



Aspin

**AZIENDA SPECIALE
INTERNAZIONALIZZAZIONE
Camera di Commercio Frosinone**

**Relazione del Presidente
Preventivo Economico
per l'anno 2013
e
Programma delle Attività**

A.SP.IN.

AZIENDA SPECIALE INTERNAZIONALIZZAZIONE
Camera di Commercio Frosinone
Viale Roma, 9 - 03100 Frosinone
Tel +39.0775.270230 Fax +39.0775.874225
www.aspin.fr.it - info@aspin.fr.it
Codice Fiscale e Partita Iva 02421330602

INDICE

RELAZIONE DEL PRESIDENTEPag.3
PREVENTIVO ECONOMICOPag.8
PROGRAMMA DELLE ATTIVITA'Pag.13

RELAZIONE DEL PRESIDENTE

Signori Consiglieri,

in un quadro oggi fortemente caratterizzato da livelli crescenti di integrazione e globalizzazione dei mercati, la capacità di affermare la competitività oltre frontiera è divenuta elemento fondamentale per affrontare nuove sfide e rilanciare l'economia partendo dalle realtà delle singole imprese.

Dallo studio del "XXVI Rapporto ICE 2011-2012: L'Italia nell'economia internazionale", pubblicato a luglio scorso dall'ICE, Agenzia per la Promozione all'Estero e l'Internazionalizzazione delle imprese italiane, in collaborazione con la Banca d'Italia, l'Istat, SACE e SIMEST, emergono dati che fotografano una situazione problematica, ma non priva di spunti che incoraggiano ad investire in politiche di promozione in grado di guidare le forze sane della nostra economia nel seguire le strategie più appropriate per uscire dalla recessione. Il fatto evidente che emerge è che le aziende italiane, in risposta alla stagnazione del mercato interno, hanno dato vita ad un forte trend di crescita dell'export.

Il sistema imprenditoriale si trova ad affrontare una sfida che si declina almeno in tre situazioni diverse: il problema della sopravvivenza, una rinnovata capacità competitiva e il rafforzamento del business internazionale.

Nel 2011, a fronte di una crescita dei flussi import/export mondiali del 5,3%, inferiore alla media degli ultimi 20 anni, l'export italiano è cresciuto di ben 11 punti percentuali. L'anno scorso l'area che ha assorbito la maggior quota dei flussi è stata l'Europa: in particolare il Nord Europa, con i mercati tedesco e francese in testa. L'Asia Orientale, in ascesa in questa graduatoria, si è posizionata terza, dietro la regione del Nord Africa, trainata dal consumo degli energetici.

Il 2012 ha fatto registrare una netta inversione di marcia. Se dal un lato, i Paesi maturi hanno visto concludere una crisi più severa di quanto si prevedesse, dall'altro, nonostante il rallentamento delle economie emergenti, si è modificata sostanzialmente la rilevanza dei flussi di export. Ad oggi, il peso dell'export italiano diretto verso l'estremo oriente, Cina e Giappone in primis, ha praticamente eguagliato quello dell'area dell'Euro, che nel suo complesso farà registrare un calo del PIL nel 2012 dello -0,3%. Il settore che ha mostrato un più spiccato incremento della percentuale dell'export è stato quello alimentare che ha toccato il +7%.

Da un punto di vista locale, sia i dati della Regione Lazio che della provincia di Frosinone sono incoraggianti: la crescita del 15,5% delle esportazioni nel 2011 rispetto al 2010 della provincia rappresenta la migliore performance ottenuta in regione, perfino migliore di quella della provincia di Roma. Sebbene i Paesi UE assorbano ancora oltre la metà delle esportazioni laziali, si nota una vigorosa crescita dell'export verso l'Asia: il flusso verso il Medio Oriente è cresciuto del 38% mentre quello verso l'estremo oriente di quasi il 25%. I dati ISTAT mostrano che per la provincia di Frosinone si è aperto positivamente anche il 2012: nel secondo trimestre dell'anno si rileva un aumento dell'export pari al 12,2%.

Il ruolo che la Camera di Commercio di Frosinone, unitamente ad Aspin, è chiamata a svolgere nel 2013 sarà di grande responsabilità: sensibilizzare, affiancare ed indirizzare le aziende della provincia nel cercare di avviare o stabilizzare la loro presenza nei mercati esteri. Oggi le piazze internazionali sono le sole a poter

assorbire i livelli di produzione, non più supportati dalla domanda del mercato interno che sta vivendo la maggiore contrazione dei consumi registrata dal 1946 ad oggi.

La rilevazione di questi trend non coglie impreparata Aspin che da anni investe risorse nella promozione internazionale in Asia: in Medio oriente ed in Estremo oriente in particolare. Questa esperienza maturata sarà preziosa per le aziende della provincia nei prossimi anni.

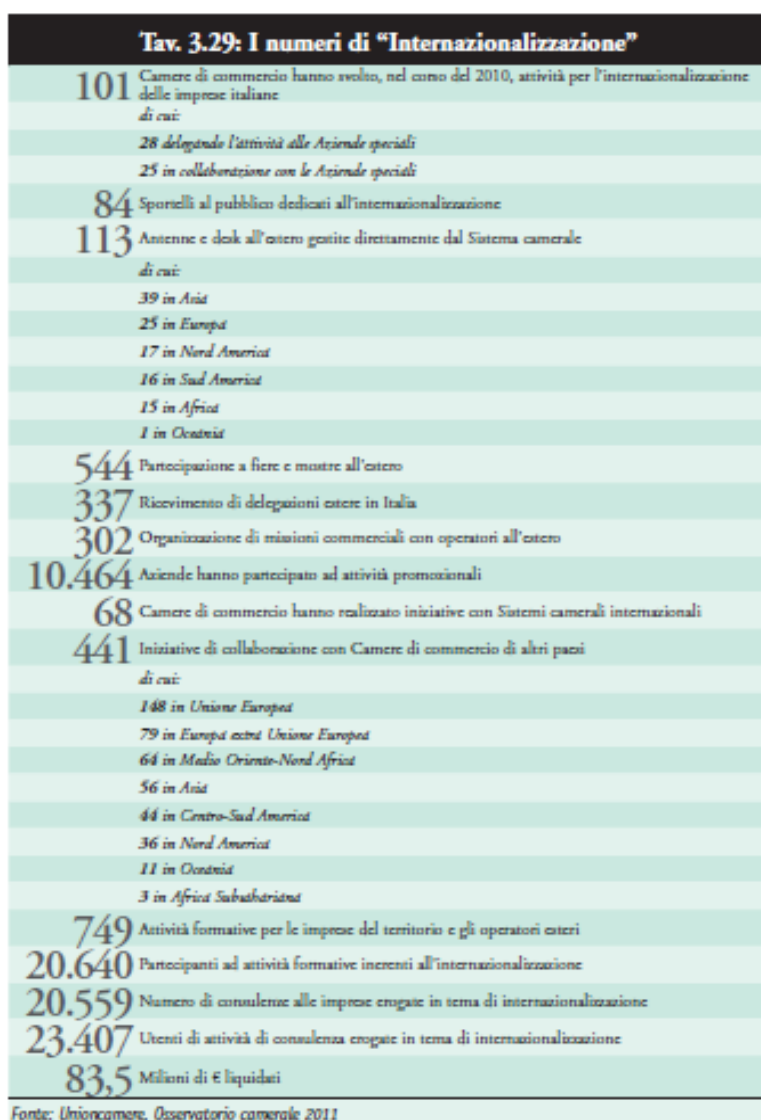
Mercati come quello cinese, quello giapponese e quello singaporiano rappresentano oggi le prossime frontiere dell'export italiano. Seguendo gli attuali trend di crescita, si prevede che nel 2016 la prima economia al mondo sarà quella cinese che scavalcherà quella statunitense.

L'attenzione ai mercati asiatici sarà incrementata nella convinzione che la crescita economica a breve-medio termine degli Stati del Sud-Est Asiatico ed il ruolo trainante dell'economie cinese e giapponese richiedano una doverosa presenza promozionale in loco. Ciò che fin ora è stato ottenuto, soprattutto con il settore

agroalimentare, vitivinicolo e quello dell'hôtellerie, deve essere da sprono per accrescere l'attenzione su queste piazze che nel futuro potranno ricoprire il ruolo di partner strategico. La consapevolezza che il mercato nord americano e quello dei BRICS confermano una capacità unica di assorbimento dei prodotti di fascia alta perfettamente in linea con le specifiche dei migliori prodotti della nostra provincia, non farà distogliere l'attenzione di Aspin da mercati che offrono ancora ottimi margini di crescita.

Gli USA, seppur interessati nel loro complesso da una congiuntura economica non rosea, garantiscono, in alcuni casi, una considerevole possibilità di crescita per le eccellenze del Made in Italy.

La strategia di indirizzo che guiderà la programmazione degli interventi di promozione internazionale per il



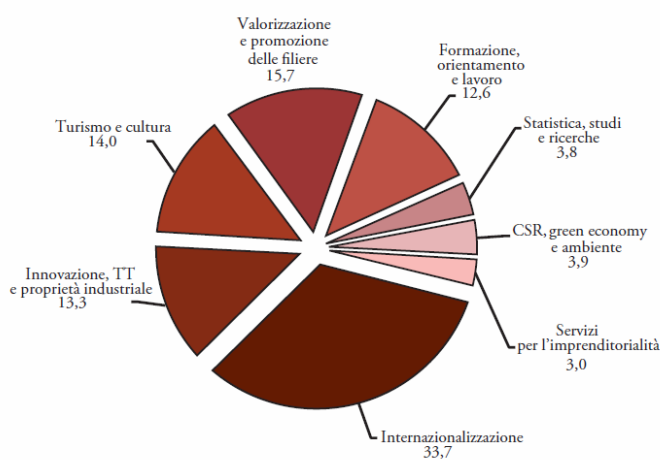
2013 si baserà su una attenta analisi PAESE/SETTORE, DISTRETTO/FILIERA.

Le azioni di potenziamento dell'internazionalizzazione delle imprese trovano oggi un forte affiancamento dell'intero sistema camerale italiano ed internazionale. L'internazionalizzazione è uno degli obiettivi prioritari

di Unioncamere per i prossimi anni. Obiettivo condiviso con il Ministero dello Sviluppo Economico con il quale la stessa Unioncamere ha inteso programmare una azione forte e diffusa di qualificazione ed armonizzazione dei servizi sull'intero territorio nazionale attraverso l'istituzione dello "Sportello Internazionalizzazione" che rappresenta il front office iniziale per le imprese. La Camera di Commercio di Frosinone, aderendo a questa azione di sistema, interviene insieme ad Aspin, a livello nazionale, quale soggetto privilegiato anche nella definizione delle azioni dell'intervento di omogeneizzazione.

Parallelamente a questa azione di qualificazione dei servizi, la Camera di Commercio di Frosinone, unitamente ad Aspin e alle altre Camere del Lazio, condurrà un approfondimento sull'efficacia e l'efficienza che potrebbero derivare da un coordinamento regionale delle attività rivolte al potenziamento della presenza internazionale delle imprese. Fatte salve, anzi valorizzate, da un lato la diffusione capillare delle Camere di Commercio sul territorio periferico regionale e dall'altro la loro vicinanza, non solo geografica, alle imprese,

Tav. 18. Le risorse spese nel 2010 per la promozione dell'economia locale
(% per ambito di intervento)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

l'analisi riguarderà l'architettura di un nuovo coordinamento per macro aree, per obiettivi prioritari ed per indirizzi strategici generali. L'attenzione sarà incentrata sulla salvaguardia e valorizzazione delle eccellenze e delle specificità dei territori, all'interno di una strategia pluriennale e di sistema Paese/Regione.

L'approfondimento sulla rete del sistema laziale sarà arricchita dalle esperienze che Aspin ha sviluppato nel corso degli

ultimi anni con l'intero sistema camerale. La partecipazione, sempre più determinante, ad iniziative aggregative di più realtà camerali su progetti comuni ha fatto sì che l'Azienda Speciale di Frosinone diventasse partner o protagonista di progetti destinati alle imprese, conseguendo economie di scala dovute proprio alla condivisione delle specializzazioni. Anche nel prossimo anno sarà protagonista la strategia di rete del sistema e delle professionalità camerali, in particolare su progetti di forte impatto sulla crescita internazionale delle imprese: reti di impresa nazionali ed internazionali, crescita delle nuove imprese esportatrici, diffusione internazionale delle strutture turistiche locali con il marchio Ospitalità Italiana.

Obiettivi del programma

- Stimolare e sostenere l'approccio ai mercati esteri delle imprese provinciali;
- Incoraggiare l'accesso ai mercati internazionali da parte di imprese neofite;
- Sostenere la diversificazione dei mercati di sbocco internazionali;
- Assistere le imprese nelle problematiche connesse al commercio internazionale.

Risultati attesi

- Mantenimento delle aziende fidelizzate che utilizzano i servizi della Camera di Commercio attraverso Aspin;

- Incremento complessivo delle aziende che partecipano alle azioni di promozione internazionale, in particolare alle azioni del sistema camerale ed ai progetti complessi;
- Incremento degli esiti positivi delle azioni di promozione internazionale e degli altri servizi offerti da Aspin.

Per il conseguimento degli obiettivi indicati, il raggiungimento dei risultati e per la realizzazione delle azioni di internazionalizzazione delle imprese, che sono riportate nel programma di seguito dettagliato, si propone, per l'approvazione, il Preventivo Economico per l'anno 2013 dell'Azienda Speciale della Camera di Commercio di Frosinone Aspin.

Il Preventivo 2013 è stato redatto in conformità al "Regolamento per la disciplina della gestione patrimoniale e finanziaria delle Camere di Commercio" di cui al Decreto del Presidente della Repubblica 2 novembre 2005 n. 254.

Il suddetto Regolamento prevede che la gestione sia ispirata ai principi generali della contabilità economica e patrimoniale attinenti ai requisiti della veridicità, universalità, continuità prudenza e chiarezza.

Il preventivo economico è redatto secondo l'allegato G del D.P.R. 2 novembre 2005, n. 254, e relativa relazione illustrativa (art. 67 del D.P.R. 2 novembre 2005, n. 254), e sarà sottoposto all'esame della Giunta Camerale e quindi all'approvazione del Consiglio Camerale.

Il presente preventivo è stato predisposto in conformità all'applicazione del D.L. 78/2010, convertito in Legge n. 122/2010, della Legge 135/2012 "Spending Review", recante disposizioni per la revisione della spesa pubblica, della Legge 134 del 7 agosto 2012, relativa alla crescita del Paese. Si è, inoltre, tenuto conto delle circolari del Ministero dell'Economia e delle Finanze n.35819 del 15 Aprile 2011, n.0069244 del 9 agosto 2012 e n.74006 del 01 ottobre 2012 nonché delle circolari del Ministero dello Sviluppo Economico n. 0005544 del 15 giugno 2006, n. 0190345 del 13 settembre 2012 e n.0191926 del 17 settembre 2012.

In sintonia con l'applicazione delle norme da parte della Camera di Commercio di Frosinone, Legge 135/2012 art.5 comma 7, Aspin ha provveduto a ridurre il valore dei buoni pasto per il proprio personale dipendente dal € 10,00 a € 7,00 (decisione del CdA del 24/09/2012).

Per l'esercizio 2013, data la poca chiarezza della normativa riguardante l'applicazione alle Aziende Speciali l'art. 6, commi 2 e 3, del D.L. 78/2010 convertito in legge 30 luglio 2010, n.122 con il quale il legislatore è intervenuto in materia di emolumenti e gettoni agli organi istituzionali si procederà, in via prudenziale, con la costituzione di fondo di accantonamento (emolumenti e gettoni) che sarà svincolato a seguito di definitivo chiarimento di applicazione delle norme.

Aspin rappresenta di adempiere al disposto dell'art. 65 comma 2 del Regolamento di cui sopra, che prevede che le Aziende Speciali dimostrino, in modo programmatico e non prescrittivo, la crescente capacità di autofinanziamento e di copertura dei costi di struttura.

Aspin registra, negli ultimi anni, un trend di crescita della voce dei ricavi ordinari al netto del contributo camerale, determinando così l'aumento della capacità di autofinanziamento complessivo dell'Azienda. Nel 2013, si prevede un ulteriore aumento dei ricavi ordinari che potrebbero ad una copertura delle spese di funzionamento pari al 74,07%.

A tal proposito è però da sottolineare che la capacità di autofinanziamento dell'Azienda, derivante dall'erogazione dei servizi alle imprese, è direttamente proporzionale alla politica commerciale che l'ente camerale le attribuisce. Di contro l'autofinanziamento derivante da fonti terze, rispetto alla Camera di Commercio, è collegato alla possibilità, per l'Azienda Speciale, di accedere e partecipare a bandi e gare di natura regionale, nazionale ed internazionale.

L'Azienda Speciale ASPIN in ottemperanza al Decreto Legislativo n. 150 del 2009: *"Attuazione della legge 4 marzo 2009, n. 15, in materia di ottimizzazione della produttività del lavoro pubblico e di efficienza e trasparenza delle pubbliche amministrazioni"* ha definito il proprio Ciclo di Gestione della Performance che consiste nell'insieme delle attività finalizzate a garantire l'indirizzo, il coordinamento ed il controllo dell'operato di Aspin nell'ambito del Piano della Performance della Camera di Commercio in materia di internazionalizzazione delle imprese e del territorio.

Con delibera n. 16 del 31 ottobre 2012 la Camera di Commercio di Frosinone ha pubblicato la relazione sulla performance dell'ente per il 2001 all'interno della quale emergono i positivi risultati conseguiti da Aspin sulle seguenti linee di attività:

AZIONE	OBIETTIVO	RAGGIUNGIMENTO
A.1.1.1. FIERE INTERNAZIONALI	incremento della partecipazione delle imprese	100%
A.1.1.2. MISSIONI D'AFFARI	Diversificazione dell'offerta di promozione internazionale	100%
A.1.1.3. INIZIATIVE DI INCOMING	Incremento della partecipazione delle imprese	50%
A.1.1.4. SEMINARI DI FORMAZIONE E AGGIORNAMENTO	Incremento della partecipazione delle imprese	100%
A.1.1.5. RISPOSTE A QUESITI	Tempestività nella risposta a quesiti	100%
A.1.1.6. PROGETTO INNOVAZIONE E DESIGN	Sviluppo di nuovi prototipi di prodotto e loro promozione sui mercati internazionali	100%
A.1.1.7. ACCESSO AL CREDITO	Richieste di informazioni per l'accesso al credito	100%

La presente relazione fornisce informazioni sulle voci relative ai proventi, agli oneri e agli investimenti e specifica le risorse destinate all'attuazione del programma di attività.

AREE DI INTERVENTO DI ASPIN:

- PROMOZIONE INTERNAZIONALE
- FORMAZIONE E QUALIFICAZIONE DELLE IMPRESE PER UN CORRETTO APPROCCIO AI MERCATI ESTERI
- ASSISTENZA TECNICA INTERNAZIONALE
- PROGETTI SPECIALI DI INTERNAZIONALIZZAZIONE

PREVENTIVO ECONOMICO - ANNO 2013

(Articolo 67 comma 1 D.P.R. 254 del 2 novembre 2005)

VOCI DI COSTO/RICAVO	VALORI COMPLESSIVI		QUADRO DI DESTINAZIONE PROGRAMMATICA DELLE RISORSE							
	PREVISIONE CONSUNTIVO AL 31.12.2012	PREVENTIVO ANNO 2013	Fiere	Workshop e Cooperazione Internazionale	Progetti Speciali	Aggiornamento e Formazione	Assistenza Tecnica	Informazione Tecnica e Marketing	Spese di Gestione Istituzionale	TOTALE
A) RICAVI ORDINARI										
1) Proventi da servizi	45.000,00	50.000,00	25.000,00	18.000,00	6.000,00		1.000,00			50.000,00
2) Altri proventi o rimborsi										0,00
3) Contributi da organismi comunitari										0,00
4) Contributi regionali o da altri enti pubblici	89.000,00	170.000,00	50.000,00	50.000,00	70.000,00					170.000,00
5) Altri contributi										
6) Contributo della Camera di Commercio	600.000,00	600.000,00	338.138,15	100.857,55	95.108,99	7.955,07	1.926,86	21.013,38	35.000,00	600.000,00
Totale (A)	734.000,00	820.000,00	413.138,15	168.857,55	171.108,99	7.955,07	2.926,86	21.013,38	35.000,00	820.000,00
B) COSTI DI STRUTTURA										
1) Organi istituzionali	32.000,00	30.000,00							30.000,00	30.000,00
2) Personale	218.000,00	220.000,00	114.205,07	46.677,82	47.300,19	2.199,04	809,08	5.808,80	3.000,00	220.000,00
3) Funzionamento	44.000,00	45.000,00	22.630,50	9.249,52	9.372,85	435,76	160,33	1.151,05	2.000,00	45.000,00
4) Ammortamenti e accantonamenti	2.000,00	2.000,00	1.052,58	430,21	435,95	20,27	7,46	53,54		2.000,00
Totale (B)	296.000,00	297.000,00	137.888,15	56.357,55	57.108,99	2.655,07	976,86	7.013,38	35.000,00	297.000,00
C) COSTI ISTITUZIONALI										
1) Spese per progetti e iniziative	438.000,00	523.000,00	275.250,00	112.500,00	114.000,00	5.300,00	1.950,00	14.000,00	0,00	523.000,00
Totale (C)	438.000,00	523.000,00	275.250,00	112.500,00	114.000,00	5.300,00	1.950,00	14.000,00	0,00	523.000,00
Totale B+C	734.000,00	820.000,00	413.138,15	168.857,55	171.108,99	7.955,07	2.926,86	21.013,38	35.000,00	820.000,00

IL PRESIDENTE
Genesio Rocca

PREVENTIVO ECONOMICO 2013

Copertura dei costi di struttura

Voce	2011 (consuntivo)	2012 (previsione consuntivo)	2013 (preventivo)
- Ricavi ordinari	€ 740.749,60	€ 734.000,00	€ 820.000,00
a detrarre:			
- contributo camerale	€ 600.000,00	€ 600.000,00	€ 600.000,00
Residuo ricavi ordinari	€ 140.749,60	€ 134.000,00	€ 220.000,00
Costi di struttura	€ 273.132,00	€ 296.000,00	€ 297.000,00
Misura % di copertura dei costi di struttura	<i>51,53</i>	<i>45,27</i>	<i>74,07</i>
Residuo ricavi ordinari	€ 140.749,60	€ 134.000,00	€ 220.000,00
Costi del personale	€ 197.780,13	€ 218.000,00	€ 220.000,00
Misura % di copertura dei costi di struttura	<i>71,16</i>	<i>61,46</i>	<i>100,00</i>

Autofinanziamento complessivo

Voce	2011 (consuntivo)	2012 (previsione consuntivo)	2013 (preventivo)
- Ricavi ordinari	€ 740.749,60	€ 734.000,00	€ 820.000,00
a detrarre:			
- contributo camerale	€ 600.000,00	€ 600.000,00	€ 600.000,00
Residuo ricavi ordinari	€ 140.749,60	€ 134.000,00	€ 220.000,00
Costi struttura e istituzionali	€ 777.813,98	€ 734.000,00	€ 820.000,00
Misura % di autofinanziamento complessivo	<i>18,10</i>	<i>18,26</i>	<i>26,83</i>

Di seguito sono illustrate le singole voci che compongono il Preventivo Economico:

A) RICAVI ORDINARI

Proventi da servizi € 50.000,00

L'importo si riferisce alla previsione dei ricavi derivanti dalle quote di partecipazione delle aziende alle attività istituzionali di Aspin a favore delle imprese (Programma di Attività 2013), nonché dei proventi relativi all'erogazione di specifici servizi di assistenza tecnica e consulenza;

Contributi regionali o da altri Enti pubblici € 170.000,00

L'importo riguarda l'accesso di Aspin ai fondi pubblici europei, nazionali, e regionali nonché ai fondi del sistema camerale italiano (bandi e gare). La previsione 2013 è stata definita in maniera prudenziale unicamente sui fondi relativi ai progetti presentati al sistema camerale (Unioncamere e MISE). Aspin ha presentato progettualità per oltre 460.000 euro che dovrebbero corrispondere a contributi per circa 260.000 euro. In previsione del taglio che Unioncamere potrebbe operare sull'importo dei progetti presentati si è ritenuto di considerare l'importo ridotto del 35%.

I progetti:

- 1) "SIRI: lo sviluppo in rete, il futuro nella continuità" – Accordo di programma MISE/Unioncamere 2011;
- 2) "SPOT: Sportello del Turismo" – Accordo di programma MISE/Unioncamere 2011;
- 3) "SIAFT MATRICOLE" – Accordo di programma MISE/Unioncamere 2011;

Contributo della Camera di Commercio € 600.000,00

Si tratta della quota erogata dall'ente camerale di Frosinone per la realizzazione delle attività che non prevedono copertura finanziaria di altri soggetti. La quota risulta invariata rispetto al 2010, al 2011 e al 2012.

B) COSTI DI STRUTTURA

Organi istituzionali € 30.000,00

I costi relativi agli Organi Istituzionali sono stati calcolati in funzione di quanto stabilito dalla Deliberazione n. 10 della Seduta di Consiglio Camerale n. 3 del 26.05.2011 che ha aggiornato gli importi degli emolumenti agli amministratori camerale e delle Aziende Speciali applicando le norme

di contenimento della spesa pubblica introdotte dal D.L. 78/2010 convertito dalla L. n. 122/2010 (Legge Finanziaria 2010).

Per l'esercizio 2013, data la poca chiarezza della normativa riguardante l'applicazione alle Aziende Speciali l'art. 6, commi 2 e 3, del D.L. 78/2010 convertito in legge 30 luglio 2010, n.122 con il quale il legislatore è intervenuto in materia di emolumenti e gettoni agli organi istituzionali si procederà, in via prudenziale, con la costituzione di fondo di accantonamento (emolumenti e gettoni) che sarà svincolato a seguito di definitivo chiarimento di applicazione delle norme.

Personale € 220.000,00

Si tratta dei costi che l'Azienda sosterrà per il proprio personale dipendente. Il costo previsto rimarrà sostanzialmente invariato rispetto al 2012. L'Azienda opererà la gestione del personale in armonia ed osservanza dei vincoli dettati dal D.L. 78/2010 per le Aziende Speciali.

Attualmente l'organico aziendale di Aspin si compone di n. 4 risorse con contratto a tempo indeterminato, di n. 1 risorsa con contratto a tempo determinato.

Funzionamento € 45.000,00

In tale voce sono state previste le spese di gestione generale delle attività dell'Azienda Speciale (cancelleria, apparecchiature elettriche ed elettroniche, utenze, imposte, ecc.) unitamente alle consulenze del lavoro e fiscali.

Ammortamenti e accantonamenti € 2.000,00

Si tratta delle quote di ammortamento relative a beni aziendali.

C) COSTI ISTITUZIONALI

L'importo di € **523.000,00** rappresenta la disponibilità dell'Azienda, per il 2013 per la realizzazione delle attività di servizio ed affiancamento alle imprese nel loro processo di internazionalizzazione. Tale importo è ripartito in base alle strategie ed agli orientamenti della Camera di Commercio di Frosinone, nelle cinque macro aree di attività dell'Azienda Speciale (Promozione, di cui Fiere e Workshop, Formazione, Progetti Speciali, Assistenza Tecnica, Informazione e Marketing) e si rifà, nel dettaglio, al programma di attività 2012.

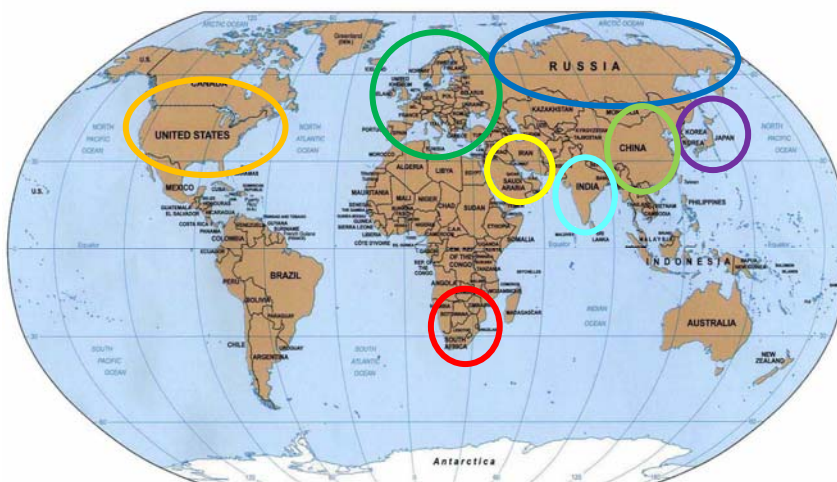
ATTIVITA' ISTITUZIONALI 2012		
Ripartizione delle risorse per macrovoci		
	Valori assoluti	Valori %
PROMOZIONE	€ 387.750,00	74,14
<i>Fiere</i>	€ 275.250,00	52,63
<i>Workshop e Cooperazione Internazionale</i>	€ 112.500,00	21,51
PROGETTI SPECIALI	€ 114.000,00	21,80
AGGIORNAMENTO E FORMAZIONE	€ 5.300,00	1,01
ASSISTENZA TECNICA	€ 1.950,00	0,37
INFORMAZIONE TECNICA E MARKETING	€ 14.000,00	2,68
TOTALE	€ 523.000,00	100%

Il modello di preventivo economico prevede un quadro di destinazione programmatica delle risorse. Nella sua predisposizione si è proceduto mediante ripartizione dei ricavi in funzione delle azioni previste all'interno delle macro aree di attività dell'Azienda, mentre per i costi di struttura, che in quanto tali sono comuni alle diverse tipologie di attività, si è ritenuto idoneo ripartirli in misura percentuale rispetto ai costi per progetti ed iniziative.

IL PRESIDENTE
Genesio Rocca

IL PROGRAMMA DELLE ATTIVITA' PER IL 2013

LA STRATEGIA SETTORE/PAESE PER IL 2013



	Agroalimentare e vitivinicolo. Arredamento, Complementi di arredo, Interior design.		Agroalimentare e vitivinicolo, Hôtellerie.
	Agroalimentare e vitivinicolo. Arredamento, Complementi di arredo, Interior design. Automotive, Nautica ed Aeroportuale Cartario, Moda, Turismo.		Arredamento, Complementi di arredo, Interior design. Automotive, Nautica ed Aeroportuale.
	Agroalimentare e vitivinicolo. Arredamento, Complementi di arredo, Interior design.		Hôtellerie, Sistema casa, Edilizia, Marmo, Materiali da costruzione e Tecnologie. Arredamento, Complementi di arredo, Interior design.
	Agroalimentare e vitivinicolo.		Agroalimentare e vitivinicolo. Arredamento, Complementi di arredo, Interior design. Automotive, Nautica ed Aeroportuale, Moda, Turismo.

Settore	Aree geografiche
Agroalimentare e Vitivinicolo	Asia, Europa, Nord America
Arredamento, Complementi di arredo, Interior Design	Europa, Nord America
Automotive, Nautica ed Aeroportuale	Asia, Europa
Cartario	Asia
Hôtellerie	Asia
Iniziative Multisetoriali	Africa, Europa
Moda	Europa
Sistema Casa, Edilizia, Marmo, Materiali da costruzione e Tecnologie	Asia

LA PROMOZIONE INTERNAZIONALE

L'insieme e la descrizione delle azioni di promozione internazionale che Aspin intende sviluppare per il 2013 sono contenute nel quadro sinottico a pag. 15 e seguenti.

FORMAZIONE E QUALIFICAZIONE DELLE IMPRESE PER UN CORRETTO APPROCCIO AI MERCATI ESTERI

L'attività di formazione ricopre un interesse prioritario tra i servizi offerti sul tema dell'internazionalizzazione, con la consapevolezza che essa rappresenti un elemento decisivo sia per la crescita competitiva del territorio che per incrementare e qualificare la partecipazione delle imprese alle azioni di promozione.

Ascoltando le esigenze degli imprenditori locali ed in armonia con le scelte promozionali Settore/Paese saranno organizzati corsi e seminari di approfondimento sullo scenario socio-economico, produttivo e distributivo delle piazze internazionali d'interesse.

L'attività riguarderà anche interventi tecnici sulla contrattualistica internazionale, sui programmi comunitari, bandi e finanziamenti all'internazionalizzazione.

ASSISTENZA TECNICA INTERNAZIONALE

La Camera di Commercio ed Aspin offrono al sistema delle imprese un supporto qualificato e specializzato per soddisfare le richieste di assistenza tecnica che derivano dal mondo produttivo. Attraverso l'accesso diretto alle banche dati di settore ed utilizzando anche i servizi messi a disposizione del sistema camerale italiano ed estero, sarà possibile rispondere a quesiti su temi e problematiche connessi al commercio internazionale ma anche in materia di diritto civile, contrattuale e societario internazionale nonché al diritto tributario nazionale ed internazionale.

PROGETTI SPECIALI DI INTERNAZIONALIZZAZIONE

In considerazione del particolare momento storico che sta attraversando il sistema produttivo italiano e per prospettare alle imprese frusinate soluzioni che in tempi rapidi possano compensare la forte contrazione dei consumi interni, la Camera di commercio di Frosinone, attraverso l'Azienda Speciale Aspin, in un ampio partenariato camerale, ha presentato un ampio programma progettuale.

Tutto ciò in linea con le priorità strategiche individuate da Unioncamere coincidenti con le necessità proprie del territorio della provincia di Frosinone:

- 1- incrementare il numero di aziende esportatrici puntando soprattutto a far "emergere" quelle imprese che non hanno mai affrontato i mercati esteri, oppure l'hanno fatto solo in modo sporadico e non organizzato;
- 2- qualificare e valorizzare l'offerta turistica extra-alberghiera locale e metterla in connessione diretta con gli analoghi network internazionali per conferirle visibilità e fruibilità anche oltre confine;
- 3- stimolare e potenziare le imprese a favore di formule aggregative tra professionisti che potranno generare pull di esperti in grado di accompagnare l'imprenditore nella creazione di reti d'impresa.

QUADRO SINOTTICO DEGLI INTERVENTI DI INTERNAZIONALIZZAZIONE RIVOLTI ALLE IMPRESE

FIERE	PAESE	CITTÀ	SETTORE	PARTENARIATO	DATA
SIRHA	Francia	Lione	Agroalimentare, Vitivinicolo	Aspin/UCL	26-30 gennaio
FOODEX	Giappone	Tokyo	Agroalimentare, Vitivinicolo	Aspin	5-8 marzo
PROWEIN	Germania	Dusseldorf	Agroalimentare, Vitivinicolo	Aspin	24-26 marzo
ESPOZIONE FUORISALONE	Italia	Milano	Arredamento, Complementi di arredo, Interior Design	Aspin	9-14 aprile
HOFEX	Hong Kong	Hong Kong	Agroalimentare, Vitivinicolo	Aspin/Metropoli	7-10 maggio
LE BOURGET	Francia	Parigi	Aerospazio	Aspin/UCL	17-23 giugno
WHITE	Italia	Milano	Moda	Aspin	22-24 giugno
SUMMER FANCY FOOD	USA	New York	Agroalimentare, Vitivinicolo	Aspin/UCL	30 giugno 2 luglio
FESTIVAL DE LA PLAISANCE CANNES	Francia	Cannes	Nautica	Aspin/UCL	10-15 settembre
THE HOTEL SHOW	EAU	Dubai	Hotellerie	Aspin	29 settembre 1° ottobre
EURASIA PACKAGING	Turchia	Istanbul	Carta, Imballaggio, Packaging e Tecnologie	Aspin	Da definire settembre

FIERA PROGETTO SPOT SPORTELLO DEL TURISMO	Europa	Europa	Turismo	Aspin/ISNART	Da definire II semestre
ANUGA	Germania	Colonia	Agroalimentare, Vitivinicolo	Aspin/UCL	5-9 ottobre
INTER AIRPORT EUROPE	Germania	Monaco	Aeroportuale	Aspin/UCL	8-11 ottobre
FOOD & HOSPITALITY CHINA	Cina	Shanghai	Hotellerie	Aspin	Da definire novembre
BIG 5 SHOW	EAU	Dubai	Edilizia/Marmo/Materiali da costruzione/Tecnologie	Aspin/UCL	25-28 novembre
MISSIONI	PAESE	CITTÀ	SETTORE	PARTENARIATO	DATA
Incontri B2B presso ENREG ENERGIA REGENERABILA	Romania	Arad	Energia rinnovabile e distribuzione d'energia	CCIE Salonicco, Aspin, CCIE Atene, Belgrado, Bucarest, Istanbul, Izmir, Sofia	6-8 marzo
Incontri B2B presso WORLD OF FORNITURE	Bulgaria	Sofia	Arredamento, Complementi di arredo, Interior Design	CCIE Salonicco, Aspin, CCIE Atene, Belgrado, Bucarest, Istanbul, Izmir, Sofia	24-27 aprile
Incontri B2B presso TECHNOMOBEL	Bulgaria	Sofia	Macchinari e materiali industria del mobile	CCIE Salonicco, Aspin, CCIE Atene, Belgrado, Bucarest, Istanbul, Izmir, Sofia	24-28 aprile
MISSIONE IN INDIA	India	Bangalore, Delhi, Mumbai	Arredo, Sistema casa, interior design	Promos, Aspin, CCIAA Como, Forli e Cesena, Matera, Monza e Brianza, Pesaro e Urbino, Udine, Vicenza	Da definire

Incontri B2B presso SEE AUTO COMPO NET	Serbia	Kragujevac	Automotive	CCIE Salonicco, Aspin, CCIE Atene, Belgrado, Bucarest, Istanbul, Izmir, Sofia	Da definire Marzo
Incontri B2B presso WIN-WORLD OF INDUSTRY	Turchia	Istanbul	Meccanica e Metallurgia	CCIE Salonicco, Aspin, CCIE Atene, Belgrado, Bucarest, Istanbul, Izmir, Sofia	6-9 giugno
INCOMING PROGETTO SPOT - SPORTELLO DEL TURISMO	Italia	Frosinone	Turismo	Aspin/ISNART	Da definire Luglio
INCOMING WINE EUROPA	Italia	Frosinone	Agroalimentare, Vitivinicolo	Aspin	Da definire Azione di sistema II semestre
SERATA OSPITALITA ITALIANA IN TOUR	Cina	Shanghai	Agroalimentare, Vitivinicolo	Aspin	Da definire FHC
MATCHING	Italia	Milano	Multisetoriale	Aspin, CDO	Da definire Novembre
MISSIONE IN SUD AFRICA	Sud Africa	Johannesburg	Multisetoriale	Aspin	Da definire Azione di sistema
HOME OFFICE & ITALIAN STYLE, II Ed.	USA	Chicago, Houston, Miami	Arredamento, Complementi di arredo, Interior Design	Aspin	Da definire II semestre

PROMOZIONE INTERNAZIONALE 2013

DESCRIZIONE SISTENTICA EVENTI

Sirah

Lione (Francia), 26/30 gennaio 2013



Il Sirah, fiera biennale, rappresenta un appuntamento di riferimento per gli specialisti dell'industria dell'ospitalità e del food service. L'evento, che si organizzerà presso l'Eurexpo di Lione, ha offerto nella sua ultima edizione l'opportunità a 2200 espositori, suddivisi in 22 padiglioni internazionali, di presentare a più di 160.000 visitatori e 900 giornalisti 600 nuovi prodotti. È l'anticipazione dei trend futuri il target di questa manifestazione che si annovera tra le più innovative nel palcoscenico mondiale.

Partenariato: UCL/Aspin

Foodex

Tokyo (Giappone), 5/8 marzo 2013

Il Foodex è la fiera più importante del settore "Food & Beverage" dell'Asia e del Pacifico; nonostante le note vicende dello scorso anno legate allo tsunami, l'economia Giapponese ha saputo reagire e rappresenta uno dei player di rilievo dell'estremo oriente; da decenni monopolizza l'attenzione di tutti gli operatori internazionali che intendono entrare in questo mercato dotato di caratteristiche compatibili con le produzioni di fascia media alta delle eccellenze della provincia di Frosinone. Non bisogna trascurare che l'attenzione dedicata al Made in Italy dal Giappone non è stata mai tanto alta quanto negli ultimi anni, in cui i flussi commerciali continuano a crescere con un buon ritmo.



Partenariato: Aspin

Prowein

Dusseldorf (Germania), 24-26 marzo 2013

Prowein è la fiera più importante per il mercato vitivinicolo tedesco, primo mercato di sbocco in Europa per il vino italiano. L'edizione dell'anno scorso con quasi 4000 espositori provenienti da 50 paesi, con oltre 40000 visitatori professionali provenienti da tutto il mondo ha registrato un aumento di quasi 300 espositori rispetto all'anno precedente, non riuscendo a soddisfare tutte le richieste ricevute dagli espositori.



Partenariato: Aspin

Esposizione Fuorisalone 2013

Milano (Italia), 09/14 aprile 2013

La vivacità e le proposte innovative del Fuorisalone da anni animano la città di Milano in occasione del "Salone Internazionale del Mobile" di Rho. La qualità delle proposte artistiche e di design hanno fatto assurgere l'evento al ruolo di manifestazione campione delle innovazioni del gusto e della moda. L'area di via Tortona ha ospitato una collettiva organizzata da Aspin per due anni consecutivi.



Partenariato: Aspin

HOFEX

Hong Kong (Cina), 7/10 maggio 2013

La fiera biennale HOFEX di Hong Kong rappresenta un appuntamento strategico per chi intende approcciare uno dei mercati più vivi e attenti all'innovazione del sud est asiatico, che gioca il ruolo di punto di riferimento per tutta la regione. Hong Kong di per se è uno dei nostri principali partner commerciali nell'area asiatica e registra trend di crescita molto sostenuti. Il polo fieristico di Hong Kong, con i suoi 48.000 m² di superficie, in occasione dell'edizione del 2011 ha ospitato più di 1.800 espositori provenienti da più di 40 paesi diversi, con un'affluenza prevista di circa 30.000 visite da parte degli addetti ai lavori.



Partenariato: ICE

Fiera Internazionale dell'Aeronautica e dello Spazio, Salon Le Bourget

Parigi (Francia), 17/23 giugno 2013

La "Fiera Internazionale dell'Aeronautica e dello Spazio", Salon le Bourget, è organizzato dalla SIAE, una società del gruppo Aerospace Industries (GIFAS). La 50° edizione della mostra si terrà al Parc des expositions du Bourget, per dar appuntamento a gli operatori del settore di tutto il mondo per presentare le più recenti innovazioni tecnologiche del settore aeronautico. I primi 4 giorni della manifestazione saranno riservati agli operatori del settore seguiti da 3 giorni per il pubblico. I numeri della manifestazione sono faraonici: 2200 espositori, 350.000 visitatori, 310.000 mq di esposizione, 3200 giornalisti e 290 delegazioni ufficiali.



Partenariato: UCL/Aspin

White Milano

Milano (Italia), 22/24 giugno 2013

White è la vetrina internazionale della moda "contemporary", ma anche il riferimento culturale per una generazione di stilisti, designer e artisti che nel salone di via Tortona 27 e via Tortona 54 a Milano trovano la loro formidabile rampa di lancio. Frequentato da oltre 12.000 buyer dei multimarca più importanti del mondo, White se, da un lato, è l'ambita piattaforma per i marchi di nicchia, dall'altro sta diventando sempre più il palcoscenico ideale per tutte quelle aziende di ricerca della moda italiana e straniera. Infatti, la presenza di operatori internazionali nell'ultima edizione ha fatto registrare netta crescita del 20%. Rilevanti le visite dei buyers giapponesi che tra department store, agenti e giornalisti hanno fatto registrare una crescita del 35%. Nel 2013 Aspin parteciperà all'appuntamento di giugno dedicato alla collezione uomo e donna d'ell'autunno inverno.



Partenariato: Aspin

Summer Fancy Food

New York (USA), 30 giugno/2 luglio 2013

Il Summer Fancy Food (SFF) è uno dei due eventi fieristici che egemonizza l'attenzione degli operatori commerciali statunitensi del settore del F&B: insieme al Winter Fancy Food (WFF) di San Francisco ha come fine quello di servire tutto il territorio statunitense; mentre il WFF si svolge nella prima parte dell'anno ed è rivolto agli stati della costa occidentale, mentre il SFF si svolge in periodo estivo e si concentra su quella orientale.



Partenariato: UCL/Aspin

Festival de la Plaisance di Cannes

Cannes (Francia), 10/15 settembre 2013

Il Festival de la Plaisance di Cannes è stato il primo salone "in acqua" d'Europa: un luogo unico che sposa lusso, gusto e passione per la nautica. Un appuntamento in un ambiente straordinario dove accanto alle unità nuove del Vieux Port si affianca il mercato dell'usato al Port Pierre Canto. Questo evento fuori dal comune ha festeggiato quest'anno la sua 34° edizione che ha registrato quasi 54000 visitatori, ha messo in acqua 583 imbarcazioni di cui ben l'84% delle quali erano straniere; sono state presentate 173 novità e 181 imbarcazioni di oltre 20 metri; i 425 espositori presenti sono stati accolti su un'area espositiva di 80.000 m².



Partenariato: UCL/Aspin

The Hotel Show

Dubai (EAU), 29 settembre/1 ottobre 2013

Aspin nel 2013 organizzerà la sua quarta partecipazione consecutiva all'Hotel Show, evento legato ai prodotti, servizi e tecnologie del settore alberghiero, catering e del tempo libero di spicco di tutto il Medio Oriente e dell'Africa Orientale. L'ennesima riproposta di questo evento si giustifica con l'alto grado di soddisfazione registrato tra le aziende partecipanti e per i risultati conseguiti sin ora. Il settore dell'accoglienza di tutta la regione, ha come punto di riferimento questa fiera per aprirsi alle novità e gli ultimi trend internazionali.



Partenariato: Aspin

Eurasia Packaging 2013

Istanbul (Turchia), settembre 2013

La 19° edizione della fiera Eurasia Packaging 2013 di Istanbul sarà dedicata all'Industria dell'imballaggio e si terrà presso il Convention and Congress Center - Büyükçekmece. Manifestazione emergente nel contesto europeo, si è affermata tra le cinque fiere continentali più importanti: di certo è la fiera annuale più grande che serve contemporaneamente un'area vasta come l'Europa, il Maghreb ed il Medio Oriente. Nell'edizione del 2011 hanno esibito 1.031 aziende provenienti da 33 paesi provenienti dall'America, dall'Europa e dall'Asia. L'attenzione dedicata all'evento dalle aziende italiane è molto alta: infatti, esse sono le più presenti a livello assoluto dopo quelle francesi. Nell'edizione di quest'anno sono attesi più di 4000 espositori italiani.



Partenariato: Aspin

ANUGA

Colonia (Germania), 5/9 ottobre 2013



Appuntamento classico ed immancabile a livello mondiale del settore F&B. Con scadenza biennale, l'Anuga rappresenta il "Gran Galà" delle fiere agroalimentari mondiali. Occasione preziosa per garantire visibilità alle aziende attive sui mercati internazionali.

Partenariato: Aspin, IACCW

Inter Airport Europe

Monaco (Germania), 8/11 ottobre 2013

Inter Airport Europe è senza dubbio la manifestazione leader mondiale nel settore aeroportuale: si è affermata per l'offerta di nuove idee e per le competenze utili a definire l'aeroporto del futuro. Attrezzature, tecnologie e servizi per l'assistenza a terra, operazioni di terminal, progettazione di nuovi aeroporti compongono la lista delle sezioni della mostra che è capace di attirare un pubblico di professionisti del



settore provenienti da aeroporti, compagnie aeree, vettori aerei di merci e di trasporto aereo di supporto. Per i fornitori del settore questa fiera è una scelta obbligata se si intende presentare i propri prodotti agli acquirenti chiave e ai decision maker pronti ad investire.

Partenariato: UCL/Aspin

Food & Hospitality China

Shanghai (Cina), novembre 2013

Maggiore evento dedicato al mercato cinese del settore dell'ospitalità e dell'International Food", conta su 15 anni di crescita costante e rappresenta un punto di riferimento per gli operatori internazionali. L'edizione del 2013 è attesa come quella della sua consacrazione a fiera di riferimento per tutta la Repubblica Popolare Cinese. Quella del 2013 sarebbe la terza partecipazione consecutiva alla manifestazione.



Partenariato: Aspin

The Big 5 Show

Dubai (EAU), novembre 2013

La Big 5 Show ha luogo dal 1989 a Dubai ed è la più grande fiera dell'economia edile e dell'acqua nei paesi arabi della Penisola Arabica, del Medio Oriente e del Maghreb. Aspin dal 2004 coordina la partecipazione delle aziende frusinate all'evento. I cinque settori principali sono industria delle costruzioni, ingegneria acquatica e ambientale, ingegneria climatica, pulizia e smaltimento e costruzione in vetro e metallo.



Partenariato: UCL/Aspin

Home Office & Italian Style, II edizione– Chicago, Huston e Miami

Chicago, Huston e Miami (USA), data da definire

Al fine di offrire una continuità alle azioni promozionali organizzate negli USA per le aziende del Settore del Sistema Casa e dell'Edilizia, si propone di organizzare la seconda edizione del progetto "Home Office & Italian Style" introducendo alcuni cambiamenti organizzativi. Le tappe previste potrebbero essere 3 e potrebbero essere scelte dalle aziende partecipanti a seconda delle occasioni che emergerebbero nel corso dell'organizzazione delle azioni promozionali. Insieme a Chicago e Huston la Florida con Miami rappresenta un mercato molto interessato al Made in Italy.

La collaborazione con la Italian American Chamber of Commerce Midwest (IACCM), la Italy-America Chamber of Commerce of Texas, Inc. (IACCT) e la Italy-America Chamber of Commerce Southeast di Miami (IACCS), ci ha permesso di individuare la presenza di molto studi di architettura e di affermati designer italiani che sicuramente garantirebbe delle ottime chance di successo per le aziende della provincia di Frosinone che offrono prodotti di fascia alta.

Partenariato: Aspin/ IACCM, IACCS, IACCT

Missione in Sud Africa

Johannesburg (Sud Africa), data da definire

Nell'ottica di proporre nuovi mercati di sbocco per le eccellenze della provincia di Frosinone, si intende proporre nel 2013 l'approccio a uno tra i Paesi BRICS che mostra maggiori possibilità di penetrazione per le aziende locali: il Sud Africa. Distante dalle esasperate politiche protezionistiche di player internazionali come il Brasile o dalle complicazioni derivanti dalla complessità intrinseca di mercati come quello cinese, lo Stato africano offre ottime opportunità di affari in un momento propizio per il Made in Italy che gode di una

rinnovata popolarità. La modalità di approccio sarebbe quella della missione multisettoriale classica con un focus sull'Agroalimentare, la Moda e l'Interiors.

Partenariato: Aspin/CCIE Johannesburg

Incoming Wine Europa

Frosinone (Italia), data da definire

Alla luce dei rilevanti contatti commerciali delle aziende del settore del F&B della provincia di Frosinone con i mercati europei, Aspin ha deciso di realizzare anche nel 2013 un incoming di buyers del settore vitivinicolo provenienti da tutta Europa, ed in particolare da quelle piazze che hanno manifestato un'attenzione particolare per le eccellenze prodotte dagli imprenditori frusinati. Come nelle attività svolte nel 2012, anche questa volta si coinvolgeranno le testate giornalistiche di settore europee per favorire la conoscenza dei prodotti proposti ai consumatori esteri.

Partenariato: Aspin

Matching 2013

Milano (Italia), novembre 2013



L'evento di business, a cura di Compagnia delle Opere, è rivolto sia al mercato interno sia estero e vede come protagoniste le piccole e medie imprese italiane e si basa sulla programmazione d'incontri fra i partecipanti. Aspin coordina la partecipazione delle aziende della provincia di Frosinone dal 2010: quella del 2013 sarebbe la quarta partecipazione consecutiva. Il programma, in linea con le precedenti edizioni, prevederà la creazione d'incontri d'affari, di workshop, question time con ospiti istituzionali, tavole rotonde e convegni.

Partenariato: Aspin/CDO

PROGETTO

AUTOMOTIVE E COMPONENTISTICA, INDUSTRIA MECCANICA METALLURGIA, ENERGIE RINNOVABILI, INDUSTRIA DEL LEGNO E DEL MOBILE

OBIETTIVO BALKANI E TURCHIA DOING BUSINESS IN THE BALKAN AREA AND TURKEY Opportunità d'affari nei Paesi dell'area Balcanica

Il progetto è inserito in uno specifico focus della progettualità 2012 del Fondo Intercamerale Italiano, quello dei **BALKANI E MEDITERRANEO**, un'area sulla quale le Camere di Commercio italiane, Unioncamere e il Ministero dello Sviluppo economico hanno già svolto e svolgono tuttora un'intensa attività di promozione e di azione di partenariato vista la crescente attenzione delle imprese verso quest'area.

I settori coinvolti nel progetto, analizzate le opportunità di business attuali nei Paesi coinvolti saranno: Automotive e componentistica, Industria-Meccanica-Metallurgia, Energie Rinnovabili, Industria del Legno e del Mobile, dando così la possibilità alle imprese italiane, operanti nei diversi settori, di poter sfruttare attività specifiche calibrate sulle proprie necessità.

OBIETTIVI GENERALI

- Offrire maggiori **opportunità di business** all'Italia, coinvolgendo più imprese di settori diversi all'interno dello stesso progetto;
- **informare e formare** simultaneamente gli operatori italiani sulle modalità di entrata nei vari mercati coinvolti, soprattutto per quelle imprese italiane che ancora non hanno valutato l'ipotesi di affacciarsi alla zona dei Balcani e della Turchia; la formazione inoltre avrà lo scopo di informare i soggetti coinvolti anche sulla possibilità di partecipazione a bandi comunitari incrementando quindi le opportunità d'affari. Attraverso inoltre il catalogo telematico, e le sezioni dedicate all'interno dei propri siti camerali, l'informazione sarà continua ed efficace anche sfruttando la rete delle CCIAA partner che fungerà dunque da moltiplicatore per le imprese del proprio territorio;
- offrire alle stesse imprese **spunti di business "multimercato"**, visto che la stessa impresa italiana non solo incontrerà gli operatori stranieri del Paese in cui si svolgerà la singola attività, ma avrà la possibilità di incontrare operatori provenienti, ogni volta, da ben 5 Paesi, diversi ma omogenei tra di loro vista la zona geografica ben determinata;
- fornire un valido **strumento di "follow-up"** in seguito alla realizzazione delle varie azioni, così da poter tenere monitorate le eventuali possibilità di accordi commerciali-industriali-tecnologici tra le imprese coinvolte nel progetto;
- **rafforzare la collaborazione** già esistente tra le stesse Camere, allo scopo futuro di creare un vero e proprio network tra CCIE non solo dello stesso Paese ma addirittura della stessa area geografica;
- trasmettere l'esperienza comune di tale modello di collaborazione tra CCIE ad altre aree geografiche nel mondo, così da poterlo replicare per futuri progetti.

ATTIVITÀ PREVISTE

- Organizzazione di **giornate informative-formative** rivolte alle imprese italiane, da svolgere nei territori delle CCIAA coinvolte nel progetto (iniziative congiunte con il sistema camerale italiano in Italia, eventi fieristici italiani dei settori prioritari del progetto) allo scopo di sensibilizzare le imprese italiane e di presentare loro le opportunità di business offerte da ogni singolo Paese in cui operano le CCIE e le modalità di accesso ai relativi mercati nonché di presentare il valore aggiunto delle azioni programmate direttamente nei Paesi di destinazione;
- organizzazione di **4 eventi b2b** (Turchia, Romania, Bulgaria e Serbia), tra gennaio e settembre 2013, nell'ambito di alcune delle più importanti fiere internazionali settoriali dei Paesi elencati. Gli eventi b2b oltre che offrire opportunità di accordi commerciali per l'importazione di prodotti italiani nei vari Paesi, potranno offrire anche possibili occasioni di accordi industriali - tecnologici;
- realizzazione di uno **stand istituzionale di progetto** in ogni fiera settoriale allo scopo di promuovere il progetto e di dare assistenza alle imprese italiane e straniere che convergeranno all'evento del b2b organizzato;
- **promozione del progetto, segnalazione di opportunità d'affari e trasferibilità del progetto.** Questo sarà realizzato sia tramite apposita sezione dedicata all'interno dei singoli siti camerali di ogni CCIE sia attraverso la realizzazione periodica di almeno 5 bollettini telematici congiunti contenenti una presentazione del progetto, notizie sulla situazione dei vari mercati sui settori coinvolti, opportunità d'affari nonché informazioni su possibili finanziamenti disponibili attraverso bandi locali e comunitari.

Partenariato di progetto:

ITALIANO: Aspin (Frosinone), Camera di commercio di Varese, Unioncamere Molise, Unioncamere Marche.

ESTERO: CCIE di Salonicco (Grecia, capofila), Aspin, CCIE di Atene (Grecia), CCIE di Belgrado (Serbia), CCIE di Bucarest (Romania), CCIE di Istanbul (Turchia), CCIE di Izmir (Turchia), CCIE di Sofia (Bulgaria).

PROGETTO

ARREDO, COMPLEMENTI DI ARREDO, INTERIOR DESIGN

“MADE IN ITALY” FURNITURE AND DESIGN FOR THE INDIAN MARKET II Annualità Penetrazione del mercato indiano

La prima fase del progetto dedicato all'arredo, realizzato nel 2011 dalla Indo-Italian Chamber of Commerce & Industry in collaborazione con Aspin Frosinone, la CCIAA di Udine e Vicenza Qualità, ha avuto come obiettivo principale di raccogliere il maggior numero d'informazioni possibili per identificare le azioni di supporto da implementare per sviluppare la presenza del mobile italiano in India.

A tal fine, sono state realizzate le seguenti attività:

- Uno studio sulle caratteristiche del mercato, sulle abitudini dei consumatori indiani e sulla percezione in India del mobile italiano;
- Una presentazione in Italia dei risultati dello studio, in cui le aziende italiane hanno individuato i principali elementi di criticità nella conduzione di affari con aziende / professionisti indiani;
- Una delegazione incoming di operatori indiani con visite aziendali, incontri d'affari e una serie di tavole rotonde per discutere possibili strategie di entrata nel mercato indiano.

Le aziende italiane che hanno partecipato al progetto si dividono in due grandi categorie, con bisogni diversi e per cui vanno identificate azioni di supporto specifiche:

- *produttori industriali*, con una certa capacità produttiva e disponibilità ad investire nei mercati emergenti, in qualche modo già attivi nel mercato indiano. Le principali criticità emerse riguardano la logistica, e in particolare la disponibilità dei propri prodotti sia per la visione sia per l'acquisto da parte di potenziali acquirenti. Come azione di supporto si propone la produzione di uno **studio di fattibilità** per l'apertura di **centri espositivi permanenti** (monomarca o con marchio collettivo);
- *produttori di nicchia*, con una capacità produttiva di tipo artigianale, con limitata capacità e alta qualità che possono avere buone opportunità nel mercato indiano. In tal caso la principale necessità è di individuare un canale locale che possa introdurre i loro prodotti nel mercato. Come azione di supporto si propone la costituzione di una **comunità online** che dia la possibilità alle aziende italiane di dare **visibilità** ai propri prodotti e di **entrare in contatto** con architetti, interior designer e distributori indiani.

Alla luce di quanto sopra descritto, si è deciso di proseguire con la seconda fase del progetto e promuovere le seguenti azioni:

- Definire il *modello di business* da adottare e la formulazione di una *strategia di entrata* nel mercato. Nello specifico, le alternative la cui fattibilità e opportunità saranno da verificare sono le seguenti:
 - Una soluzione “business to consumer” con la creazione di una rete di punti vendita in joint-venture con un partner indiano;

- Forme d'investimento "business to business" come il *franchising* o il *cash 'n carry* con la costituzione di società partecipate al 100% dall'investitore straniero o la costituzione di *furniture galleries* presso gli showroom di costruttori e impresari edili.
- Creare una comunità online che metta in contatto i produttori italiani e gli operatori indiani. Le funzioni di base della comunità online saranno le seguenti:
 - Avviare discussioni su temi specifici (logistica, consumer behaviour, aggiornamenti dal mercato)
 - Fornire assistenza di base ad aziende e operatori italiani
 - Dare visibilità ai prodotti italiani in India, fornire informazioni agli utenti sulle opportunità di business nel settore e raccolta d'informazioni e feedback da parte degli operatori (produttori, esportatori, agenti, buyers, distributori)
- Organizzare una ***delegazione collettiva outgoing*** nelle città indiane di Delhi, Mumbai e Bangalore composta da rappresentanti di aziende di entrambe le categorie (industriali e artigiane) e professionisti (architetti, interior designer) selezionati dai partners di progetto. Le attività proposte per questa azione sono le seguenti:
 - Un seminario finalizzato alla presentazione delle eccellenze nell'ambito dell'arredo e del design nei territori dei partners di progetto;
 - Incontri d'affari con potenziali partners commerciali per le aziende e partner in progetti specifici per professionisti;
 - Visite alle aree geografiche e locations identificate e selezionate nello studio di fattibilità per la creazione di centri espositivi permanenti;
 - Un'attività aggiuntiva potrebbe essere l'organizzazione di una esposizione collettiva itinerante in 3 città indiane.

Partenariato di progetto: PROMOS (capofila), Aspin, CCIAA Como, Forlì e Cesena, Matera, Monza e Brianza, Pesaro, Torino, Udine, Vicenza con la Camera di Commercio italiana in India.

PROGETTO

MULTISETTORIALE

S.I.R.I.: lo sviluppo in rete, il futuro nella continuità Reti d'impresa

Il presente progetto rappresenta la continuità ed il potenziamento dell'intervento attuato con i fondi dell'annualità 2010 dell'accordo MISE – Unioncamere.

Il nuovo progetto, già denominato SIRI (www.piattaformasiri.com), promosso dalla Camera di commercio di Frosinone attraverso l'azione dell'Azienda Speciale ASPIN, ha generato ottimi risultati sul territorio della provincia di Frosinone, maturando presso le imprese un crescente interesse verso le reti e le aggregazioni.

La presente annualità prevede un forte raccordo con la precedente esperienza e con gli strumenti che essa ha prodotto dando però maggiore impulso alle attività di promozione delle reti internazionali, anche attraverso il coinvolgimento diretto del sistema camerale italiano nel mondo e dei consorzi export presenti in provincia di Frosinone. Le imprese più attive ed innovative, infatti, hanno riconosciuto l'importanza della rete e dei vantaggi che essa comporta. Attraverso la rete, le imprese di una stessa filiera o appartenenti a settori complementari, possono collaborare per dar vita a progetti comuni di natura tecnologica, industriale, commerciale e produttiva, valorizzando le singole potenzialità per rafforzare la propria competitività sui mercati. Il contratto di rete può, dunque, consentire alle PMI di superare la scarsità di risorse umane, tecniche e finanziarie che spesso è la causa principale del basso livello d'investimenti e d'innovazione di processo e di prodotto.

Questo progetto intende insistere su due linee di azione principali:

- **Azione A:** stimolare e potenziare l'adozione del contratto di rete da parte delle imprese con particolare attenzione alle reti internazionali;
- **Azione B:** favorire, anche come sostegno alle imprese, formule aggregative tra professionisti che potranno generare pull di esperti in grado di accompagnare l'imprenditore nel suo percorso di gestione innovativa integrata.

OBIETTIVO GENERALE

Promuovere ed attivare lo strumento delle reti d'impresa realizzando sinergie orizzontali e di filiera che vadano oltre la semplice sub fornitura e che creino occasioni di vera collaborazione e business tra le imprese, attraverso la creazione di network interregionali orientati prevalentemente all'internazionalizzazione.

AZIONI PROMOZIONALI

- **N. 2 seminari** di presentazione del progetto;
- **N. 1 seminario** congiunto con presentazione dei risultati progettuali.

ATTIVITÀ PREVISTE

- **N. 3 percorsi formativi sulla normativa e sulla gestione del contratto di rete, in modalità FAD (video-lezione associata a slide multimediali esplicative):** la formazione sarà graduata a seconda della preparazione degli utenti e fruibile attraverso la piattaforma FAD collegata alla piattaforma di progetto SIRI;
- **N. 2 corsi in aula full immersion della durata di 8 ore:** 1 svolto congiuntamente e rivolto ai funzionari delle Camere di commercio aderenti; 1 svolto sul territorio e rivolto alle Associazioni di categoria e agli Ordini professionali;
- **N. 3 studi di fattibilità** per la creazione di reti d'impresе internazionali;
- **N. 2 accompagnamenti** di una rete d'impresе verso l'internazionalizzazione;
- **N. 1 contratto di rete** o implementazione di un contratto registrato;
- **N. 1 studio di fattibilità** per la creazione di una rete tra professionisti;
- estensione a tutte le Camere e potenziamento della piattaforma S.I.R.I.;
- focus group, tavole di settore, ecc.

Partenariato di progetto: CCIAA Frosinone/Aspin (capofila), Gorizia, L'Aquila, Latina, Matera, Pordenone, Rieti, Siracusa, Trieste, Viterbo, Unioncamere Molise

PROGETTO

TURISMO

SPOT – SPORTELLI DEL TURISMO

Sportelli turismo

Con il progetto **SPOT** (Sportello del Turismo) la Camera di commercio di Frosinone, con la collaborazione dell'Azienda Speciale ASPIN, intende dare continuità e potenziare l'iniziativa progettuale sviluppata lo scorso anno nell'ambito della linea prioritaria di Unioncamere: qualità del "Made in Italy" e sviluppo integrato dell'offerta turistica.

La Camera, con questo progetto, intende potenziare sia i servizi di qualificazione e valorizzazione ma anche istituire lo **Sportello SPOT**. Uno sportello fisico e virtuale, con l'obiettivo di rafforzare ulteriormente la centralità del ruolo della Camera di commercio quale "ponte" con e tra le imprese, considerando sia quelle propriamente turistiche sia quelle coinvolte nella lunga filiera sul territorio.

OBIETTIVI GENERALI

- La qualificazione dell'offerta, grazie alla certificazione *Ospitalità Italiana* ed al monitoraggio delle economie turistiche territoriali;
- la valorizzazione dell'intero patrimonio locale connesso al settore e del suo forte legame con il sistema dell'ospitalità, facilitandone l'aggregazione per la creazione di prodotti turistici;
- l'offerta di servizi strategici alle imprese turistiche per potenziare ed orientare il loro sviluppo.

MACRO ATTIVITÀ

- Formazione interna sul turismo e sulle sue dinamiche indirizzata al personale preposto allo Sportello del Turismo;
- formazione/assistenza tecnica alle imprese turistiche funzionale al conseguimento della certificazione e dell'uniformità qualitativa dell'offerta turistica;
- promozione e diffusione, con un approccio fortemente internazionale, dell'offerta turistica locale integrata con le ricchezze naturali e tradizionali che il territorio offre;
- informazione e primo orientamento per l'accesso alle agevolazioni ed ai finanziamenti per il settore sia nazionali sia europei.

PRODOTTI OUTPUTS CHE SI INTENDONO REALIZZARE

- Attivazione del servizio: **Sportello del Turismo – SPOT**;
- **1 campagna di promozione** dello Sportello;
- almeno **1 tavolo di concertazione** tra le imprese turistiche e quelle produttive volte alla definizione di una Carta di qualità;
- **materiale promozionale e divulgativo**;
- l'applicazione dei **disciplinari Ospitalità Italiana** alle imprese turistiche coinvolte;

- **incontri formativi** per una riqualificazione delle imprese turistiche attraverso processi mirati ad accrescere la loro competitività;
- **l'informativa** dinamica sui **finanziamenti** e **agevolazioni** per le imprese di settore e lo strumento di consultazione;
- **newsletter** sulle agevolazioni finanziarie per il turismo;
- un **rapporto complessivo di studio** sulla qualità espressa dal territorio e dalla filiera turistica allungata;
- almeno un **evento pubblico** di condivisione dell'esperienza.

Partenariato di progetto: CCIAA Frosinone/Aspin

PROGETTO

MULTISETTORIALE

SIAFT MATRICOLE Nuove imprese esportatrici

Il progetto, nell'ambito della quarta edizione prevede la definizione di un vero e proprio percorso di opportunità relazionali e professionali, per accompagnare e far crescere le piccole e medie imprese che intendono approcciare i mercati internazionali. Il progetto è teso a generare nuove opportunità di business, avviando contatti e prevedendo un fitto calendario d'iniziativa con l'obiettivo di creare un percorso congiunto per un numero crescente di realtà imprenditoriali.

SIAFT MATRICOLE prevede la realizzazione di azioni di monitoraggio, formative e informative finalizzate ad avviare realtà neofite sui mercati esteri incrementando il numero e la consistenza delle aziende esportatrici, favorendo il consolidamento sui mercati esteri di quelle aziende che esportano solo in maniera sporadica.

ATTIVITÀ PREVISTE

- **definire il numero delle imprese attualmente esportatrici:**
- **individuare il target d'impresе potenziali esportatrici** attraverso l'analisi di alcuni parametri quali fatturato, numero di addetti ed attività economica;
- progettare un **percorso formativo innovativo e di sensibilizzazione** verso le imprese matricole;
- **individuare il desk "nuove imprese esportatrici"** all'interno della Camera di commercio che sia punto di riferimento in grado di fornire informazioni tecniche per un primo orientamento all'export (es. presso le Aziende Speciali, gli uffici estero o promozionali delle Camere di commercio, ecc.);
- definire le **azioni di promozione internazionale** per le aziende matricole che rispondano alle specifiche richieste ed alle analisi Prodotto/Mercato con possibilità di partecipazione alle più idonee iniziative di promozione internazionale con particolare attenzione alle azioni congiunte con le altre Camere laddove vi sia convergenza d'interessi su settori e Paesi. Alle **azioni d'incoming**, tipiche di SIAFT, si affiancheranno altre iniziative con l'obiettivo di accompagnare le aziende del partenariato nella partecipazione ad eventi specifici. In questa annualità il progetto intende avviare e consolidare la linea operativa di promozione delle aziende in **out going**. Saranno, pertanto, attivate tutte le necessarie e opportune relazioni intercamerali nazionali ed estere. Per avvicinare le imprese matricole alla partecipazione a **manifestazioni di promozione internazionale**, con particolare riferimento alle fiere mondiali di settore, sarà attivata una metodologia improntata alla premialità/abbattimento costi.
- garantire il **raccordo e la collaborazione tra gli attori preposti all'internazionalizzazione** per facilitare il sistema delle imprese, al quale proporre un soggetto unitario con il quale dialogare;
- **garantire un'offerta ampia e diversificata degli interventi d'internazionalizzazione** promossi da tutti i soggetti preposti: Aspin, Unioncamere, ICE, Sprint e dalle Camere di Commercio italiane all'estero.

Partenariato di progetto: CCIAA di Matera (capofila), Frosinone/Aspin, Chieti, Cosenza, Crotone, Foggia, L'Aquila, Latina, Pescara, Potenza, Salerno, Siracusa, Rieti, Taranto, Teramo, Viterbo, Unioncamere Molise.