare**

Al fine della valorizzazione e mantenimento del valore del patrimonio esistente e della sua migliore finalizzazione al servizio delle imprese e del territorio, la Camera dovrà effettuare lavori di straordinaria e ordinaria manutenzione degli immobili di proprietà.

Per la sede di Via De Gasperi, si procederà, già a partire dal 2008, all'esecuzione dei lavori di ristrutturazione, la cui durata complessiva è stata prevista in diciotto mesi.

Attraverso la ristrutturazione l'Ente intende valorizzare il palazzo di Via De Gasperi affinché esso possa divenire il Palazzo dell'economia della provincia di Frosinone e del suo territorio, funzionale allo sviluppo di molteplici attività, che potranno peraltro contribuire a rivitalizzare il centro storico del capoluogo.

### **Struttura organizzativa, acquisizione e valorizzazione delle risorse umane**

I consistenti impegni assunti dalla Camera di Commercio di Frosinone, nel corso degli ultimi anni, per la promozione del territorio e la valorizzazione in generale del sistema imprenditoriale, impongono la disponibilità di una struttura efficiente e dotata di notevoli professionalità.

Lo svolgimento delle attività istituzionali, amministrative, promozionali e di regolazione del mercato, in relazione ai programmi già assunti e alle linee di indirizzo espresse dall'Organo di governo dell'Ente, evidenziano diversi fabbisogni in termini di risorse umane.

La continua evoluzione delle normative di riferimento e delle tecnologie di cui si avvale l'Ente per fornire un servizio sempre più efficace e tempestivo, necessita di una corrispondente crescita nelle competenze tecniche. Si evidenziano specialmente le necessità di accrescimento delle competenze informatiche del personale che, a vario titolo ed in varia misura, utilizza strumenti e procedure tecnologicamente avanzate, che hanno determinato l'attivazione già in passato di corsi di informatica per i propri dipendenti; tale attività andrà proseguita con ulteriori aggiornamenti.

Ulteriori fabbisogni emergono dal voler assicurare una più efficace presenza sul territorio, in relazione al potenziamento dei servizi erogati attraverso le sedi decentrate dell'Ente, così come è da prevedere un incremento delle risorse umane da impiegare negli uffici preposti alle attività istituzionali e di promozione economica, nella gestione delle attività tipicamente amministrative e di regolazione del mercato.

Si può concludere che nonostante l'informatizzazione di molti servizi, il personale è chiamato sempre di più a garantire attività di relazione, servizi di supporto e



consulenza all'utenza, e dovrà possedere le necessarie competenze ed avvalersi di ogni mezzo utile a favorire positive relazioni interpersonali.

Il personale dell'Ente dovrà acquisire, sempre più, connotati di alta professionalità e qualità; pertanto, sarà necessario porre particolare attenzione alla formazione continua del personale in servizio affinché lo stesso possa corrispondere adeguatamente al livello dei servizi da erogare, tenendo anche conto di un aggiornamento della struttura organizzativa e della dotazione organica.

Occorrerà inoltre pianificare il reperimento di nuove unità di personale nei vari livelli, anche sulla base dei fabbisogni di risorse umane che emergeranno dalla prevista rivisitazione della struttura organizzativa e della dotazione organica.

Tenuto conto inoltre che, nel corso degli ultimi anni, per garantire la regolare erogazione dei servizi si è dovuto far ricorso alla fornitura di unità di personale con la forma del contratto di somministrazione di lavoro, occorrerà procedere, attraverso verifiche tecnico-normative ed al continuo monitoraggio dell'evoluzione legislativa, alla valutazione delle possibilità di assunzione dei lavoratori che hanno maturato, attraverso tali forme di prestazione lavorative, una esperienza professionale nell'Ente.

### **Le relazioni istituzionali**

Un ulteriore punto qualificante del programma di intervento della Camera è sicuramente il costante richiamo al metodo dell'alleanza e della collaborazione con altre Istituzioni, con le altre strutture del sistema camerale a livello regionale, nazionale e internazionale, sia con le Associazioni ed il mondo sindacale.

Il rafforzamento di tale sistema di relazioni diventa oggi particolarmente strategico, in un quadro normativo in cui sono stati ridisegnati compiti e attribuzioni di Stato ed Enti locali, attraverso un decentramento politico e amministrativo. In tale contesto è fondamentale definire modalità organiche di collaborazione, innanzi tutto, con la Regione e con la Provincia.

Facendo leva sulla sussidiarietà, la Camere di Commercio dovrà porsi come l'istituzione di riferimento per la gestione delle funzioni rivolte al sistema delle imprese, consolidando un ruolo di centralità nel quadro del sistema di relazioni per lo sviluppo territoriale.

Si tratta di un'attività particolarmente impegnativa che l'Ente camerale, anche tramite le Associazioni rappresentate nel Consiglio camerale, intenderà sviluppare avvalendosi il più possibile della rete regionale e quindi sostenendo un ulteriore rafforzamento del ruolo dell'Unioncamere Lazio.

Occorrerà organizzare relazioni di collaborazione con gli enti territoriali secondo una logica di complementarità e di sinergia, avendo presente la distinzione delle rispettive missioni, mirando al sostegno della competitività del sistema imprese e allo sviluppo e alla tutela del territorio e dei cittadini. Ciò significherà anche sostenere un rapporto con i Comuni e in particolare con la Provincia per interfacciare imprese e cittadini nella gestione in via semplificata di problematiche comuni e nell'organizzazione del territorio, soprattutto in materia di infrastrutture.



Particolare attenzione dovrà essere inoltre posta alle attività di collaborazione con l'Università, gli Istituti scolastici e più in generale al consolidamento e al potenziamento della vasta rete di relazioni interistituzionali già attivata negli anni precedenti.

### **Le infrastrutture e il sistema delle società partecipate**

La provincia di Frosinone è caratterizzata da alcune debolezze infrastrutturali che non debbono trasformarsi in pesanti vincoli allo sviluppo. E' pertanto necessario sostenere progetti di rilevanza strategica per il territorio.

In tal senso la Camera di Commercio deve essere considerata un insostituibile strumento d'intervento a disposizione del sistema delle imprese e significativo è già stato, negli ultimi anni, il suo contributo alla nascita di importanti strutture e infrastrutture.

La Camera di Commercio intende proseguire questo impegno che ritiene parte essenziale della propria missione, definendo preliminarmente un forte disegno strategico e indirizzandolo essenzialmente ad azioni di proposta e stimolo nei confronti delle altre istituzioni, da realizzarsi non solo sul piano tecnico-progettuale, ma soprattutto su quello politico-istituzionale. La Camera sarà inoltre impegnata in azioni di indirizzo strategico tramite la partecipazione in enti di gestione diretta di progetti infrastrutturali, da intendersi come una presenza qualificata nelle infrastrutture di grande interesse economico, con investimenti significativi nella fase di inizio o di rilancio.

Il principale obiettivo sarà la valorizzazione e lo sviluppo del sistema di trasporti e di quello eliportuale ed aeroportuale in particolare.

La realizzazione dell'Eliporto e dell'Aeroporto di Frosinone costituiscono, infatti, importanti priorità per lo sviluppo locale. Il notevole impegno nel capitale della società Aeroporto di Frosinone Spa, testimonia che l'Ente camerale considera strategico il progetto, ed in futuro intende continuare l'iniziativa insieme agli altri partner territoriali.

Particolare attenzione dovrà poi essere posta allo sviluppo dei progetti da parte della Società Interporto Frosinone Spa (S.I.F.), altro tassello fondamentale per dotare la struttura produttiva locale di un importante sistema logistico.

L'impegno della Camera si esplicherà inoltre a sostegno di una struttura fieristica di valenza provinciale e nella ulteriore valorizzazione delle sinergie tra turismo, sistema agroalimentare, congressualità, beni culturali, nonché nel sostegno dello sviluppo di strutture di servizio, ricerca e formazione.

Un particolare impegno poi, dovrà essere profuso a sostegno del polo turistico-termale di Fiuggi, per il rilancio del turismo congressuale e dell'intero comparto salute e benessere.

Dovrà inoltre essere prestata particolare attenzione alle opportunità offerte dallo sviluppo della linea ferroviaria ad alta velocità, sostenendo la proposta di una fermata in territorio di Cassino.

In termini programmatici, nel corso del periodo di riferimento del Programma pluriennale, l'Ente profonderà nuovo impulso, attraverso i suoi rappresentanti,



presso le società partecipate, per lo sviluppo di tutte le strutture ed infrastrutture di importanza strategica per il territorio.

### **La cultura dell'innovazione**

Per avvicinare il mondo della ricerca al sistema delle imprese andranno sostenuti progetti di ricerca, innovazione e trasferimento tecnologico a favore delle imprese, supportando le attività del Palmer e sviluppando forti sinergie con l'Università degli Studi di Cassino.

Percorrere la strada dell'innovazione rappresenta un passaggio obbligato per ridare slancio alla competitività e allo sviluppo economico. In quanto istituzione economica volta a favorire uno sviluppo integrato del territorio, la Camere di Commercio è chiamata ad assumere un ruolo decisivo nel rilanciare e diffondere nel sistema produttivo e distributivo una vera cultura dell'innovazione. In tal senso, occorrerà quindi continuare ad interpretare un ruolo guida nella spinta agli investimenti in infrastrutture materiali e immateriali, in grado di potenziare la "rete dell'innovazione" sul territorio.

In coerenza con le politiche del sistema camerale, l'Ente dovrà impegnarsi per accrescere fortemente il grado di innovatività delle produzioni anche nei settori maturi facilitando l'introduzione di innovazione, intesa non solo come tecnologia, ma anche design, marketing innovativo e strategie distributive.

Un obiettivo che potrà essere raggiunto sostenendo iniziative ad alta intensità tecnologica e accompagnando la crescita delle imprese con adeguati strumenti finanziari, attraverso iniziative di facilitazione per l'accesso al credito e con l'immissione di idee e competenze, promuovendo un'evoluzione della cultura brevettuale, così da assicurare, in misura crescente, una moltiplicazione dei benefici economici e non economici indotti dall'invenzione.

In particolare, con il Palmer andranno sostenuti congiuntamente specifici progetti ed iniziative di facilitazione per l'assistenza alle imprese, per l'innalzamento del loro potenziale di crescita attraverso le politiche di innovazione dei processi produttivi o dei prodotti.

Per favorire lo sviluppo della cultura dell'innovazione dovranno essere realizzate iniziative congiunte con Università e Centri di ricerca per la raccolta sistematica di informazioni sulle attività brevettuali. Tale attività dovrà essere tesa ad una maggiore diffusione dei brevetti e, più in generale, della propensione all'innovazione. Andranno inoltre evidenziate le opportunità di sostegno nel settore dell'innovazione che scaturiscono dai programmi europei, nazionali e regionali.

Anche nell'ambito del sostegno al terziario occorrerà attribuire centralità al ruolo dell'innovazione quale fattore strategico di competitività, promuovendo, in particolare, iniziative per la diffusione di una cultura dell'innovazione, e approfondendo possibili attività di sostegno per l'ammodernamento della rete distributiva e per lo sviluppo di nuove attività.





## **I processi di semplificazione amministrativa ed e-government**

Grazie anche a un quadro normativo tra i più avanzati in Europa, l'Italia ha compiuto negli ultimi anni importanti progressi nell'attuazione delle strategie di *e-government*, come la realizzazione di una solida infrastruttura informatica e lo sviluppo degli sportelli diffusi a rete, recuperando posizioni importanti nell'attuazione degli obiettivi definiti nell'Agenda di Lisbona.

Le grandi priorità attualmente al centro dell'attenzione sono due: la necessità di alleggerire il contesto normativo che appesantisce il rapporto impresa/PA e la costruzione della rete unica degli sportelli e degli strumenti digitali di interoperabilità. Su entrambi questi ambiti il sistema camerale è attivo attraverso la promozione di azioni di sburocratizzazione, di innovazione delle tecnologie digitali e dell'organizzazione, (es. carte nazionali dei servizi, la diffusione di strumenti come il protocollo informatico, la posta elettronica certificata, ecc.).

Emerge la necessità di intensificare ulteriormente l'impegno per promuovere nelle imprese e negli utenti una "cultura" dell'amministrazione digitale che, attraverso un complesso di azioni, programmi e progetti ben definiti, consenta, sia, il perseguimento di obiettivi di riduzione del peso burocratico in termini di oneri, tempo e qualità, che la creazione di valore aggiunto allo sviluppo, in termini di informazione economica.

La Camere di Commercio si candida a svolgere un ruolo di promotore dell'uso dell'ICT nel rapporto tra impresa e PA, valorizzando un approccio che dovrà necessariamente passare attraverso un grande impegno di formazione, soprattutto nei confronti delle PMI.

Nel corso del periodo di riferimento della programmazione pluriennale la Camera dovrà farsi promotrice di interventi finalizzati a favorire lo "snellimento" dell'attività amministrativa ed il rapporto tra Cittadini Imprese ed Ente pubblico ed il miglioramento ed innovazione della stessa organizzazione e dei suoi processi, anche mediante l'utilizzo di metodologie di controllo strategico e di valutazione dell'efficacia delle proprie attività.

Ciò comporterà, necessariamente, un'attività di valorizzazione delle risorse umane e la loro collocazione nei processi di miglioramento, attraverso la formazione e valutazione delle prestazioni con relativi meccanismi premianti.

Un obiettivo particolarmente sfidante sarà costituito inoltre dall'introduzione delle novità legate alla cosiddetta comunicazione unica, attraverso la quale l'ufficio del Registro delle Imprese diventa il punto di accesso integrato per la comunicazione di avvio, modificazione e cessazione dell'impresa, anche ai fini fiscali, previdenziali ed assistenziali.

## **L'Ente camerale verso una dimensione europea**

Il momento storico nel quale ci si trova ad operare è certamente delicato. Da un lato, le imprese e la società civile sono in cammino verso una sempre più completa globalizzazione; dall'altro, i meccanismi di governance internazionali sembrano segnare il passo.





La Camera di Commercio di Frosinone, in sintonia con il sistema camerale nazionale e regionale, è pienamente inserita nel cammino dell'integrazione europea e dell'ampliamento dell'Unione.

L'Ente camerale intende quindi proporsi come soggetto di riferimento provinciale e regionale per materie, interventi e attività che si collegano alle politiche comunitarie.

Un importante riferimento per lo sviluppo di tale azione sarà la sede di Unioncamere di Bruxelles, il cui obiettivo è di "portare il Sistema camerale in Europa e l'Europa nel sistema camerale". L'Ente camerale, grazie anche ad una ottima attività relazionale con tale struttura, intende sviluppare ulteriormente i rapporti attraverso l'opportuna valorizzazione di quelle funzioni ed iniziative strategiche che trovano corrispondenza nelle priorità delle politiche dell'Unione Europea. Tra queste si può evidenziare, ad esempio, lo sviluppo di servizi alle imprese, iniziative per la ricerca e l'innovazione, la formazione professionale, l'e-government, la responsabilità sociale, il turismo e l'energia. Particolare attenzione, in tal senso, dovrà esser posta alle possibilità di partecipazione alle iniziative comunitarie, individuando progetti che possano consentire un importante valore aggiunto 'europeo' in settori che la Commissione ritiene prioritari.

L'obiettivo finale dovrà essere la creazione di opportunità di crescita dell'economia locale, sostenendo anche il confronto e la cooperazione tra aree diverse, e rendere il territorio una realtà sempre più competitiva, nel rispetto della strategia di Lisbona.

Per quanto riguarda i fondi strutturali occorrerà accrescere quantitativamente e qualitativamente, anche tramite la rappresentanza dell'Unioncamere regionale, la presenza nei tavoli locali di concertazione, per la programmazione futura e per la realizzazione degli interventi, anche per rafforzare i processi di confronto all'interno dei partenariati locali nell'ambito dei processi decisionali.

Il ruolo della Camera potrà riguardare, alcuni temi oggetto di attenzione nella nuova programmazione, in base agli orientamenti strategici europei per la politica di coesione ed in particolare l'internazionalizzazione e marketing territoriale, la formazione, la ricerca e innovazione, la politica delle infrastrutture, le filiere produttive e il turismo, quale settore economico trasversale.

## **L'internazionalizzazione del territorio e della sua economia**

L'internazionalizzazione costituisce una condizione imprescindibile per la crescita competitiva di imprese, organizzazioni e sistemi territoriali. Le sfide, sempre più complesse, che attendono le imprese, richiedono infatti che vengano potenziate le iniziative in questo ambito.

Emerge inoltre, nella competizione del mercato globale, oltre alla necessità, per le singole imprese di sviluppare all'estero i propri affari, l'importante ruolo dei territori che sono chiamati ad internazionalizzarsi.

Per sostenere l'internazionalizzazione dell'economia e delle imprese della provincia di Frosinone, la Camera di Commercio, attraverso l'azienda speciale Aspin, è impegnata a mettere in campo un progetto organico, che tenga insieme e



valorizzi gli *asset* ambientali, culturali e antropologici, unitamente a quelli produttivi e industriali.

La mission dell'Azienda speciale andrà ulteriormente rafforzata ed innovata differenziando le politiche a sostegno dell'espansione estera delle imprese, così da renderle il più possibile coerenti con le loro diverse esigenze ed integrando le azioni messe in atto dalle diverse Istituzioni pubbliche o private.

Andranno sostenute adeguate modalità di valorizzazione delle produzioni fortemente ancorate alle tradizioni del territorio, anche nella prospettiva di rilanciare i saperi e le abilità locali. In tal senso verrà valorizzato il concetto di *made in Italy* per migliorare l'efficacia delle azioni sia sul piano della competitività internazionale, che dello sviluppo delle realtà produttive.

Un ulteriore obiettivo da conseguire sarà lo sviluppo di una vera e propria "cultura dell'internazionalizzazione" nell'ottica di favorire l'espansione estera non solo delle singole imprese, ma anche di aggregati di operatori, di filiere, di sistemi produttivi locali e distrettuali, per presentare nei mercati esteri offerte qualitativamente e quantitativamente molto rilevanti.

Le linee di intervento pluriennali intendono accrescere la continuità e l'intensità dell'approccio del sistema economico provinciale sia con riguardo ai mercati complessi come quelli delle economie emergenti sia con attenzione ai mercati cosiddetti "maturi" che rappresentano, comunque, una quota importante dell'interscambio provinciale.

Ciò comporta un'impostazione delle priorità geografiche che tenga conto anche delle performance registrate e previste dei settori merceologici obiettivo.

In quest'ottica la strategia potrà essere costruita in coerenza con:

- Il mantenimento dell'azione promozionale sui livelli attuali nei confronti dei mercati "maturi" (Europa, Stati Uniti);
- L'incremento delle iniziative verso i Paesi balcanici, dell'Europa orientale e dell'Africa mediterranea;
- L'attenzione verso le aree geografiche prioritarie: paesi BRIC (Brasile, India, Russia e Cina) ad alto tasso di sviluppo;
- Lo sviluppo di azioni verso nuovi Paesi ad alto potenziale di sviluppo economico (Es. Sud Africa e Asia Centrale);
- L'avvio di azioni promozionali orientate al marketing d'acquisto.

I settori che rappresentano la struttura economica territoriale e sui quali puntare per sviluppare azioni di promozione internazionale potranno essere l'Automazione e meccanica, l'Agro alimentare, l'Abbigliamento e moda, l'Arredamento e sistema casa, la Carta e cartotecnica e il Marmo e lapidei.

La strategia settoriale deve favorire aggregazioni di filiera o di distretto, per superare uno dei vincoli più rilevanti del nostro sistema produttivo: quello dimensionale ma anche per mettere in luce e potenziare il sistema distrettuale marmo/tessile/carta. Tale sistema può sviluppare soluzioni di "gruppo" e, al contempo, valorizzare il "made in Italy".

Le iniziative promozionali, inoltre, dovranno puntare anche sulla multisetorialità per sostenere l'internazionalizzazione anche dei settori non considerati prioritari ma con buone potenzialità di crescita sui mercati esteri.



Si rende indispensabile creare e potenziare sinergie ed integrazione tra le iniziative dei molteplici interlocutori impegnati nell'internazionalizzazione delle imprese sia all'interno del sistema camerale italiano ed internazionale ma anche attraverso Associazioni di categoria, Consorzi di imprese, Università, Centri di ricerca, Enti locali, Enti regionali, ICE.

La collaborazione tra questi soggetti e tra pubblico e privato, rimane l'elemento essenziale anche per lo sviluppo di azioni promozionali che, oltre a riguardare il sistema economico, potenzino la rappresentazione del "Sistema territoriale" nella sua accezione più ampia. In tale direzione si potrebbe individuare un "marchio distintivo" che accompagni l'azione internazionale di Aspin e che permetta, nel lungo termine, l'individuazione del territorio provinciale associata all'espressione imprenditoriale che la caratterizza. Tale orientamento può generare un processo virtuoso di identificazione dei prodotti al territorio e viceversa, una sorta di "Made in..", come accade già in Italia per altri territori: Parma – agroalimentare (Prosciutto e parmigiano); Firenze – moda; Torino – meccanica, ecc.

#### Strategia operativa

##### Iniziative promozionali:

- Partecipazione collettiva a Fiere e mostre di sistema e non;
- Organizzazione di missioni operative all'estero con incontri btob di sistema e non;

##### Iniziative formative:

- programmazione di giornate di approfondimenti su tematiche specifiche (contrattualistica, dogane, trasporti, diritto internazionale, assicurazioni, finanziamenti, focus paese, info day sui programmi comunitari);

##### Iniziative di assistenza tecnica:

- potenziamento della rete degli esperti a servizio delle imprese con attività di prima assistenza in forma gratuita;
- mantenimento delle attività di assistenza in essere (informativa paese, rischio paese, rischio clienti, elenchi nominativi, informazioni tecnico/operative, ecc.);

##### Iniziative di comunicazione:

- Innovare e potenziare la comunicazione verso le imprese e verso l'esterno;

##### Iniziative innovative e trasversali:

- Premio alla miglior performance sull'internazionalizzazione;
- Borse di studio per "talenti globali" italiani ed esteri.

L'Ente sosterrà inoltre, come avvenuto già in passato, iniziative promozionali a sostegno dello sviluppo della subfornitura, vista la notevole rilevanza di tale settore nel tessuto produttivo locale.



## Le attività di formazione

La formazione del capitale umano rappresenta una componente prioritaria della strategia di sviluppo sia delle singole imprese che dell'intero sistema locale.

I nuovi scenari sociali ed economici impongono alle imprese, un deciso incremento delle competenze gestionali e tecnico-produttive, in termini di sensibilità internazionale, di capacità di dominare i nuovi trend tecnologici, di maturazione di un approccio culturale improntato a flessibilità, innovatività, integrazione.

Ciò rappresenta una sfida tanto complessa per il sistema scolastico e universitario, quanto cruciale anche per l'evoluzione del sistema locale che richiede, per essere vinta, anche l'impegno delle Istituzioni e del mondo della produzione.

E' necessario pertanto sviluppare interventi formativi efficaci, veloci ma soprattutto rispondenti alle esigenze che emergono dal tessuto socio-economico provinciale e dal complesso delle imprese locali. E' necessario erogare una formazione di qualità funzionale allo sviluppo e alla crescita delle persone, delle imprese e del territorio.

La Camera di Commercio di Frosinone, attraverso l'Azienda Speciale Innova, ha inteso dotarsi di una struttura in grado di leggere i mutamenti in atto e di offrire alle imprese un'adeguata risposta in termini di servizi reali, interventi formativi e di aggiornamento professionale.

L'attività svolta da Innova si inquadra nell'ambito dei fini di promozione dell'economia provinciale, propri della Camera di Commercio. L'Azienda persegue finalità di interesse pubblico senza finalità di lucro. I principali obiettivi che la Camera di Commercio di Frosinone gli ha affidato riguardano lo svolgimento di:

- ??servizi reali in ambito formativo e tecnico-gestionale a favore delle imprese;
- ??servizi di sviluppo e riqualificazione delle competenze dei lavoratori e dei giovani in cerca di occupazione;
- ??servizi per la promozione e lo sviluppo del territorio.

Per il raggiungimento di tali obiettivi Innova dispone di una struttura organizzativa snella e flessibile, inoltre l'Azienda è certificata secondo la norma ISO 9001:2000.

Per la realizzazione delle attività formative dispone di una struttura formativa esterna ai locali della Camera di Commercio, accreditata dalla Regione Lazio per la realizzazione di interventi di "Formazione Continua" e di "Formazione Superiore".

L'azienda Innova, in ragione della particolare tipologia facente parte del sistema camerale, nel breve periodo, dovrà sviluppare e ove già presenti consolidare i rapporti di collaborazione con i maggiori attori interessati allo sviluppo della formazione professionale ed innovazione tecnologica. A titolo esemplificativo, ma non esaustivo, dovrà consolidarsi a livello locale, in particolare, il rapporto con la Provincia di Frosinone, l'Università degli Studi di Cassino, le Associazioni di categoria, gli Istituti scolastici superiori ed il Palmer.

A livello Regionale e Nazionale dovranno essere sviluppate sinergie con la Regione Lazio e il sistema delle Aziende Speciali delle Camere di Commercio, sia direttamente o tramite Unioncamere o Retecamere.



Per quanto riguarda l'erogazione di attività formative occorre considerare che la competitività creatasi negli ultimi anni impone alle imprese presenti sul territorio notevoli accelerazioni in termini di conoscenze, utilizzo delle risorse e nuove tecnologie di produzione. Pertanto, se l'innovazione costituisce un fattore d'intervento strategicamente importante per la crescita imprenditoriale, che deve consentire di fronteggiare ad armi pari le sfide che il mercato globale impone, altrettanto fondamentale è il ruolo affidato alla formazione professionale, che ha lo scopo di accrescere la "cultura d'impresa".

In tale contesto Innova concentrerà la propria attività formativa nel settore Alimentare, con particolare attenzione alle esigenze della distribuzione e della ristorazione, al settore Ambiente e al Turismo.

L'attività formativa sarà preceduta da una analisi dei fabbisogni, peraltro già avviata, al termine della quale saranno attentamente analizzati i risultati e poste in essere le attività che possano soddisfare i diversi fabbisogni emersi.

In ragione dell'accreditamento presso la Regione Lazio, sarà potenziata l'attività di formazione a finanziamento comunitario, rivolta al sistema delle imprese nonché a disoccupati.

Particolare attenzione sarà posta alla "formazione di ingresso", che è realizzata allo scopo di colmare il *gap* di competenza che esiste tra domanda e offerta di lavoro.

Verrà proseguita inoltre l'attività formativa, già sperimentata negli anni scorsi con buoni risultati, con la quale Innova organizza corsi che prevedono il pagamento della quota di partecipazione a carico dei discenti. In particolare saranno riproposti i corsi abilitanti e preparatori per i quali Innova è in possesso dell'accreditamento Regionale. Saranno, inoltre, realizzati corsi di specializzazione a supporto degli iscritti negli "elenchi e ruoli" tenuti dalla Camera di Commercio quali: Conciliatori, Agenti Rappresentanti di Commercio, Agenti di Affari in Mediazione. Dovranno essere progettati anche seminari tematici o percorsi formativi di breve durata finalizzati all'aggiornamento ed al perfezionamento manageriale dei piccoli e medi imprenditori, dei dirigenti, dei quadri e degli operatori delle diverse categorie economiche.

Occorrerà puntare su un'attività formativa che tenga conto anche delle esigenze di medio-lungo periodo delle piccole e medie imprese in termini di nuove figure professionali, rispetto alla futura evoluzione del mercato, soprattutto per lo sviluppo delle attività di esportazione.

### **La promozione e la valorizzazione del territorio e dei suoi prodotti**

Promuovere il territorio rappresenta un passaggio imprescindibile per accrescere la competitività del sistema imprenditoriale. Partendo da questo assioma la Camera di Commercio di Frosinone ha da tempo orientato la propria azione di supporto all'economia locale ad un approccio di tipo integrato che mira a valorizzare la provincia di Frosinone come un grande ed ineguagliabile insieme di peculiarità, vocazioni, tradizioni produttive ed eccellenze assolutamente tipiche.



## Promozione prodotti agroalimentari, artigianali e tipici

Le produzioni agroalimentari di qualità ed artigianali tipiche concorrono in misura determinante ad incrementare la capacità di attrazione del territorio e, al contempo, rappresentano una delle più efficaci casse di risonanza per valorizzare l'identità socioculturale dell'intera provincia.

La Camera di Commercio di Frosinone, che da diversi anni promuove attivamente la tutela e la diffusione della tipicità dei prodotti locali in campo agroalimentare ed artigianale, intende sviluppare un articolato programma di interventi in grado di valorizzare l'*optimum* del territorio, scoprire/riscoprire le migliori produzioni locali, diffonderne la conoscenza, favorire la loro riconoscibilità sul mercato ed esaltarne la qualità.

Nei prossimi quattro anni, l'Ente camerale consoliderà e rafforzerà tutte le iniziative messe in campo sino ad ora nell'ambito della promozione delle diverse filiere e della valorizzazione globale del prodotto "territorio-enogastronomia-artigianato-turismo". Attraverso un programma organico ed articolato di interventi l'Ente camerale continuerà ad elaborare proposte progettuali in grado di rendere i prodotti enogastronomici ed artigianali "Made in Ciociaria" più competitivi sul mercato interno e su quello internazionale, partecipare (o sostenere la partecipazione delle aziende) alle principali manifestazioni fieristiche di settore, organizzare premi, concorsi, workshop, educational tour ed incontri con gli operatori e con la stampa specializzata, realizzare eventi promozionali, attuare una mirata campagna di comunicazione del territorio, produrre documentari tematici, supporti audiovisivi, guide, depliant ed altro materiale promozionale, sostenere finanziariamente gli eventi organizzati da altri attori locali, pubblici e privati, e finalizzati alla promozione delle specificità locali, sensibilizzare le aziende all'adesione ed al rispetto dei disciplinari di produzione adottati e supportarle nella commercializzazione dei loro prodotti.

La Camera di Commercio, inoltre, al fine di fronteggiare la concorrenza delle produzioni globalizzate e la standardizzazione del mercato, implementerà il proprio impegno nel sostenere tutte le iniziative dirette alla valorizzazione dell'origine e della tipicità dei prodotti (riconoscimenti comunitari, marchi collettivi, Consorzi, Strade del Vino, dell'Olio e dei sapori). Inoltre si rivolgerà in maniera decisa alla certificazione, alla qualità (di processi, prodotti e sistemi gestionali e ambientali), alla trasparenza e alla tracciabilità quali leve privilegiate per accrescere la redditività delle aziende e, parallelamente, per rispondere alla crescente richiesta dei consumatori di prodotti sicuri e con caratteristiche qualitative "uniche" per l'origine e per la particolarità dei processi produttivi.

In altri termini, nelle *policies* camerali le produzioni agroalimentari ed artigianali di qualità rappresenteranno elementi trasversali che potranno concorrere a qualificare con il loro apporto l'intera offerta turistica territoriale, e





collateralmente, potranno essere sviluppati come segmenti nuovi da proporre al mercato.

### **Vini e Olio: i nuovi “ambasciatori” della Ciociaria**

Negli ultimi anni grazie alla passione, alla competenza ed alla determinazione dei produttori e, alle azioni di supporto esercitate dalla Camera di Commercio, dagli altri Enti territoriali e dalle Associazioni di categoria, le produzioni vitivinicole ed olivicole della provincia di Frosinone hanno raggiunto standard qualitativi davvero elevati.

Le felici caratteristiche orografiche, l’ambiente pedoclimatico decisamente vocato e la qualità intrinseca dei vitigni, unite all’utilizzo di nuovi macchinari ed al ricorso alle più evolute tecniche di vinificazione, hanno determinato un moltiplicarsi di produzioni dalla eccellente qualità, fortemente legate ed identificate con il territorio e fermamente rispettose della tradizione. Il poter vantare due DOC (il Cesanese del Piglio ed il Cabernet di Atina), due IGT (Lazio e Frusinate), e diverse uve autoctone (non solo il Cesanese Comune e di Affile, o la Passerina del Frusinate, ma decine di altri vitigni su cui si stanno concentrando le attenzioni di Enti, centri di ricerca, studi enologici ed ampelografici) può rappresentare, in un mercato che da qualche anno si sta dimostrando particolarmente sensibile al “vino di qualità e di territorio”, un indiscusso vantaggio da sfruttare sapientemente attraverso gli strumenti di marketing territoriale. L’innalzamento del livello medio della qualità e l’offerta eterogenea permettono oggi di declinare il vino, nei mercati nazionale ed estero, seguendo i linguaggi della territorialità (specificità, quali appunto il Cesanese, uniche al mondo) e, al tempo stesso, dell’internazionalità (vitigni internazionali come il Cabernet, il Merlot, il Petit Verdot, il Sauvignon, ecc.).

Parimenti, l’olio extravergine di oliva ciociaro - il termine è volutamente utilizzato al singolare ma fa riferimento alle diverse cultivar presenti sul territorio (moraiolo, leccino, carboncella, rosciola, marina e ciera), alle varie zone di produzione ed alle differenti interpretazioni - è entrato nel gotha dei prodotti di eccellenza, è oggetto di ripetuti e prestigiosi riconoscimenti ed inizia ad essere riconosciuto e percepito come olio buono, genuino, tradizionale e di ottima qualità.

Sulla base di tali premesse, la CCIAA di Frosinone intende elaborare nel corso dei prossimi quattro anni specifiche progettualità che esaltino, nel più ampio disegno di promozione delle produzioni agroalimentari, il ruolo del vino e dell’olio ciociari quali veri e propri “ambasciatori” del territorio. Nelle politiche camerale future il vino e l’olio dovranno rappresentare un simbolo che si identifichi e sintetizzi l’articolata offerta enogastronomica di qualità che la provincia di Frosinone è in grado di proporre.



### **Artigianato artistico e tradizionale**

La CCIAA di Frosinone, al fine di rafforzare il legame indissolubile che unisce l'arte e la tipicità al territorio, di riscoprire l'enorme giacimento di cultura e di saperi che si rifà alle tradizioni degli antichi mestieri, di diversificare l'offerta territoriale e le produzioni di qualità, lavorerà per tutelare e valorizzare la produzione artistica dell'artigianato ciociaro e per salvaguardarne il patrimonio tradizionale e culturale, prevedendo anche un ruolo propositivo della Commissione provinciale per l'Artigianato, per il sostegno delle attività di settore.

L'Ente istituirà dei contrassegni di origine (attestanti le eccellenze artigianali artistiche nella lavorazione del ferro battuto, del vetro, del rame, del legno, della terracotta, ecc.) da riconoscere sia alle lavorazioni frutto di affermata tradizione, di tecniche e di stili divenuti patrimonio storico della Ciociaria, sia alle nuove creazioni che si ispirano alla tradizione differenziandosi dalle produzioni industriali di serie.

L'Ente sarà impegnato, inoltre, nell'ambito delle proprie attività promozionali, nella valorizzazione del patrimonio di conoscenze, competenze ed attività maturate per lo sviluppo del progetto Artigianarte nonché alla possibile riqualificazione di attività tradizionali per un loro riposizionamento nel terziario avanzato.

L'Ente sosterrà, altresì, le micro, piccole e medie imprese dell'artigianato artistico tradizionale e favorirà la nascita e lo sviluppo di nuove attraverso l'emanazione di bandi per la concessione di contributi alle imprese, iscritte all'Albo provinciale delle imprese artigiane ed operanti nei settori dell'artigianato artistico e tradizionale, per l'acquisto di arredi, attrezzature e macchinari e per la realizzazione di lavori di ammodernamento, ampliamento, ristrutturazione e straordinaria manutenzione di immobili situati nei centri storici dei comuni della provincia adibiti o da adibire a laboratori di artigianato artistico tradizionale.

### **Marketing territoriale**

Nell'attuale economia aperta, globalizzata ed informatizzata la concorrenza non rappresenta più la sfida della singola impresa, ma dell'intero sistema territoriale. Ciò sta a significare che è il territorio a misurarsi, in termini di differenziale, con altre aree e ad entrare direttamente in competizione. Tale competizione, che segna il confine tra chi è *in* e chi è *out* rispetto alle dinamiche e alle accelerazioni dello sviluppo economico e sociale, si basa essenzialmente su tre fattori: la capacità di attrarre dall'esterno risorse ed investimenti, l'incremento della competitività delle imprese locali e la costruzione di un'immagine forte e positiva.

La Camera di Commercio di Frosinone intende investire, in collaborazione con gli altri attori del territorio, in un progetto globale di sviluppo della competitività e dell'attrattività territoriale. Ciò avverrà non attraverso un mero





trasferimento di risorse finanziarie, ma innescando meccanismi di sviluppo endogeno, attivando un sistema autopropulsivo promosso dal basso che pensa lo sviluppo territoriale in termini di integrazione e valorizzazione delle specificità locali, delle risorse umane, naturali, materiali ed immateriali, alimentando con continuità un approccio di tipo collaborativo, interattivo, sinergico, di fattiva cooperazione tra pubblico e privato.

Le azioni dell'Ente camerale saranno quindi finalizzate a raccordare l'offerta (prodotti, aree, servizi pubblici, risorse) e la domanda territoriale (fabbisogni di servizi e infrastrutture da parte di residenti, imprese interne, investitori esterni, turisti), a connettere modernità e tradizione, tecnologia e storia locale, produzione e cultura, infrastrutture e arte, a comunicare le città della provincia e tutti i sottosistemi locali grazie ad attente ed elaborate forme di marketing urbano e d'area, ad incrementare l'appeal del marchio "Ciociaria", ad attrarre risorse umane, capitali ed imprese nel rispetto dell'identità e degli equilibri ecoambientali.

Un ruolo centrale nella realizzazione di questi obiettivi sarà giocato, poi, dalle strategie delineate in tema di marketing turistico, la cui valenza in termini di interconnessione e di perfetta integrazione con le altre attività economiche è ormai unanimemente acclarata. Il turismo potrà rappresentare il caso più emblematico di esaltazione positiva del localismo territoriale.

L'Ente camerale sosterrà iniziative tendenti a far conoscere il territorio e le sue opportunità, anche avvalendosi della rete del Sistema camerale, per sviluppare una capacità di attrazione di nuovi investimenti sul territorio.

## **Il turismo**

Nonostante lo straordinario patrimonio storico, artistico, culturale e ambientale ed i ripetuti interventi posti in essere per promuoverlo, la provincia di Frosinone non possiede ancora una precisa identità turistica, cioè, sostanzialmente, non costituisce una "marca" sul mercato (intendendo per "marca" la riconoscibilità della Ciociaria sul mercato turistico e la garanzia che il turismo ciociaro sia in grado di offrire un certo tipo di prodotti, a certi target, con determinate diversificazioni di opportunità, rispetto ad altri mercati). Per superare tale limite, la Camera di Commercio di Frosinone, nel ripensare le politiche di sviluppo del territorio, ha elaborato da qualche anno uno specifico, articolato ed organico progetto di marketing turistico ed ha individuato proprio nella promozione turistica, l'opzione con le maggiori chances di crescita per la provincia negli anni a venire. Nel prossimo quadriennio dovranno intensificarsi gli sforzi atti a riqualificare il territorio, in maniera definitiva e definitiva, secondo un modello funzionale ad uno sviluppo sostenibile, in cui l'incentivazione delle attività produttive sia legata all'agricoltura, all'enogastronomia, alla cultura, all'arte, all'artigianato tradizionale.

Ciò sta a significare che, nella pluralità di turismi possibili, dovranno essere identificate tutte le risorse (quelle esistenti, da valorizzarsi adeguatamente e, soprattutto, quelle potenziali, che potranno rappresentare, se raccordate a



determinati segmenti turistici, un plusvalore nel mercato) utili a rendere spendibile il prodotto “Ciociaria”.

Parallelamente dovranno essere potenziate tutte le azioni destinate a rafforzare l’immagine e la visibilità all’esterno del prodotto-territorio e ad aumentarne la competitività e l’attrattività.

La Camera dovrà quindi assecondare le diverse vocazioni turistiche della Ciociaria ed adeguare le proprie linee di prodotto ai mutati comportamenti del consumatore-turista (le nuove motivazioni di natura culturale, enogastronomica ed ecologico-ambientale, la riscoperta delle città d’arte, il turismo congressuale e d’affari, l’espansione dei viaggi di breve durata, ecc.).

La promozione del territorio dovrà necessariamente essere integrata e passare attraverso una più razionale individuazione di itinerari articolati e complementari al fine di favorire l’attrazione di nuovi utenti turistici.

L’organizzazione di manifestazioni ed eventi di portata nazionale ed internazionale e una continua “animazione” del territorio non potranno che contribuire fattivamente ad elevare il livello di soddisfazione del turista.

Tutte le iniziative dovranno essere rivolte alla realizzazione di una grande rete, capillarmente diffusa sul territorio, visibile ed efficiente, posta come momento di prima accoglienza ed avente capacità di informazione, assistenza ed orientamento.

L’Ente camerale dovrà lavorare a questo progetto, intraprendendo una serie di azioni mirate a potenziare, valorizzare e diversificare l’offerta ricettiva, a riqualificare le strutture e favorire le nuove tipologie richieste dal mercato, ad incentivare lo sviluppo di sistemi turistici locali, a veicolare il marchio turistico, a stimolare l’incoming, ad inserire nei pacchetti residenziali la programmazione calendarizzata delle iniziative locali di accoglienza ed ospitalità, a dare il giusto risalto ad una cultura dell’ospitalità predisposta verso un tipo di “benvenuto” cordiale, amichevole e rassicurante, a collaborare alla realizzazione ed al potenziamento di specifici micro-interventi (mappe, carte geografiche, segnalazioni, indicazioni, aree di sosta attrezzate, parcheggi, isole pedonali, servizi di ristoro e servizi igienici, sportelli e punti di informazione) e a sperimentare nuove forme di certificazione di qualità delle strutture alberghiere e di ristorazione attraverso l’avvio di sistemi di valutazione e controllo e la creazione di appositi marchi di qualità. La provincia di Frosinone dovrà saper offrire un sistema di accoglienza con infrastrutture e servizi efficienti ed in grado di facilitare il movimento delle persone e delle merci.

Solo attraverso una strategia, chiara e condivisa, di completa integrazione dei processi di valorizzazione delle risorse e del territorio sarà possibile irrobustire le interdipendenze tra l’industria culturale e gli altri settori produttivi presenti sul territorio, accrescere le ricadute economiche dei processi di valorizzazione e garantire sviluppo economico e crescita socioculturale.



### **Sviluppo ed intensificazione della collaborazione istituzionale con altri enti pubblici per gli interventi promozionali**

Da sempre, la Camera di Commercio di Frosinone, nella piena consapevolezza che un progetto di sviluppo socioeconomico del territorio efficace ed efficiente debba essere frutto di un momento di cooperazione interistituzionale e di una sinergia concreta, collabora con tutti i soggetti territoriali, pubblici e privati (la Regione Lazio e le sue articolazioni, Unioncamere ed il sistema camerale tutto, la Provincia di Frosinone, l'Azienda di Promozione Turistica, i Comuni, i GAL, le Comunità Montane, le Associazioni di categoria, l'Università degli Studi di Cassino, le province limitrofe, ecc.). I principali interventi promozionali realizzati sino ad oggi per far crescere il territorio, valorizzarne le risorse e modernizzarne il tessuto sociale, economico e culturale sono stati, infatti, tutti incentrati sulla logica della rete territoriale e del partenariato. È sufficiente pensare alle partecipazioni congiunte con la Regione Lazio, con l'ARSIAL e con UnionCamere Lazio a manifestazioni fieristiche (quali Vinitaly, Salone del Gusto, MIA, BIT, CIBUS, Arti e Mestieri Expo), alla collaborazione alla realizzazione di Premi (Premio Roma Formaggi e Premio Roma Pane), all'organizzazione di workshop ed educational tour (Buy Lazio), alla realizzazione di materiale promozionale congiunto (APT, Provincia di Frosinone, GAL Terre Pontine e Ciociare), alla stipula di protocolli d'intesa (Provincia di Frosinone, APT, Accademia di Belle Arti).

Alla luce dei proficui risultati ottenuti, anche nell'immediato futuro la Camera di Commercio accompagnerà la propria attività istituzionale di promozione e supporto del sistema locale delle imprese, con un rinnovato impegno, costante e diretto, dedicato esclusivamente alla costruzione di una grande coalizione territoriale.

Le politiche camerale saranno votate alla concertazione con gli altri attori economici e sociali del territorio, alla condivisione di strategie e progetti, all'ottimizzazione delle risorse umane e finanziarie disponibili, alla strategia territoriale negoziata, allo scambio di informazioni, know-how ed esperienze, alla verifica congiunta degli obiettivi.

Il ruolo della Camera di Commercio di Frosinone si caratterizzerà pertanto, in misura sempre più marcata, come istituzione che promuove, coopera, interagisce, condivide e lavora *con* gli altri (nella piena autonomia di spazi, interessi, ruoli e funzioni) per garantire al territorio sviluppo, ricchezza e benessere.

### **L'osservazione delle dinamiche socioeconomiche territoriali**

L'Osservatorio economico della provincia di Frosinone, sicuramente il più importante strumento conoscitivo sull'andamento dell'economia ciociara, realizzato in collaborazione con l'Istituto Tagliacarne, ha suscitato continuo interesse e stimolato intensi dibattiti relativamente alle tendenze dell'economia



provinciale, anche in relazione agli andamenti dell'economia nazionale ed internazionale.

L'attività di ricerca che consente di evidenziare le tendenze nei vari settori di attività, ha visto la sistematica realizzazione di rapporti economici, sia di natura congiunturale che strutturale e di interessanti approfondimenti tematici.

#### Osservatorio Economico della provincia di Frosinone – Nuova impostazione

La Camera di Commercio di Frosinone e l'Istituto G. Tagliacarne collaborano dagli anni Novanta per la realizzazione dell'Osservatorio Economico provinciale. Negli anni, l'evoluzione del percorso di ricerca è stata sensibilmente marcata, sia per quanto concerne l'esame del modello di sviluppo e l'elaborazione di dati di tipo desk che per le indagini congiunturali e di approfondimento. A questo proposito, dopo anni di indagini trimestrali, il 2007 si è caratterizzato per l'introduzione di un miglioramento metodologico importante. Passando da indagini trimestrali a rilevazioni semestrali è stato possibile ampliare notevolmente la base campionaria; si è passati, infatti, da 500 a 800 interviste telefoniche. Ciò ha consentito di abbassare l'errore statistico dell'indagine, di riformulare la stratificazione del campione e, conseguentemente, di formulare le variazioni quantitative delle variabili congiunturali (produzione, portafoglio ordini, occupazione, fatturato, margine operativo). In altri termini, oltre alle variabili qualitative (tese ad individuare la quota di imprese che affermano aumento o diminuzione degli indicatori considerati) si è proceduto, attraverso opportune elaborazioni statistiche di riporto all'universo, al calcolo la variazione effettiva a livello provinciale degli indicatori in oggetto.

#### Altri studi e ricerche

Si ritiene utile prevedere lo svolgimento di approfondimenti settoriali e tematici su singoli aspetti della realtà economica provinciale (ad es. mercato del lavoro, fabbisogni infrastrutturali, ecc...), anche sulla base di indicazioni provenienti dall'Organo di governo dell'Ente, dalle Associazioni di categoria e dal Comitato Tecnico-Scientifico istituito nell'ambito dell'Organismo permanente per le attività di analisi territoriale e studi sociali, economici e ambientali nella provincia di Frosinone.

#### Osservatorio Provinciale sul Credito.

L'Osservatorio sul Credito è una iniziativa attuata dalla Camera di Commercio di Frosinone, tesa ad una maggiore conoscenza del ruolo del sistema creditizio nell'economia locale, con particolare riguardo ai rapporti tra Imprese, Banche e Consorzi Fidi.

Lo studio costituisce un punto di riferimento conoscitivo per la realizzazione di iniziative sul territorio, e rappresenta un momento per la riflessione ed un confronto tra mondo del credito, Istituzioni e Imprese. Si tratta di uno strumento di analisi e di studio basato su un rapporto annuale, comprendente l'analisi dei dati di struttura e quelli relativi alle indagini sul campo.



Sulla base delle indicazioni che fornirà il Comitato per il Credito, potrà essere prevista, in analogia a quanto avvenuto per l'Osservatorio Economico, una rimodulazione dell'impostazione dell'Osservatorio Provinciale sul Credito, con una maggiore attenzione alle problematiche, alle criticità e alle prospettive di sviluppo dei Confidi.

#### Rivista camerale e pubblicazione supplementi Osservatorio Economico

La Rassegna sull'Economia Ciociara è la rivista economica periodica edita dalla CCIAA di Frosinone. E' il principale strumento di comunicazione dell'Ente ed ospita articoli sulle iniziative della Camera di Commercio, sull'economia e sulla politica economica, con contributi di rappresentanti di altre Istituzioni, Esperti, Opinion Leader, Testimoni privilegiati ecc. I supplementi sono dedicati agli Osservatori Economici, agli studi e alle ricerche condotte nel corso dell'anno.

La Giunta Camerale ha avviato una riflessione, attraverso l'istituzione di un apposito gruppo di lavoro, che ha integrato il Comitato di Redazione della rivista camerale, per pervenire ad una rimodulazione degli strumenti di comunicazione dell'attività dell'Ente, tra i quali la rivista camerale. L'obiettivo è la maggiore divulgazione dei principali progetti di intervento programmati o realizzati dalla Giunta Camerale e dal Consiglio Camerale. Ciò comporterà, oltre ad alcune modifiche dell'impostazione e dei contenuti della rivista, anche una rivisitazione dell'indirizzario, per consentire una diffusione più ampia.

#### Comitato per l'emersione del lavoro non regolare.

Il contributo finanziario erogato dall'Ente camerale è essenziale per il funzionamento del Comitato, che ha realizzato alcune importanti iniziative di approfondimento del fenomeno del lavoro sommerso. L'Ente proseguirà nei prossimi anni il sostegno delle attività del Comitato in linea con l'impegno degli anni passati.

### **Le aree distrettuali e le filiere produttive**

Nel corso degli ultimi anni ha trovato attuazione, anche a livello locale, la normativa sui Distretti industriali e Sistemi produttivi locali con importanti riconoscimenti per la provincia di Frosinone. Sono state operate scelte significative per il potenziamento e il rafforzamento della competitività delle aree d'eccellenza presenti sul territorio.

L'Ente camerale da diversi anni svolge azioni di sostegno nei confronti di tali aree di eccellenza produttiva. In particolare, occorre sottolineare, che la Camera di Commercio ha provveduto alla realizzazione dello studio "L'identificazione dei distretti industriali nella provincia di Frosinone" che ha portato, insieme con altre azioni sinergiche, al riconoscimento, da parte della Regione Lazio, di due distretti industriali, quello del vestiario della Valle del Liri e quello del marmo dei Monti Ausoni, e del sistema produttivo locale del chimico-farmaceutico. Recentemente è stato altresì riconosciuto il sistema produttivo locale della carta.



Nonostante l'impegno profuso ai diversi livelli istituzionali, in questi anni, a livello locale, in coerenza con le tendenze a livello nazionale, per alcune aree (Distretti del marmo e dell'Abbigliamento) sono state registrate difficoltà con manifestazione di sintomi di crisi; altre aree, viceversa, hanno potuto svilupparsi, conseguendo buoni risultati soprattutto sui mercati internazionali (Sistemi produttivi della chimica e cartario).

La capacità competitiva dei sistemi produttivi distrettuali sembra essere, in ogni caso, sempre più interdipendente con il grado di apertura internazionale del sistema e con la capacità di aggregazione delle imprese che ne fanno parte, e con la loro capacità di sviluppare ed ampliare le relazioni nell'ambito di reti intersettoriali.

Per il rilancio di tali aree appare sempre più evidente l'esigenza di aumentare le forme di collaborazione tra le imprese, ed in particolare, tra quelle fortemente proiettate a livello internazionale.

Il quadro delle linee strategiche di sviluppo delle infrastrutture economiche, soprattutto della struttura aeroportuale a Frosinone, ma anche le opportunità offerte dalla linea ferroviaria veloce rappresentano elementi essenziali ed eccellenti per la logistica e più in generale per lo sviluppo complessivo delle aree distrettuali.

Il sostegno di una struttura fieristica locale di notevole rilevanza rappresenta inoltre il complemento per le necessarie azioni di marketing delle imprese distrettuali e, più in generale, per il marketing territoriale.

L'Ente camerale, che già in passato ha dato un notevole supporto allo sviluppo di tali politiche, proseguirà nell'attività di valorizzazione di tale aree rendendosi disponibile per una piena collaborazione con i vari Enti, in particolare Provincia e Regione, proponendosi anche come osservatorio per la definizione di strategie distrettuali.

In particolare, l'Ente sottolinea l'esigenza dell'istituzione dei Comitati di Distretto, che potranno essere insediati presso la Camera di Commercio, con lo scopo di armonizzare le esigenze espresse dalle imprese con le politiche territoriali più generali, secondo un approccio *bottom up*.

## **Logistica e trasporti**

Considerata la notevole rilevanza assunta dalla logistica nell'ambito della politica dei trasporti, e che essa appare fondamentale per la crescita economica del tessuto produttivo locale, occorre assumere un impegno per stimolare forme di integrazione tra trasporti e logistica ad una più elevata soglia di efficienza.

A livello nazionale l'autotrasporto, nonostante i problemi legati alle carenze infrastrutturali ed alla forte concorrenza interna, in termini di costi e tariffe rispetto ai competitori europei, ha saputo adattarsi alle crescenti e mutevoli esigenze della domanda. Il problema, ora, è quello di fare in modo che la pressione cui il settore è sottoposto, per effetto di regolamentazioni comunitarie sempre più stringenti, possa compiere un salto di qualità organizzativo per una





maggior integrazione e specializzazione funzionale, con le altre modalità di trasporto e possa avere un arricchimento dell'offerta.

A livello locale, l'Ente camerale, sarà impegnato per creare le premesse per l'individuazione di un sistema produttivo locale della logistica e dei trasporti capace di collocare la provincia come punto nodale nella rete nazionale ed internazionale ed imprimere, allo stesso sistema provinciale, la capacità di rilanciare la competitività dell'intera economia territoriale. L'azione verrà sviluppata di concerto con l'iniziativa delle Associazioni di categoria e con gli altri Attori dello sviluppo territoriale.

### **Le politiche per favorire l'accesso al credito**

Il credito riveste un ruolo centrale come fattore di sviluppo locale ed è fondamentale per il sostegno alla crescita delle PMI. Un mercato del credito efficiente influenza l'andamento della crescita reale ed è una delle premesse indispensabili per il decollo del processo di sviluppo economico. Come è stato dimostrato in letteratura economica, esiste una relazione positiva tra lo sviluppo del sistema creditizio locale e la crescita economica del territorio, con la presenza di un circolo virtuoso a secondo del grado di efficienza del settore finanziario locale e nazionale.

Il sistema creditizio in provincia di Frosinone risulta ancora parzialmente deficitario rispetto alle esigenze del territorio e questo è un fattore che sicuramente limita le opportunità di crescita economica.

In particolare, per quanto riguarda il costo del denaro, Frosinone mostra un livello di tassi di interesse a breve termine superiore rispetto alla media Italia, che costituisce un ostacolo alla classe imprenditoriale locale, restia a chiedere finanziamenti per l'avvio di attività o anche solo per opere di investimento innovativo.

L'Ente sarà impegnato in una verifica e ricognizione sul sistema dei Confidi, allo scopo di determinare le condizioni per un loro rafforzamento.

Tale verifica e ricognizione va effettuata in stretto raccordo con le Associazioni di categoria e con il coinvolgimento di altri Enti, in particolare Provincia e Regione, con le strutture del sistema camerale, in particolare l'Unioncamere e l'Unione regionale, e le altre strutture di che si interessano di facilitazione di accesso al credito a livello regionale.

L'Ente camerale intende quindi sostenere l'attività dei confidi provinciali che si confermano ancora oggi, uno strumento strategico di facilitazione di accesso al credito delle PMI, specie quelle di modeste o minuscole dimensioni che rappresentano gran parte del sistema economico del territorio. Considerato che le novità introdotte dall'accordo di Basilea 2 impongono di trasformare l'assetto societario dei confidi e il loro status per poter concedere garanzie efficaci, conformi ai nuovi standard richiesti, l'Ente camerale intende rivolgere la propria attenzione, destinandovi adeguate risorse premiali, a quei confidi provinciali che dimostrino, anche attraverso processi di concentrazione e fusione, di evolvere verso il modello di banca di garanzia o di intermediario vigilato.





L'Ente sarà inoltre impegnato nei confronti degli Istituti di credito per ottenere l'allineamento del costo del denaro alla media nazionale.

### **Le attività di regolazione del mercato**

La responsabilità della Camera di Commercio in tale settore è in continua evoluzione, stante il ruolo di “regolatore dell'economia locale” acquisito nel tempo e sviluppato, di recente, in funzione della progressiva crescita di consapevolezza dei consumatori e della necessità di permettere una corretta evoluzione del Mercato.

L'Ente, quindi, da un lato deve corrispondere alle richieste di tutela che pervengono, sempre più numerose, da parte dei consumatori e delle Aziende locali, mentre, dall'altro, deve porre in essere tutta una serie di azioni di stimolo della conoscenza e dell'utilizzo dei mezzi messi a disposizione del Mercato: Camera di Conciliazione, Camera arbitrale, Commissione per l'esame delle clausole vessatorie nei contratti per adesione e Marchio di garanzia camerale.

Tali compiti richiedono competenze specifiche ed attenzione da parte degli addetti i quali devono essere in grado di fornire anche idonea consulenza.

Nel corso del periodo di riferimento della programmazione pluriennale dovranno, in particolare, essere attivate iniziative per la diffusione del marchio di garanzia camerale che serve a garantire l'affidabilità commerciale di artigiani, commercianti e più in generale dei fornitori di servizi.

Sarà necessario sviluppare la diffusione di tale strumento tra Imprese, Associazioni e Professionisti che intendono garantire la chiarezza e la correttezza degli strumenti contrattuali utilizzati nei rapporti con i consumatori o che intendano garantire la qualità del servizio prestato.

### **Economia sociale**

Efficienza economica ed inclusione sociale sono aspetti assolutamente complementari ed ormai è condivisa l'idea di considerare la coesione sociale quale fattore di competitività di un'area, oltre che obiettivo di carattere etico/morale.

Occorre pertanto verificare le dinamiche di sviluppo del territorio, ed in particolare se l'aumento di opportunità collegate alla crescita economica siano tali e diffuse anche nell'ambito delle categorie tradizionalmente a maggior rischio di esclusione.

La Camera dovrà continuare il proprio impegno per il raggiungimento di pari opportunità per le donne, ambito già sostenuto nel corso degli ultimi anni, attraverso il Comitato per la promozione dell'Imprenditorialità femminile.

Un ulteriore settore di interesse potrà essere quello degli immigrati, ambito in cui iniziano a crescere gruppi sociali, che, per ragioni diverse, trovano una strutturale difficoltà di entrata nel processo economico.



Inoltre, con la recente evoluzione normativa sull'impresa sociale, molti organismi del Terzo Settore potranno assumere lo status di impresa e dovranno dotarsi di strumenti e metodologie adeguate, a cominciare dall'iscrizione al Registro delle Imprese.

L'Ente camerale intende sostenere la creazione e lo sviluppo dell'impresa sociale facilitando l'inserimento di tali soggetti sul mercato, il loro accesso al credito, migliorando le competenze manageriali ed i processi di qualità, guardando con favore, in particolare, ad iniziative per la diffusione della normativa e per la migliore conoscenza del ruolo dell'impresa sociale nell'ambito dell'economia locale, anche mediante lo sviluppo di appositi osservatori. L'Ente intende pertanto porsi come il soggetto istituzionale che promuove la cultura imprenditoriale, sostenendo la soluzione delle diverse problematiche del Terzo Settore.

### **Comitato per la promozione dell'imprenditorialità femminile**

Il Comitato per lo sviluppo dell'imprenditorialità femminile cercherà di assolvere il più possibile il suo compito di promuovere e favorire lo sviluppo delle imprese femminili, qualificandole e personalizzando gli interventi sulla base delle esigenze e delle peculiarità dell'economia provinciale. A tal fine promuoverà:

- indagini conoscitive per determinare i problemi che ostacolano l'accesso delle donne al mondo del lavoro e dell'imprenditoria in particolare;
- una sorta di scuola di impresa per garantire alle imprenditrici un'adeguata preparazione;
- corsi specifici per aspiranti imprenditrici e imprenditrici soprattutto sul marketing per la promozione e la presentazione dei propri prodotti;
- convegni per favorire la crescita della cultura di impresa;
- azioni di accompagnamento per facilitare l'accesso al credito anche in collaborazione con il Comitato per il credito dell'Ente camerale.

Il Comitato organizzerà infine uno sportello di primo orientamento e di assistenza alle aspiranti imprenditrici sulle procedure per l'avvio di una nuova attività e fornirà informazioni sulle principali agevolazioni finanziarie regionali e nazionali, a sostegno delle imprese giovanili e femminili.

In altri termini offrirà alle imprenditrici della provincia di Frosinone o donne aspiranti tali, la possibilità di avere a disposizione un "punto di ascolto" ed un luogo di sintesi relativamente alle opportunità esistenti.

Attraverso questo sportello raccoglierà, in modo specifico e particolare, le richieste provenienti dal mondo imprenditoriale femminile, le esigenze delle giovani imprenditrici, le difficoltà di tante donne in procinto di avviare o incrementare una qualsiasi attività imprenditoriale, artigianale, o di autoimpresa.

Infine questo sportello sarà un'ulteriore finestra sul mondo della Camera di Commercio, per far conoscere meglio, ed oltre i soliti canali, le prerogative e le attività degli sportelli camerali, i servizi disponibili, quelli utilizzabili e tutte le possibilità di aiuto e/o intervento possibili.



A supporto di questo sportello il Comitato promuoverà la realizzazione e la diffusione di opuscoli informativi e di un portale completamente dedicati alle opportunità, alle agevolazioni, ai riferimenti normativi, alle pubblicazioni, alle ricerche, alle scadenze e agli appuntamenti che riguardano l'imprenditoria femminile.

### **Ambiente, energia e qualità**

In linea con la strategia di Lisbona l'Ente camerale svilupperà iniziative tese all'innalzamento della qualità dei servizi, salvaguardando le potenzialità ambientali. Verrà posta particolare attenzione alla promozione dell'innovazione, dell'imprenditoria e allo sviluppo dell'economia della conoscenza, mediante il sostegno ad iniziative di ricerca, comprese le nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione.

Verrà incoraggiato lo sviluppo di progetti che possano contribuire ad accelerare la realizzazione degli obiettivi nel settore dell'energia sostenibile.

In particolare verranno guardate con notevole favore iniziative per il miglioramento dell'efficacia energetica, per l'adozione di fonti di energia nuova e rinnovabile, per una maggiore penetrazione sul mercato di tali fonti di energia, per la diversificazione dell'energia e dei carburanti e per l'aumento della quota di energia rinnovabile e la riduzione del consumo energetico finale, proponendo anche forme di incentivazione per il miglioramento dell'efficienza energetica, che può costituire una fonte di risparmio notevole. Un'attenzione particolare viene rivolta in tale quadro al settore dei trasporti.

Per il perseguimento di tali finalità, l'Ente considera particolarmente utile, e quindi da sostenere, l'adozione da parte delle imprese di certificazioni di qualità ed ambientali.

### **La comunicazione per migliorare il rapporto tra l'istituzione e le imprese**

Una particolare attenzione, in linea con l'impostazione programmatica precedente, sarà attribuita alla comunicazione, alla quale si riconosce una funzione strategica per migliorare il rapporto tra l'istituzione e le imprese.

Una significativa percentuale delle imprese percepisce ancora la Camera di Commercio come erogatrice di servizi amministrativi e ha scarsa conoscenza delle azioni intraprese dall'istituzione nel campo della promozione ed informazione economica e dei servizi. Questa situazione non solo pregiudica la conoscenza e la stessa efficacia dell'azione camerale, ma ostacola anche lo sviluppo di un'interrelazione tra la struttura dell'ente ed il sistema delle imprese. Comunicazione intesa, allora, come veicolo per far conoscere e valorizzare l'identità e il ruolo della Camera di Commercio nel contesto istituzionale del territorio a sostegno della propria attività di proposta e di intervento.



L'Ente dovrà puntare a sviluppare la comunicazione consolidando l'utilizzo dei mezzi di comunicazione quali comunicati per la stampa, radio e televisioni. Inoltre dovrà dare ulteriore allo sviluppo di processi di comunicazione attraverso il web e soprattutto alla comunicazione personalizzata e bidirezionale verso le imprese e dalle imprese, favorendo una gestione multicanale della relazione. Ciò sarà possibile solo attraverso l'integrazione del lavoro dei diversi uffici.

Nel corso dello sviluppo del programma pluriennale si intende prestare quindi un'attenzione maggiore alle esigenze delle imprese della provincia di Frosinone, costruendo e mantenendo un rapporto con esse più diretto e privilegiato, coinvolgendo le stesse nelle iniziative camerali di promozione e rendendo più facilmente fruibili le informazioni di carattere economico.

Attenzione particolare continuerà ad essere rivolta alla rivista camerale "Rassegna sull'economia Ciociara" (Punto.con), che, oltre ad avere una valenza editoriale propria, è bimestrale di divulgazione ed approfondimento di temi economici, sociali e culturali legati o comunque di interesse del territorio provinciale. Essa costituisce il principale canale di diffusione delle attività camerali di informazione e di analisi economica.

L'informazione specialistica andrà sostenuta attraverso il sistema degli osservatori economici ed i diversi rapporti diffusi in occasione della giornata sull'economia e attraverso altre monografie su argomenti di particolare interesse per l'andamento dell'economia provinciale o riguardanti le caratteristiche di particolare attrattività del territorio.



Camera di Commercio  
Frosinone

A thick, dark red, curved underline that starts under the word 'Frosinone' and extends to the right, ending in a pointed tail.