Programma Pluriennale 2012-2017

Noi le Imprese e il Territorio

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

PROGRAMMA DI MANDATO

Camera di Commercio Frosinone

Indice

PREMESSA . . . . . .

IL CONTESTO DI RIFERIMENTO 1
IL QUADRO SOCIO-ECONOMICO DELLA PROVINCIA 1
IL QUADRO NORMATIVO E L'ADEGUAMENTO AL CAMBIAMENTO ISTITUZIONALE 15
RISORSE UMANE, ECONOMICHE E FINANZIARIE 17
PARTECIPAZIONI STRATEGICHE E DI SISTEMA 21
LA VISION E LA MISSION 23
LE PRIORITÀ DELL'AZIONE CAMERALE 25
LA MAPPA STRATEGICA 27

IL PROGRAMMA STRATEGICO 2012-2017 29

1. NOI - EFFICIENZA ED ECONOMICITÀ DEI SERVIZI
E RAFFORZAMENTO DELLE RELAZIONI ISTITUZIONALI 29
1.1 SERVIZI AMMINISTRATIVI ALL'IMPRESA 30
1.2 REGOLAZIONE DEL MERCATO E TUTELA DEL CONSUMATORE 32
1.3 STUDI E RICERCHE ECONOMICHE 33
1.4 SVILUPPO ORGANIZZATIVO 34
1.5 COMUNICAZIONE E RELAZIONI ISTITUZIONALI 36

2. LE IMPRESE - COMPETITIVITÀ E PRODUTTIVITÀ DELLE IMPRESE 39
2.1 CREDITO 40
2.2 SVILUPPO IMPRENDITORIALE 41
2.3 INNOVAZIONE 43
2.4 FORMAZIONE 44
2.5 INTERNAZIONALIZZAZIONE 45

3. IL TERRITORIO - COMPETITIVITÀ E ATTRATTIVITÀ DEL TERRITORIO . . . 47
3.1 MARKETING TERRITORIALE 48
3.2 FILIERA DEL TURISMO E VALORIZZAZIONE INTEGRATA DEL TERRITORIO 50
3.3 VALORIZZAZIONI DELLE PRODUZIONI LOCALI 52
3.4 GREEN ECONOMY 53
3.5 INFRASTRUTTURE 54

PREMESSA

Ai sensi dell'art. 11, 1° comma della Legge 29 dicembre 1993, n.580 e successive modifiche ed integrazioni, il Consiglio Camerale "determina gli indirizzi generali e approva il programma pluriennale di attività della Camera di Commercio".

L'art. 4 del D.P.R. 2 novembre 2005, n.254, precisa che il programma pluriennale ha, di norma, durata coincidente con quella del mandato e tiene conto degli atti di programmazione degli enti territoriali, nonché delle risorse necessarie e dei risultati che si intendono conseguire, sottolineando l'indispensabile sinergia che deve esservi tra le azioni dell'ente camerale rispetto a quelle degli altri attori del territorio.

Il Programma Pluriennale 2012 – 2017 identifica le linee di lavoro ritenute idonee a dare risposte al territorio e al tessuto imprenditoriale per consentire di riavviare un sistema economico e produttivo provato dagli effetti della recessione.

Il Programma è stato elaborato partendo dalle linee strategiche condivise dal Consiglio nell'elezione del Presidente ed è stato sviluppato con i contributi forniti, nell'ambito di una fase di "ascolto", dai diversi Attori istituzionali, dai rappresentanti delle Associazioni di categoria, delle Organizzazioni Sindacali dei lavoratori e di tutela dei Consumatori e dei Consorzi per lo sviluppo industriale, tenendo anche conto delle linee programmatiche del sistema camerale. Il percorso di individuazione delle linee strategiche ha avuto, altresì, il contributo della Direzione e del Personale dell'Ente camerale e l'apporto degli Organi e delle strutture delle Aziende speciali Aspin e Innova.

Con forte determinazione di intervento sull'economia locale, ma anche in un quadro di incertezze istituzionali, normative e soprattutto di forti difficoltà economiche, il Programma individua nella competitività e nella produttività, i punti di riferimento di un percorso, per il superamento della crisi, che rimetta al centro i valori dell'economia reale e le Piccole e Medie Imprese. Con il Programma Pluriennale la Camera di Commercio si pone l'obiettivo dell'ammodernamento del territorio e del sistema imprenditoriale, indirizzando la propria azione verso una forte accelerazione per la diffusione del digitale e per una riduzione delle distanze delle imprese e del cittadino rispetto alla Pubblica Amministrazione, impegnandosi ad essere Istituzione di riferimento anche per gli altri Enti ed Organismi territoriali.

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA

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

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

Il modo in cui questa azione di sostegno sarà attuata parte da un profondo processo di ripensamento degli assetti organizzativi e di razionalizzazione delle funzioni dell'Ente, nell'ambito dell'intero sistema camerale, anche alla luce del più generale riordino delle istituzioni territoriali.

Un cambiamento necessario perché la Camera di Commercio continui ancora di più ad essere la casa comune delle imprese, senza divisioni, in un'ottica di sempre maggiore integrazione tra settori, territori e dimensioni.

Il contesto di riferimento

Il quadro socio-economico della provincia

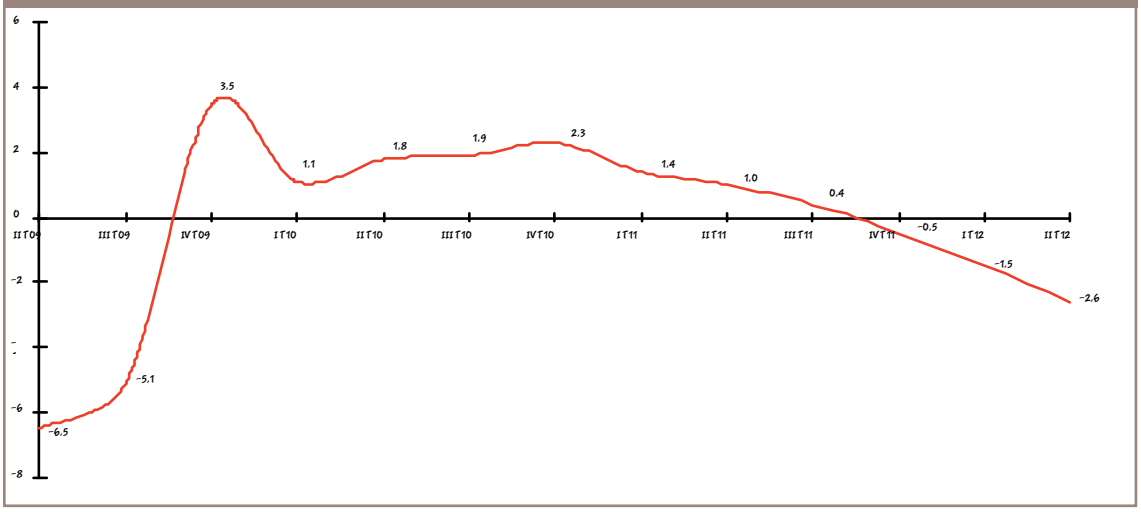
1
Lo scenario economico nazionale ed internazionale

Il quadro generale

Dopo l'estate 2012, la fase del ciclo economico mondiale si caratterizza per un rallentamento della crescita, dovuto alla perdita dello slancio degli scambi tra paesi ed, in generale, dalla riduzione degli ordini. I paesi asiatici mostrano minor vigore economico e gli Stati Uniti crescono a ritmi distanti dal proprio potenziale. All'interno dell'Unione europea, i paesi mediterranei sono alle prese con riforme strutturali, elevato debito pubblico e recessione; ne risentono anche gli altri paesi comunitari. Le incertezze sulla tenuta dell'Euro ed, in generale, sulla tenuta dell'Unione stessa, hanno condizionato incisivamente il clima economico generale.
Perdura la presenza di elementi ostativi alla crescita.
Attualmente, il mercato dei titoli finanziari è più stabile; probabilmente gli investitori percepiscono più solido l'Euro, in virtù della politica adottata dalla BCE e da alcuni Stati, tra cui l'Italia. Tuttavia, le perdite osservate nei mesi antecedenti si riflettono in un clima all'insegna della prudenza.
Le manovre del Governo adottate prima dell'inizio dell'estate, se da un lato hanno evitato importanti ripercussioni, e irrobustito la credibilità del nostro Paese, dall'altro non favoriscono la ripresa del Pil. La spending review contrae la spesa delle Pubbliche amministrazioni in un'ottica di riorientamento della stessa, ma nel breve periodo risulta recessiva. L'incremento al 21% dell'iva prima e l'innalzamento delle accise sui carburanti poi, chiaramente, condizionano al ribasso le decisioni di spesa.
Il sistema creditizio è risultato poco accessibile alle imprese minori, finanziariamente più fragili ed esposte alla riduzione del cash flow. Inoltre, gli elevati livelli di spread tra i Bund tedeschi ed i Btp italiani, hanno generato elevate disparità sui tassi di interesse che le imprese del nostro Paese devono sopportare. Ne risultano penalizzate sui mercati soprattutto le imprese che esportano.
Le imprese soffrono la contenuta redditività degli investimenti. L'elevato carico fiscale si riflette su un elevato livello di costo del lavoro per unità di prodotto. Ciò si sovrappone agli elevati livelli di competizione richiesti dal mercato, in un contesto di rigidità creditizia.
Tutti i settori sono colpiti dall'asfitticità di un circuito economico flebile; alcuni, soffrono il sovrapporsi della recessione a problemi strutturali, come l'agricoltura e le costruzioni (quest'ultimo settore in flessione dal 2007/2008). Anche le imprese più strutturate sono in sofferenza; per il 25% delle società di capitali, il 2011 si è rivelato in perdita.
In generale, la produzione industriale è in calo da settembre 2011 e, un anno dopo, il tasso di utilizzo degli impianti è sceso al di sotto del 70%.
Se le imprese sono in difficoltà, la disoccupazione è in crescita; a luglio 2012 si attesta al 10,7%. Con ogni evidenza, diminuendo il monte salari, la spesa delle famiglie subisce una contrazione che, nel merito, è la più consistente dal dopoguerra e si protrae da tre

trimestri.
Tra le variabili della domanda, il solo segno positivo resta quello delle esportazioni, ma la dinamica è modesta a causa della maggiore debolezza dei mercati più vicini. Ciò genera mancanza di liquidità all'interno delle imprese ed un atteggiamento cauto sul versante degli investimenti. Le famiglie adottano uno stile di vita diverso dal più recente passato, più orientato alla prudenza che al mantenimento degli standard di consumo precedentemente acquisiti.
Tali andamenti delle diverse variabili della domanda aggregata si riflettono in una flessione del Pil che perdura da tre trimestri e che, secondo il Documento Economico e Finanziario recentemente pubblicato, tende a diventare marcatamente più severa (secondo trim. 2012/secondo trim. 2011: Pil -2,6%).
Le previsioni per una ripresa si allontanano nel tempo; in particolare, i primi segnali di crescita si potranno intravedere a partire dall'estate 2013.

Graf. 1
Variazioni tendenziali del PIL italiano a prezzi di mercato (valori concatenati)
(in%; I trim. 2009 – I trim. 2012)



fonte: Istat

2
L'economia frusinate nel 2011 - 2012

Nel 2010, mentre il Pil a prezzi di mercato cresce a livello nazionale dell'1,9% (Lazio: +1,6%), la provincia d Frosinone, sospinta da una evoluzione esportativa di tutto rilievo, segna un incremento del +3,1% collocandosi, a livello regionale, immediatamente dopo le province di Latina (+3,6%) e Rieti (+3,2%). Su tale dinamica positiva ha giocato un ruolo considerevole, oltre alla maggiore propensione all'export provinciale, la progressiva capitalizzazione del tessuto produttivo locale. Per entrambe le determinanti, tra di loro strettamente interconnesse, il trend evolutivo risulta altresì performante anche nel I semestre del 2012.

Sebbene a livello provinciale le ditte individuali e le società di persone rappresentino il 78% delle imprese totali, è visibile una sempre maggiore attitudine alla progressiva capitalizzazione del sistema produttivo locale. Tale tendenza trova conferma nel dato relativo alle società di capitali, il cui tasso di variazione ha visto un incremento, tra il 2010 ed il 2011, del 5,2% (la variazione tendenziale nel I semestre del 2012 risulta pari al +2,1%), un valore superiore al corrispondente dato del Lazio (+2,5% rispetto al 2010; +1,1 nel I semestre del 2012) e dell'Italia (2,6% rispetto al 2011; +1% nel I semestre del 2012).

La spinta alla capitalizzazione è una certa conseguenza dell'inasprimento competitivo che sta determinando un rafforzamento della base patrimoniale ed organizzativa delle imprese locali. In sostanza, le imprese del frusinate si stanno "attrezzando" per poter sostenere la presenza sui mercati internazionali, in particolare quelli dei Paesi emergenti, che ancora garantiscono un certo livello di esportazioni.

In ogni caso, nel I semestre del 2012, la provincia di Frosinone presenta uno stock di 46.454 imprese registrate. In particolare, l'84,8% delle imprese risulta in attività ed il bilancio demografico (imprese nate/imprese cessate), seppur contenuto, mostra un saldo positivo pari a 108 nuove unità. Tuttavia, l'analisi settoriale dei saldi evidenzia il perdurare di alcune difficoltà per il tessuto imprenditoriale locale. Ad esempio, dall'analisi di andamento delle imprese, si evince che, eccezione fatta

per il settore agricoltura, silvicoltura e pesca, sia le attività manifatturiere che il settore del commercio registrano un bilancio demografico negativo (rispettivamente 57 e 94 unità), il primo in conseguenza della generale contrazione della domanda interna nazionale e il secondo per effetto della riduzione dei consumi delle famiglie del territorio. Permangono le difficoltà, inoltre, nel settore turistico (attività dei servizi di alloggio e di ristorazione) con una perdita di 33 unità.

Nel 2011, nonostante il rallentamento della crescita delle esportazioni rispetto all'anno precedente, sia per effetto della generalizzata riduzione del ritmo di crescita delle economie avanzate che per l'intonazione meno espansiva proveniente dai Paesi emergenti, le esportazioni della provincia di Frosinone sono aumentate del +15,5% (Lazio: +12,6%; Italia: +11,2%), mentre le importazioni si sono accresciute del +19,4%. Tali andamenti si riflettono poi sul saldo della bilancia commerciale provinciale che si mantiene in attivo e in crescita (in controtendenza rispetto al resto del Lazio e dell'Italia nel suo complesso), così come risulta positiva la propensione all'export (34,8%), il che significa che la crescita del Pil provinciale è significativamente influenzata dalle performance realizzate sui mercati esteri.

Anche i dati inerenti al I semestre del 2012 consentono di rafforzare l'immagine già ampiamente diffusa di una provincia aperta all'estero. L'interscambio commerciale della provincia di Frosinone, infatti, registra una variazione tendenziale delle esportazioni del +12,2% (Italia: +4,3) e delle importazioni del +10,9% (Italia: -6%).

Il perdurare delle tensioni sul mercato dei titoli di Stato italiani – causate dal mantenimento di elevati differenziali tra i titoli nazionali e i Bund tedeschi – e il peggioramento del quadro macroeconomico nazionale e internazionale, hanno determinato un rallentamento dell'attività creditizia delle banche italiane nei primi sei mesi del 2012.
A livello locale, il frusinate si caratterizza, rispetto alle ripartizioni territoriali di confronto, per un rallentamento del deterioramento della qualità del credito: al II trimestre del 2012, le consistenze dei prestiti in sofferenza sono pari a 757 milioni di euro, il 4,8% in più rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, a fronte di variazioni più che doppie nel Lazio e in Italia.
Per quanto riguarda il costo del denaro, dall'analisi dei tassi effettivi di interesse per rischi a revoca praticati alle imprese ed alle famiglie, emergono, come già rimarcato nel precedente Osservatorio, squilibri molto rilevanti tra le due categorie di prenditori. Nel caso delle imprese, nel II trimestre del 2012, i tassi effettivi di interesse per rischi a revoca a livello provinciale (9,19%) hanno superato di un punto percentuale il valore nazionale (8,13%), ma di quasi un punto e mezzo percentuale il dato regionale (7,74%), traducendosi in una penalizzazione competitiva per le imprese locali. Per quanto riguarda le famiglie, il costo del denaro (4,77%) si è allineato alla media regionale (4,91%), collocandosi al di sotto di quella nazionale (5,61%).
L'analisi dinamica dell'andamento degli impieghi, porta a rafforzare la tesi secondo cui il sistema creditizio locale è maggiormente propenso, rispetto al resto del Paese, ad immettere in circolazione più liquidità di quanto ne riesca a raccogliere tramite il risparmio.
Scomponendo il valore complessivo degli impieghi al II trimestre 2012 (7,3 miliardi di euro) per tipologia di affidati, si evince, in provincia di Frosinone, che le imprese sono i principali destinatari dell'erogazione bancaria, con 3,5 miliardi di euro, per un'incidenza sul totale degli impieghi pari al 48,6% (Lazio: 28,5%; Italia: 45,4%). Anche l'incidenza del credito indirizzato alle famiglie consumatrici è piuttosto sostenuto, 2,6 miliardi di euro, con una quota sul totale pari al 36,5%, superiore a quanto osservato a livello regionale (15,7%) e nazionale (26,1%).
La crescita del prodotto, sostenuta da un sistema produttivo più competitivo rispetto ad altre realtà provinciali, si accompagna, tuttavia, ad alcune zone d'ombra.
Anche il mercato del lavoro sconta alcuni problemi strutturali con un potenziale di lavoro inutilizzato che resta, nel complesso, elevato.
L'andamento del numero di occupati ha subito, tra il 2008 ed il 2011, un decremento di 3.209 unità, pari al -1,9% (Lazio: +0,3%; Italia: -1,9%). Il numero di disoccupati fa rilevare un decremento pari al -2,6% che non trova corrispondenza né a livello regionale (+20,1%) né nazionale (+24,6%), a causa, con molta probabilità, di

un aumento di quanti non cercano lavoro perché scoraggiati ovvero non sono più disponibili a lavorare in quanto sono andati in pensione. È evidente, quindi, una crescente sfiducia della popolazione attiva circa la possibilità di trovare un lavoro in una fase economica ancora incerta, che induce molti disoccupati a rallentare/interrompere i tentativi di ricerca.

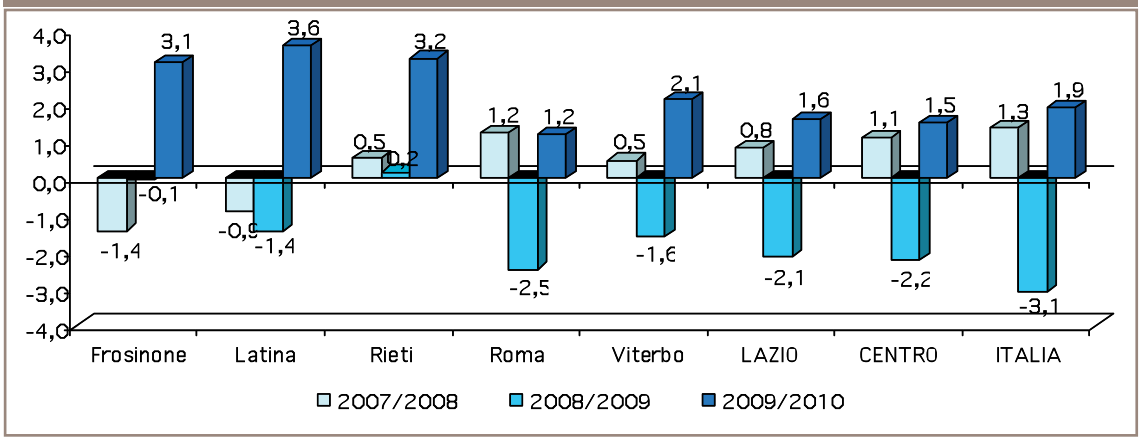
Coerentemente con tale evoluzione, l'assorbimento dell'offerta di lavoro, che è espressione del tasso di occupazione (rapporto tra gli occupati e la popolazione di età 15-64 anni), si riduce al 50,3% nel 2011, a fronte di un valore pari al al 58,8% per il Lazio e al 56,9% per l'Italia. Da considerare, inoltre, che nella suddivisione del mercato del lavoro per genere, i tassi di occupazione/disoccupazione del 2011 continuano a mettere in rilievo una marginalizzazione del lavoro femminile.

Analizzando l'evoluzione complessiva del Pil nel triennio 2008-2010, è possibile osservare come il sistema economico della provincia di Frosinone abbia realizzato performance migliori sia rispetto alle altre realtà provinciali del Lazio che al resto del Paese.

Dal punto di vista della creazione della ricchezza, il dettaglio settoriale esalta la vocazione industriale del frusinate con un settore manifatturiero che incide sulla formazione del valore aggiunto provinciale con una quota pari al 18,1%, in linea con il dato nazionale (18,8%), ma superiore a quello regionale (8,5%). Di rilievo, inoltre, il peso del settore edile che contribuisce per il 10,8% al valore aggiunto provinciale (a fronte del 6,5% del Lazio e del 6,1% dell'Italia).

Più contenuto, a maggior ragione se rapportato al dato medio regionale (84%) e

Graf. 2
Variazione annua della stima del Prodotto interno lordo ai prezzi di mercato nelle province laziali, nel Lazio, nel Centro ed in Italia (2008 - 2010; valori in %)



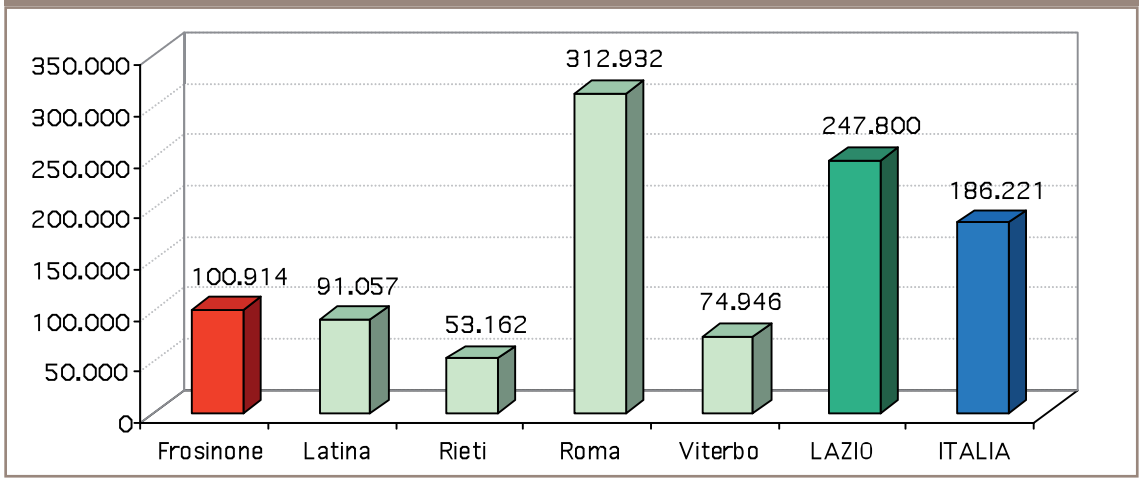
fonte: Unioncamere - Istituto G. Tagliacarne

Tab. 1
Tassi effettivi di interesse per rischi a revoca* per localizzazione della clientela nelle province laziali, nel Lazio ed in Italia (II trimestre 2012; in %)

	Famiglie consumatrici	Imprese	Totale
Frosinone	**4,77**	**9,19**	**8,76**
Latina	4,78	10,28	9,82
Rieti	8,03	10,08	9,69
Roma	4,86	7,58	6,56
Viterbo	7,62	8,09	7,51
LAZIO	*4,91*	*7,74*	*6,74*
ITALIA	*5,61*	*8,13*	*6,83*
Diff. Frosinone/ITALIA	**-0,84**	**1,06**	**1,93**

fonte: elaborazioni Istituto Tagliacarne su dati Banca d'Italia

Graf. 2
Impieghi medi delle imprese nelle province laziali, nel Lazio ed in Italia (valori assoluti in euro al 30/06/2012)



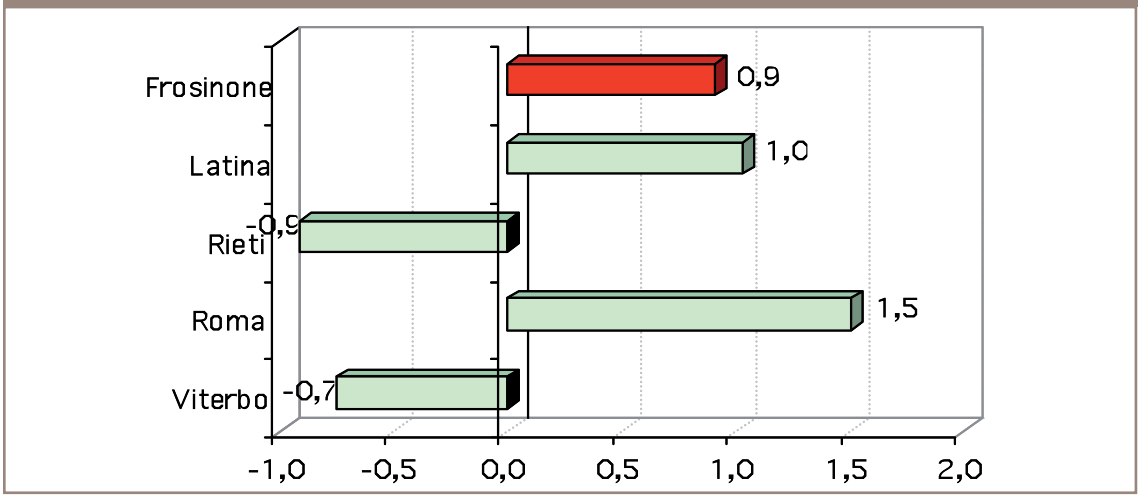
fonte: elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati Banca d'Italia

nazionale (73,2%), è l'apporto dei servizi, che registrano un'incidenza sul totale della ricchezza provinciale pari al 69,7%. Il settore primario, infine, contribuisce con una quota pari all'1,5%, superiore al valore regionale (1,1%) e dell'Italia centrale (1,4%), ma inferiore al dato nazionale (1,9%).

Anche la stima sul tasso di variazione biennale 2011/2010 permane in area positiva (+0,9%), ma la crescita risulta più debole rispetto ai dati delle province di Roma (+1,5%) e Latina (+1%).

Tali stime indicano come la provincia di Frosinone stia sperimentando un rallentamento della crescita negli ultimi due anni; il 2011 si configurerebbe come un anno di assoluta stazionarietà.

Graf. 3
Stime biennali di andamento del valore aggiunto nelle province laziali
(2011/2010; valori in %)



fonte: Prometeia

Tali dinamiche si traducono nella distribuzione media di ricchezza (Pil pro capite) che, nell'ultimo triennio, ha fatto registrare in provincia una variazione del +2,6%, in controtendenza rispetto a quanto osservato a livello regionale (-2,5%) e nazionale (-2,3%); inoltre, rispetto al 2007, la provincia guadagna cinque posizioni nella graduatoria nazionale, collocandosi al 61-esimo posto, con un Pil pro capite pari a 23.584 euro che, tuttavia, permane inferiore alla media regionale (29.449 euro) e nazionale (25.727 euro). Ponendo uguale a 100 il valore nazionale vediamo che Frosinone si attesta, terza nel Lazio, su un valore pari a 91,7 dopo le province di Roma (123,2) e Latina (93).

Passando a considerare il livello medio di ricchezza del tessuto sociale locale, nel 2010, il valore del patrimonio delle famiglie del frusinate si è attestato sui 61.715 milioni di euro, collocando la provincia al 68-esimo posto nella graduatoria nazionale per valore medio del patrimonio, con un numero indice pari ad 82,1 (N.I. Italia= 100).

Tali dati mostrano una importante discrasia tra livelli di Pil per abitante e patrimonio delle famiglie pro capite, sottolineando come permangano importanti squilibri nella distribuzione della ricchezza provinciale.

La composizione interna dell'attivo patrimoniale delle famiglie del frusinate è caratterizzata da una netta prevalenza delle attività reali (immobili e terreni), superiore alla media nazionale (Italia: 63,2%; Frosinone: 65,7%), mentre per

quanto concerne la ripartizione delle attività finanziarie – sostanzialmente in linea con la composizione regionale – la provincia di Frosinone fa osservare, rispetto al dato medio nazionale, un'incidenza dei depositi superiore di 2 punti e, di conseguenza, un minor peso dei valori mobiliari (Frosinone: 14,3%; Italia: 18,1%).

Il volume di affari generato dalle famiglie della provincia di Frosinone per consumi finali è risultato, nel 2010, pari a 5.838 milioni di euro, con una composizione della spesa in cui emerge una maggiore incidenza dei consumi alimentari (20,1%) rispetto alla media regionale (15,8%) e nazionale (17,2%). Di conseguenza, la destinazione non alimentare assorbe solo il 79,9% dei consumi totali (Lazio: 84,2%; Italia: 82,8%;), a testimonianza di un modello di consumo ancorato ai beni primari ed irrinunciabili.

In tale ambito, la peculiarità del frusinate è ben evidenziata anche dall'osservazione dei dati sulla spesa pro capite delle famiglie che – con 11.722 euro spesi per abitante – colloca la provincia di Frosinone all'ultimo posto a livello regionale (Lazio: 16.783 euro; Italia: 15.660), nonostante l'analisi dinamica evidenzi come, nell'ultimo biennio, la spesa pro capite provinciale sia cresciuta in misura nettamente maggiore (4,3%), sia rispetto alla variazione regionale (3,3%) che nazionale (2,5%).

Scomponendo la spesa pro capite delle famiglie in capitoli di acquisto, si ricava che oltre alla spesa per alimenti, anche quella in mobili, elettrodomestici, mezzi di trasporto e beni vari risulta superiore di due punti percentuali a quella media regionale e di quasi tre punti e mezzo a quella nazionale, a discapito del settore dei servizi.

Il sistema produttivo locale, come già evidenziato, si caratterizza per una significativa propensione all'esportazione che contribuisce, insieme al credito, allo sviluppo dell'area. Tuttavia, alcuni fattori specifici dell'assetto territoriale continuano ad eser-

Tab. 2
Stima del Pil pro capite a prezzi correnti nell'anno 2010 e variazioni rispetto al 2008 nelle province laziali, nel Lazio ed in Italia (valori assoluti ed in %)

	2010			Differenza posizione rispetto al 2007	Variazione % Pil pro capite 2010/2008
	Posizione in graduatoria nazionale	Pro capite (euro)	Numero Indice (Italia=100)		
Frosinone	**61**	**23.584**	**91,7**	**5**	**2,6**
Latina	60	23.920	93,0	2	-0,2
Rieti	67	22.709	88,3	3	1,9
Roma	10	31.689	123,2	-3	-3,4
Viterbo	69	22.270	86,6	-1	-1,4
LAZIO	-	*29.449*	*114,5*	-	*-2,5*
ITALIA	-	*25.727*	*100,0*	-	*-2,3*

fonte: Unioncamere - Istituto G. Tagliacarne

Tab. 3
Graduatoria provinciale secondo il valore medio in euro del patrimonio per famiglia nel 2010 e differenza con il 2008

	Anno 2010			Differenza posizione con il 2008	Variazione % per famiglia 2010/2008
	Posizione in graduatoria	Per famiglia (euro)	Numeri indici (ITA=100)		
Frosinone	**68**	**311.085**	**82,1**	**-1**	**-2,4**
Latina	65	317.745	83,9	1	-3,4
Rieti	69	309.538	81,7	2	-0,8
Roma	42	407.873	107,7	-2	-2,8
Viterbo	64	335.048	88,5	0	-2,0
LAZIO	-	*383.822*	*101,3*	-	*-2,7*
ITALIA	-	*378.790*	*100,0*	-	*-1,9*

Fonte: Unioncamere - Istituto G. Tagliacarne

citare effetti negativi sulla competitività dal lato dell'offerta, ad iniziare da una dotazione infrastrutturale non ancora sufficientemente sviluppata. A ben vedere, se dal lato della rete stradale il territorio provinciale detiene – almeno dal punto di vista quantitativo – il primo posto a livello regionale, con un indice (199,9) superiore alla media nazionale e al dato del centro Italia, per quanto riguarda la rete ferroviaria (N.I. 57,7), viceversa, la provincia risulta piuttosto deficitaria, collocandosi al quarto posto su scala regionale e nettamente distante dalla media nazionale. Da sottolineare poi l'inadeguatezza delle reti energetico-ambientali (59,1), i servizi a banda larga (70,5) e le strutture per le imprese (69,8). I servizi a banda larga, in particolare, rischiano di isolare il sistema produttivo del frusinate dalle potenzialità di sviluppo che l'economia della conoscenza pone a disposizione.

Un auspicabile miglioramento dei servizi alle imprese ed adeguate azioni di networking e aggregazione, potrebbero favorire le scelte di internazionalizzazione delle imprese di minore dimensione, come quelle dell'agroalimentare che, pur incidendo per il 13,4% sul totale delle imprese manifatturiere, non risultano debitamente internazionalizzate.

Inoltre, in un'ottica di integrazione delle filiere locali, il settore turistico provinciale evidenzia ampie potenzialità di sviluppo che, se adeguatamente mobilitate, potrebbero attivare interconnessioni settoriali e di filiera (artigianato, agricoltura ed agroindustria, servizi di trasporto, commercio tipico, ecc.). Nel 2010, la provincia di Frosinone ha occupato il 66-esimo posto per indice di concentrazione turistica, con un rapporto tra il numero di arrivi sul totale della popolazione pari all'85,9% (Italia: 163%). Rispetto al 2009, risulta accresciuta la capacità di attrarre turisti: l'indice di internazionalizzazione, infatti, la colloca al

32-esimo posto, con una percentuale del 39,3%, contro una media nazionale del 44,3%. Per quanto riguarda l'indice di permanenza media (2,6%), la 85-esima posizione lascia ipotizzare una tipologia di turismo di breve durata, anche se in crescita rispetto all'anno precedente. La qualità alberghiera, invece, risulta peggiorata facendo scendere la provincia di due posizioni nella graduatoria nazionale (93-esimo posto).

Tab. 4
Indicatori di dotazione infrastrutturale nelle province laziali, nel Lazio, ed in Italia (2011; N.I. Italia = 100)

	Rete stradale	Rete ferroviaria	Porti	Aeroporti	Reti energetico ambientali	Servizi a banda larga
Frosinone	**199,9**	**57,7**	**0,0**	**29,8**	**59,1**	**70,5**
Latina	38,2	80,9	110,2	37,0	216,3	107,2
Rieti	130,7	42,1	0,0	67,4	53,1	28,0
Roma	77,7	156,3	109,1	506,7	108,3	166,9
Viterbo	74,9	169,5	0,8	70,1	62,2	52,3
LAZIO	*92,0*	*129,0*	*75,6*	*316,1*	*104,6*	*125,4*
ITALIA	*100,0*	*100,0*	*100,0*	*100,0*	*100,0*	*100,0*
	Strutt. per le imprese	**Strutture culturali**	**Strutture istruzione**	**Strutture sanitarie**	**TOTALE**	**TOTALE SENZA PORTI**
Frosinone	**69,8**	**91,1**	**90,9**	**75,0**	**74,4**	**82,7**
Latina	79,7	55,8	95,2	72,2	89,3	87,0
Rieti	46,9	43,8	41,6	29,0	48,2	53,6
Roma	187,8	372,5	180,5	214,7	208,1	219,1
Viterbo	47,8	50,2	79,5	55,7	66,3	73,6
LAZIO	*135,5*	*240,4*	*137,7*	*149,1*	*150,5*	*158,9*
ITALIA	*100,0*	*100,0*	*100,0*	*100,0*	*100,0*	*100,0*

fonte: Istituto G. Tagliacarne

Tab. 5
I principali indicatori turistici della provincia di Frosinone e posizione nella graduatoria nazionale delle province (2010; valori %)

Pos.		Percentuale		Percentuale
	Indice di internazionalizzazione turistica (arrivi stranieri / totale arrivi)			
32	Frosinone	39,3	ITALIA	44,3
	Indice di permanenza media (presenze / arrivi)			
85	Frosinone	2,6	ITALIA	3,8
	Indice di qualità alberghiera (alberghi 4-5 stelle / totale alberghi)			
93	Frosinone	10,5	ITALIA	16,0
	Indice di concentrazione turistica (arrivi /popolazione)			
66	Frosinone	85,9	ITALIA	163,0

Fonte: Elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati Istat

3
Le politiche possibili

Nonostante l'evoluzione strutturale conseguita dalla provincia di Frosinone negli scorsi anni, con la conseguente convergenza di alcuni fondamentali economici verso gli standard nazionali, il territorio rimane contraddistinto da ampi squilibri interni ed esterni. In particolare, il sud del Lazio è il luogo dove in Italia si consuma il più ampio divario nella distribuzione della ricchezza (in un'area piuttosto ristretta); nel dettaglio, se il Pil pro capite della provincia di Roma si attesta, nel 2010, al 123,2% della media nazionale, quello di Caserta al 62%. Chiaramente, Frosinone e Latina vivono all'interno del proprio territorio provinciale ampi squilibri nella distribuzione dei redditi, esponendo il tessuto economico e sociale, tra l'altro, ad infiltrazioni criminali ed all'espansione del sommerso.

Nello specifico della provincia di Frosinone, tali squilibri mostrano come il territorio viva situazioni produttive assolutamente differenti, con alcuni settori, imprese e sub-aree che affermano la propria competitività e altri che scontano processi di marginalizzazione ed isolamento del circuito produttivo. Osservando il fenomeno da altra angolazione, i divari interni di competitività e ricchezza non sono altro che il riflesso di una distribuzione di attività produttive e dotazioni infrastrutturali molto differenziate, come sono differenti le politiche necessarie per riequilibrare il complesso dei fattori.

Peraltro, il sostanziale pareggio del Pil nel 2011 potrebbe prefigurare l'inizio di una nuova fase del ciclo piuttosto incerta o, comunque, all'insegna della ricerca di nuovi parametri di competitività.

Gli obiettivi di una politica di sviluppo/rilancio, dunque, dovrebbero ruotare attorno ai seguenti cardini:

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

In tal senso, i fattori di competitività da sostenere con strategie di sviluppo trasversali sono rappresentati da:

- innovazione tecnologica (non solo per il settore manifatturiero);
- internazionalizzazione per le PMI (in modo da redistribuire i proventi conseguiti sui mercati esteri in maniera più omogenea);
- qualità e diffusione dei sistemi di certificazione (per essere maggiormente riconoscibili in termini di brand);
- incremento della spesa delle famiglie sul territorio.

Se si concorda con tale visione di obiettivi e strategie, le politiche di sviluppo da porre in essere da parte del Sistema delle Camere di commercio per un territorio complesso ed articolato come la provincia di Frosinone potrebbero vertere sui seguenti assi:

- Aggregazioni di imprese;
- Credito e confidi;
- Turismo integrato;

- Semplificazione burocratica;
- Infrastrutture e trasporti.

Il livello attuale di competizione richiesta dai mercati –interno ed esterni- impone un elevato livello di patrimonializzazione, flessibilità e know how, che spesso le piccole e medie imprese non dispongono. Occorre, dunque, puntare sui diversi processi di aggregazione, quali Contratti di Rete, Filiere produttive e Distretti non esclusivamente industriali. Con le diverse forme aggregative di impresa è possibile conseguire diversi aspetti dell'economia della conoscenza e di scopo, quali:

1) Aumento della dimensione critica dell'impresa: la piccola impresa può raggiungere, così, una massa critica di risorse tecnologiche e finanziarie che possono permetterle di entrare in mercati complessi.

2) Aumento della conoscenza e delle competenze delle imprese: la condivisione delle risorse alle singole imprese permette di migliorare lo stock di conoscenze e competenze, creando economie di apprendimento.

3) Accesso a mercati esteri: l'aggregazione (di rete) è uno strumento che agevola le PMI che vogliono entrare in nuovi mercati internazionali attraverso la ripartizione degli investimenti e canali di commercializzazione comuni.

4) Vantaggi di costo: in virtù di una maggiore forza contrattuale derivante dalla maggiore dimensione degli ordini effettuati rispetto a quelli delle singole imprese.

5) Vantaggi finanziari: l'aggregazione permette di distribuire i rischi tra le aziende del network e di concentrare gli investimenti del singolo partecipante nel proprio core business.

6) Vantaggi di marketing: la creazione di progetti comuni può portare alla creazione di marchi commerciali, a campagne di co-marketing e pubblicità condivisa.

7) Facilitazione dell'accesso al credito: grazie alla sua significatività, l'aggregazione formale di imprese può ricevere un rating migliore da parte delle istituzioni finanziarie.

Tali vantaggi si possono tradurre nel miglioramento della competitività nei seguenti ambiti:

- efficienza e flessibilità operative,
- reperimento capitali,
- crescita del fatturato,
- capacità di innovazione,
- internazionalizzazione.

Sul versante dei flussi di risorse che irraggiano il sistema socio economico e sui rapporti banche – imprese, è opportuno affermare come in provincia permangano fattori ostativi per lo più per le piccole imprese. I tassi effettivi di interesse praticati alle imprese sono da sempre più consistenti della media italiana, penalizzando così il tessuto produttivo locale, soprattutto le imprese che esportano, e non favorendo gli investimenti.

A causa dell'alto costo del denaro e del rating bancario, le imprese del frusinate incontrano alcune difficoltà nel rapporto con le banche, spesso preferendo ricorrere all'autofinanziamento piuttosto che ai pre-

stiti bancari. Sono soprattutto le piccole imprese ad incorrere nelle difficoltà più consistenti di accesso al credito. Il sistema dei Confidi, che rappresenta un importante veicolo di accesso al credito proprio per le imprese meno capitalizzate, può ancora esprimere un ruolo fondamentale sul territorio.

Immettere risorse in un sistema economico significa agire, oltre che sulla leva del credito, anche sulla spesa che il territorio esprime, con particolare riferimento alla domanda turistica. Attualmente, tuttavia, risulta doveroso parlare di integrazione intersettoriale, magari con la filiera agroalimentare e l'artigianato locale. In tal senso, la provincia di Frosinone presenta potenzialità inespresse sulle quali occorre lavorare in un'ottica di sistema integrato di nicchia, anche se il tutto deve passare per un miglioramento qualitativo delle strutture ricettive e la messa in rete di imprese, attori, identità. Tra l'altro, i processi di internazionalizzazione passano anche attraverso il veicolo turistico.

Uno degli aspetti ovvi -e per questo paradossalmente messi in secondo piano- di una recessione è la riduzione della velocità degli scambi delle risorse economiche. Sono le imprese minori a soffrire maggiormente, in quanto spesso si trovano nella posizione finale dei pagamenti e non godono di una rete creditizia protettiva; inoltre, soffrono maggiormente l'asfissia dei mercati di prossimità. Gli oneri burocratici contribuiscono ad acuire le difficoltà delle imprese in quadro recessivo, soprattutto se queste ultime non dispongono di una struttura operativa robusta. Occorre, dunque, operare al fine di semplificare e ridurre il carico burocratico per le imprese, sia per quanto concerne il normale svolgimento delle attività, sia per i pagamenti della Pubblica Amministrazione.

Infine, per quanto concerne un fattore di sviluppo connesso alle opportunità di investimento, è opportuno valutare l'opportunità di realizzazione di un sistema produttivo integrato dei trasporti. In una realtà ove la presenza dell'Asse autostradale ha conferito al territorio la possibilità di esprimere una importante specializzazione produttiva, risulta doveroso corroborare tale settore attraverso il disegno di un quadro logistico integrato del Centro – Sud Italia.

La proiezione internazionale del sistema produttivo della provincia, unitamente al sistema turistico locale, possono offrire occasioni di crescita per il settore dei servizi di trasporto, anche attraverso forme di messa a rete delle imprese.

4
Il quadro normativo e l'adeguamento al cambiamento istituzionale

Nel corso dell'ultimo quinquennio il Sistema camerale ha conosciuto ed attraversato profonde trasformazioni, in particolare grazie alla riforma dell'ordinamento delle Camere di Commercio approvata con il decreto legislativo n. 23 del 2010.
Il sistema è uscito rafforzato dalla riforma innanzitutto sul fronte della collocazione istituzionale, ormai definitivamente incardinata all'interno della categoria degli enti dotati di autonomia funzionale che operano in base al principio di sussidiarietà orizzontale espressamente previsto dalla Costituzione, e poi sul fronte della struttura a rete del sistema. Nel contempo alle Camere sono state attribuite nuove funzioni qualificando il loro ruolo e la loro mission.
Grazie a questo importante traguardo, che ancora sta dispiegando i suoi effetti attraverso un'attività di progressiva attuazione normativa della riforma, l'Ente camerale si trova ad affrontare un quinquennio che si annuncia decisivo, caratterizzato da un contesto che sta subendo radicali cambiamenti, sul versante economico e istituzionale.
Il quadro normativo, continuerà a conoscere nei prossimi anni profonde innovazioni, che non potranno non coinvolgere anche il Sistema camerale. Prime fra tutte la riforma dei livelli territoriali di governo, con il riordino di tutti i soggetti statali operanti sui territori, a partire dalle Regioni e dalle Province. In questo scenario, è importante che anche l'Ente possa adeguarsi ai nuovi equilibri che si andranno delineando, valorizzando la propria specificità e rafforzando anche in questa fase la propria mission istituzionale.
Il prossimo quinquennio sarà un periodo denso di sfide, che la Camera, anche grazie al tassello posto dalla riforma del 2010, dovrà essere in condizione di poter affrontare e trasformare in importanti opportunità da cogliere.
Parte della riforma è stata già attuata in questi anni, come ad esempio, con i due decreti ministeriali relativi alla formazione degli organi, tuttavia nei prossimi anni vi saranno nuovi provvedimenti per adeguare gli Enti camerali, nell'ambito del Sistema, al nuovo contesto istituzionale che si sta definendo, anche in base, ai provvedimenti di spending review. In questo quadro, pur non dovendosi il sistema assimilare alle Province ed al loro percorso di riordino basato su parametri rigidi e non adatti alle sue peculiarità ed al suo posizionamento istituzionale, la Camera di Commercio dovrà trovare la dimensione ottimale per continuare ad essere un sistema pienamente efficiente in grado di svolgere, oltre le funzioni istituzionali che gli sono state attribuite, ulteriori attività, diventando titolare di nuove importanti competenze. È attraverso questo percorso di ricerca di economie di scala e di maggiore efficienza che l'Ente dovrà guardare ai prossimi anni, esercitando in pieno la propria autonomia.
In tale contesto le Camere di Commercio, enti esponenziali e di autogoverno del sistema delle imprese, articolazioni vitali per tenere insieme il tessuto economico e

sociale, hanno già iniziato il cammino di autoriforma.
Nell'ottica della propria natura di autonomia funzionale esse hanno dato impulso ad un progetto di ridisegno dell'organizzazione territoriale e di ridefinizione ed accorpamento delle proprie funzioni, per rendere il proprio sistema ancora più efficiente, creando le condizioni per lo svolgimento di nuove funzioni al servizio delle imprese, senza oneri aggiuntivi per lo Stato ed il sistema imprenditoriale.
Un sistema costituito da imprese che operano in un mercato aperto, non vincolato dai confini territoriali di natura amministrativa, per il quale non risultano adeguate logiche di raggruppamento basate su estensioni territoriali e sulla popolazione, ma criteri di aggregazione economica e di equilibrio di bilancio.
Per tale ragione, le Camere di Commercio hanno avanzato la proposta di individuare le proprie circoscrizioni territoriali di competenza prevedendo come condizione necessaria che ciascuna di esse sia in grado di auto-sostenersi, contando su un sufficiente equilibrio economico per adempiere a tutti i compiti istituzionali assegnati dalla legge e garantendo un'adeguata diffusione territoriale, in modo da salvaguardare la vicinanza funzionale al tessuto imprenditoriale.
Il percorso individuato punta a definire la circoscrizione territoriale della Camera di Commercio sulla base del grado di omogeneità del territorio e soprattutto della tipologia di tessuto economico che la contraddistingue.
Contestualmente alla riorganizzazione territoriale è prevista anche una proposta di riorganizzazione del sistema, basato sull'accorpamento a livello regionale, interregionale e nazionale di alcune funzioni.
Nel quadro di riforma dei livelli di governo, con il riordino di tutte le Istituzioni operanti sui territori, l'impegno della Camera di Commercio è teso, quindi, all'adeguamento ai nuovi equilibri che si andranno delineando, valorizzando la propria specificità e rafforzando, anche in questa fase, la propria mission istituzionale.

5
Risorse umane, economiche e finanziarie

Risorse umane

La dotazione organica dell'Ente è stata fissata in n.71 unità con la deliberazione della Giunta camerale n. 128 del 22 dicembre 2008 relativa alla verifica del fabbisogno di personale.
In realtà, a fronte di tale dotazione organica teorica, al 30 dicembre 2012, presteranno effettivamente servizio n. 54 dipendenti, compreso un Dirigente a tempo determinato, con incarico di Segretario Generale e Conservatore del Registro delle Imprese.
In particolare, si può verificare che nel corso del triennio precedente il numero dei dipendenti è andato decrementandosi, così come il totale del costo annuo del lavoro, intendendosi in questo ricompresi i costi per Oneri per competenze stipendiali, Oneri per indennità e compensi accessori ed Altri Oneri:

anno	n. dipendenti	totale costo annuo
2009	57	3.444.502
2010	55	3.091.819
2011	50	2.958.565

I dipendenti sono così raggruppabili, in funzione di sesso, anzianità di servizio, età anagrafica e titolo di studio (dati al 31 dicembre 2012):

donne	uomini
28	26

Anzianità di servizio		
0/15	16/30	31/43
29	17	8

Età anagrafica	
0/39	40/65
7	47

Titolo di studio			
scuola media	diploma	laurea	post laurea
3	26	23	2

Nel corso dell'anno 2012, sono cessate 4 unità di personale, mentre grazie alla conclusione della selezione per la designazione del nuovo Segretario Generale, del concorso per l'assunzione di 3 unità di categoria B3, della mobilità volontaria per 3 unità di categoria C e della selezione per una unità di categoria protetta B1, sono entrati in servizio, rispettivamente, 1 dirigente a tempo determinato, 3 unità di categoria B3, 1 unità di categoria C ed 1 unità di categoria B1.
Al contrario, non si sono ancora concluse la mobilità per 2 figure dirigenziali e la procedura per le ulteriori 2 unità di categoria C non acquisite in mobilità.
Nel corso dell'anno 2012, si sono avute cessazioni per 1 unità di categoria D, 2 unità di categoria C ed 1 unità di categoria B1.
Pertanto, al 1° gennaio 2013, la situazione delle carenze di personale sarà la seguente:

	In dotazione	Effettivi	Carenze
Dirigenti	3	1	- 2
Categoria D:			
Posizione di ingresso D 3	6	4	- 2
Posizione di ingresso D1	13	10	- 3
Categoria C:	29	21	- 8
Categoria B:			
Posizione di ingresso B3	9	9	
Posizione di ingresso B1	11	9	- 2
TOTALI	71	54	- 17

Le carenze sono, perciò, considerevoli e rappresentano il 25% circa del totale delle risorse umane previste in dotazione organica. Tale consistenza vedrà un'ulteriore riduzione nel corso dell'anno 2013, per il pensionamento di 1 unità, mentre altre 2 unità cesseranno nell'anno 2016 e 3 nel 2017.

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

- aspettativa sindacale, ne fruisce 1 unità in servizio appartenente alla categoria C;
- part-time, ne fruiscono 2 dipendenti di categoria B3;
- Legge 104/92, ne fruiscono 8 dipendenti per 3 giorni pro capite mensili;
- permessi per cariche elettive, spetta, attualmente, ad 1 dipendente per 24 ore mensili, cui possono aggiungersi altre 48 ore per i capigruppo;
- permessi a tutela della maternità, spettano attualmente per 20 minori, sino a otto anni di età.

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

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

lavoratori interinali, sino al mese di giugno 2012, mentre è tuttora presente 1 unità in somministrazione, fornita da Infocamere, sino al 31 gennaio 2013.
La evidente riduzione di unità di personale in relazione alle carenze organiche descritte, è fortemente penalizzante dell'operatività della Camera, che dovrà riassegnare al personale interno anche le attività svolte sino ad ora da tali unità lavorative.
Infine, sulla base della metodica dettata dalla legge 24/12/2007 n. 244, art. 3, comma 116, l'Ente è autorizzato ad assumere personale – non limitato in base al numero – nel limite di un contingente complessivamente corrispondente ad una spesa pari al 70% di quella relativa alle cessazioni avvenute nell'anno precedente, ove l'indice economico-finanziario risulti inferiore a 35.
Poiché l'Ente ha mantenuto nel tempo tale indice al di sotto della soglia di 35 punti (come documentato annualmente dalla speciale Commissione insediata presso il Ministero dello Sviluppo Economico), attualmente l'Ente può attivare procedure di acquisizione di nuovo personale dipendente per una spesa complessiva di € 139.728,54 (70% del valore delle cessazioni avvenute nel corso del 2010, pari ad € 199.612,19, totali), cui vanno aggiunti, in virtù della norma contenuta nell'art. 3, comma 116, della legge 24/12/2007 n. 244, ulteriori € 27.876,99 (derivanti dall'autorizzazione relativa all'anno 2008), per una spesa complessiva di € 167.605,53.

5
Risorse economiche e finanziarie

Nella tabella seguente viene fornito un quadro delle risorse finanziarie della Camera, predisposto in termini di competenza economica, relativamente all'ultimo quinquennio, e viene anche effettuata una previsione per il periodo 2013-2017.
Nel 2013 l'ammontare totale dei proventi che si prevede di realizzare è di circa Euro 10.574.000, di cui circa Euro 8.274.000 derivanti da diritto annuale.
I proventi da diritto annuale comprendono, ai sensi del documento dei principi contabili emanati con circolare del Ministero dello Sviluppo Economico n.3622/C del 05.02.2009, oltre al diritto annuale di competenza 2012 le sanzioni e gli interessi di mora.
Nell'anno 2012, rispetto al 2011, gli incassi da diritto annuale hanno subito una leggera flessione attribuibile all'andamento negativo dei fatturati delle imprese.
Nel periodo 2013-2017, in conseguenza di una mancata ripresa dell'economia, si attende una leggera diminuzione degli incassi da diritto annuale attribuibile all'andamento dei fatturati delle imprese.
Si prospetta, inoltre, una leggera contrazione dei diritti di segreteria attribuibile all'effetto dell'innovazioni normative in materia di semplificazione e "decertificazione".
Dal lato delle spese si può presumere che i costi di funzionamento dell'Ente (oneri vari di funzionamento, spese per gli organi istituzionali, quote associative) assorbiranno il 24% dei proventi correnti complessiva-

mente realizzati dall'Ente nel corso dell'anno 2013, risultando leggermente inferiori a quelli degli anni precedenti. Si prevede un consolidamento di tale andamento nel periodo 2013-2017.

I costi del personale, nell'anno 2013, (retribuzioni, oneri sociali, accantonamento T.F.R.) incidono per il 27% sulle entrate correnti, con una riduzione riconducibile al minor numero di unità impiegate presso l'Ente Camerale .

Gli ammortamenti e accantonamenti assorbono il 28% dei proventi correnti. Dal 2012 al 2014, rispetto all'anno 2010, è maggiore del 55% il valore degli ammortamenti per le immobilizzazioni materiali. Infatti, vista l'ultimazione dei lavori di ristrutturazione della sede camerale di via De Gasperi, l'Ente Camerale, dal 2012, deve ammortizzare con una percentuale del 3% l'importo complessivo dei lavori di ristrutturazione nonché riprendere l'ammortamento del valore storico dell'immobile.

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

Inoltre, va opportunamente evidenziato per il piano degli investimenti che nel 2012 l'Ente Camerale ha completato il pagamento dei costi della ristrutturazione dell'immobile di via De Gasperi. Mentre negli anni successivi non si prevedono investimenti rilevanti sul piano delle immobilizzazioni.

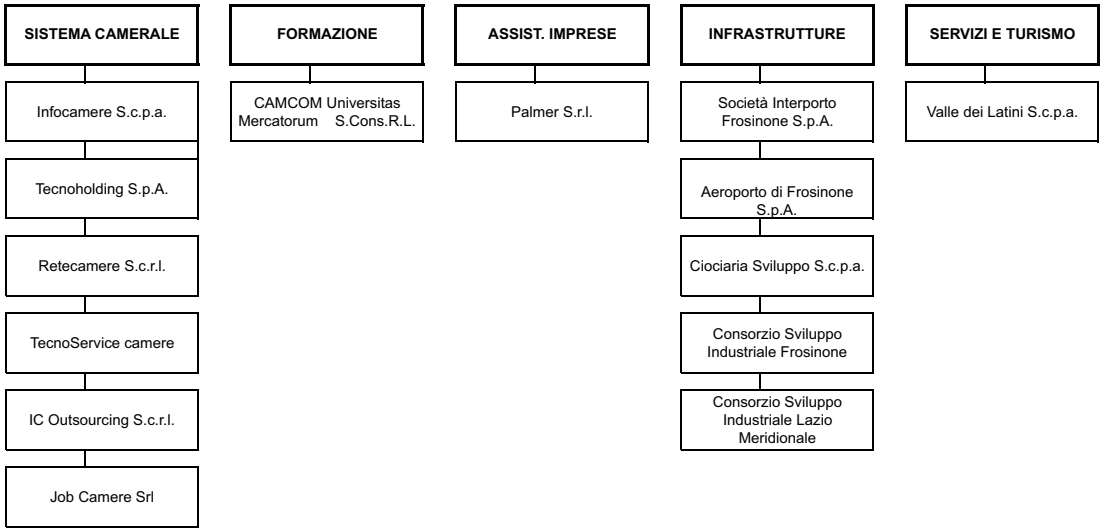
						PROIEZIONI FUTURE					
	2007	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**
Proventi correnti											
Diritto annuale	6.767.218	8.157.554	7.928.567	7.987.814	8.225.188	8.215.000	8.274.114	8.200.000	8.200.000	8.200.000	8.200.000
Diritti di segreteria	1.866.634	1.911.149	1.851.389	1.851.423	1.865.556	1.800.500	1.800.000	1.750.000	1.750.000	1.750.000	1.750.000
Altri Proventi	475.534	411.033	573.238	646.282	633.027	1.136.655	499.491	400.000	400.000	400.000	400.000
Oneri correnti											
Personale	3.111.672	3.141.558	3.246.461	3.010.048	2.745.488	3.003.094	2.804.450	2.850.000	2.850.000	2.850.000	2.850.000
Funzionamento	2.812.689	2.599.336	2.453.913	2.430.462	2.449.174	2.516.583	2.552.545	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000
Interventi Economici	1.850.246	2.307.833	2.052.137	1.846.313	1.853.420	3.844.921	2.248.063	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
Ammortam. ed accantonamenti	612.439	4.403.590	2.433.873	2.562.320	2.620.612	2.884.250	3.071.047	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
di cui accantonamento al fondo svalne crediti	340.000	4.403.590	2.236.900	2.339.167	2.447.041	2.444.000	2.639.047	260.000	260.000	260.000	260.000
RISULTATO ECONOMICO	***1.353.660***	***-1.580.709***	***203.888***	***1.245.390***	***1.369.099***	***-993.488***	***0***	***0***	***0***	***0***	***0***
INVESTIMENTI											
Immobilizzazioni	173.993	228.959	473.787	1.415.000	843.237	687.121	383.000	100.000	100.000	100.000	100.000
Partecipazioni e Conferimenti	844.672	5.000	5.000	6.000	6.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000

6
Partecipazioni strategiche e di sistema

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

Si riporta di seguito, in sintesi, l'oggetto sociale delle società partecipate, con indicazione del loro capitale sociale al 31 dicembre 2011 ed il valore percentuale della partecipazione della Camera di Commercio di Frosinone.

Situazione al 28 novembre 2012 delle partecipazioni della Camera di Commercio di Frosinone distinte per settore



LE PARTECIPAZIONI			
OGGETTO SOCIALE	**DENOMINAZIONE SOCIETÀ**	**CAPITALE SOCIALE AL 31/12/2011**	**PARTECIPAZIONE (VAL. %)**
Organizzazione e gestione di un sistema informatico nazionale, in nome e per conto delle Camere di Commercio.	INFOCAMERE S.C.P.A./ROMA	€ 17.670.000,00	0,78%
Organizzazione, gestione e potenziamento di strutture immobiliari.	TECNO HOLDING S.P.A./ ROMA	€ 25.000.000,00	0,52%
Attività di assistenza e consulenza nei settori tecnico-progettuali, direzione di lavori, V.I.A., organizzazione e gestione delle strutture e infrastrutture di interesse comune dei soci.	TECNOSERVICECAMERE S.C.P.A./ROMA	€ 1.318.941,00	0,22%
Predisposizione, effettuazione e gestione di servizi volti all'immagazzinamento ed alla movimentazione di archivi cartacei; acquisizione ed eleaborazione dati.	I.C. OUTSOURCING S.R.L./PADOVA	€ 372.000,00	0,47%
Somministrazione di lavoro, intermediazione ai sensi dell'art. 2, co. 1, lett. B) del D.Lgs. 276/2003, ricerca e selezione del personale, supporto alla ricollocazione del personale, formazione e addestramento di lavoratori.	JOB CAMERE S.R.L.	€ 600.000,00	0,47%
Realizzazione e gestione di un interporto (centro intermodale).	SOCIETA' INTERPORTUALE FROSINONE S.P.A.- S.I.F./FROSINONE	€ 6.366.419,75	9,83%
Progettazione, costruzione e manutenzione del complesso aeroportuale di Frosinone.	AEROPORTO DI FROSINONE S.P.A.- A.D.F./FROSINONE	€ 5.977.350,00	20,91%
Coordinamento e gestione di attività mirate alla promozione, realizzazione e gestione di programmi di ricerca, sperimentazione collaudo e diffusione nei campi dell'innovazione scientifica, tecnologica e organizzativa.	PARCO SCIENTIFICO E TECNOLOGICO DEL LAZIO MERIDIONALE S.C.AR.L.- PA.L.MER. /LATINA	€ 685.020,00	13,07%
Promozione della crescita del tessuto produttivo del territorio della provincia di frosinone e dell'incremento occupazionale nello stesso.	CIOCIARIA SVILUPPO S.C.P.A./ FROSINONE	€ 224.780,00	10,00%
Promozione dell'industrializzazione e dell'insediamento di altre attività produttive nelle aree del territorio di competenza.	CONSORZIO PER LO SVILUPPO INDUSTRIALE DEL LAZIO MERIDIONALE – COSILAM/CASSINO (FR)	€ 95.951,00	4.52%
Consorzio per lo sviluppo industriale frosinone – asi/frosinone	CONSORZIO PER LO SVILUPPO INDUSTRIALE FROSINONE – ASI/FROSINONE	€ 435.027,00	18,39%
promozione, coordinamento e gestione di tutte le attivita' dirette alla crescita socio economica, produttiva e occupazionale dell'area coincidente con il territorio del distretto rurale della valle dei latini	DISTRETTO RURALE ED AGROALIMENATRE DELLA VALLE DEI LATINI	€ 120.000,00	9,80%
Universita' telematica a distanza abilitata a rilasciare titoli accademici	UNIVERSITAS MERCATORUM S. CONS. R.L.	€ 324.102,29	0,77%
Sviluppo, coordinamento e realizzazione di attivita' e di servizi a sostegno dell'azione del sistema delle camere di commercio	RETECAMERE S.C.AR.L	€ 900.000,00	0,06%

7
La vision e la mission

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 può e deve fare la sua parte per ammodernare il sistema imprenditoriale ed il territorio, accrescendone la sua attrattività ed il livello di competitività, dando un contributo concreto all'innovazione con una forte accelerazione e coordinamento dei processi per la più ampia diffusione del digitale, puntando ad accorciare le distanze delle imprese e del cittadino rispetto alla Pubblica Amministrazione, ed impegnandosi ad essere Istituzione di riferimento anche per gli altri Enti ed Organismi territoriali.
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.
La Camera di Commercio è un luogo 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.
La Camera di Commercio di Frosinone riafferma l'individuazione della sua mission nell'impegno a contribuire alla modernizzazione del sistema istituzionale e alla competitività delle imprese; consolidare il ruolo di protagonista nelle politiche di sviluppo dell'economia locale e nei processi di riqualificazione dell'Amministrazione pubblica. Un impegno che trova nella storica capacità di leggere le esigenze del territorio e le richieste del mondo imprenditoriale i suoi punti di forza.
Un'istituzione moderna, aperta, attenta. Vicina ai sub-sistemi provinciali, di cui stimola la crescita e la coesione.
Essa può e deve fare la sua parte per innalzare il livello di competitività del territorio, agendo direttamente su molte leve sensibi-

li, dall'internazionalizzazione al credito, dalle infrastrutture alla sostenibilità ambientale, dalla semplificazione al presidio delle regole, dall'incremento della produttività per sostenere l'occupazione e lo start up d'impresa all'innovazione, dalla valorizzazione delle risorse umane a una maggiore attenzione al ruolo dei giovani e del sistema scolastico, promuovendo la qualità delle filiere ed il turismo, sviluppando le capacità di lettura ed interpretazione delle esigenze del territorio e mettendo in primo piano la razionalizzazione delle proprie funzioni e l'adeguamento degli assetti organizzativi.

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

In linea con il principio della sussidiarietà, mediante il ricorso continuo al metodo della cooperazione con il Sistema camerale e con le Associazioni di categoria, l'Ente si propone sempre più come interlocutore privilegiato della Regione per la gestione delle funzioni rivolte alle imprese.

Per tradurre in fatti la sua aspirazione di motore di sviluppo, la Camera di Commercio di Frosinone conferma il suo impegno per elaborare verso l'esterno una vera e propria strategia di alleanze a vari livelli, allo scopo di individuare, insieme, i punti di forza e di debolezza del territorio.

8
Le priorità dell'azione camerale

Il processo di globalizzazione e la dinamica socio-demografica della popolazione stanno introducendo elementi di mutamento nei modelli di crescita tradizionali.
Anche a livello provinciale è in corso una profonda ristrutturazione del sistema economico alla quale le imprese e le istituzioni devono saper adeguatamente rispondere. Si assiste alla ridefinizione dei comparti produttivi, dei sistemi di business e dei mercati, e il concetto di dimensione di impresa assume il significato di dimensione strategica, intesa come la capacità di creare e gestire reti in grado di catturare i flussi informativi e di conoscenza.
La Camera di Commercio deve quindi rappresentare un volano per attivare alcune grandi progettualità strategiche per lo sviluppo del territorio, che possano produrre un effetto moltiplicatore di ulteriori risorse attivabili a livello regionale, nazionale e comunitario.
Evidentemente in questa considerazione si ritiene opportuno indicare alcune aree di intervento prioritario sulle quali l'Ente Camerale dovrà impegnarsi nel corso dei prossimi cinque anni.
Le risorse da destinare a tali iniziative dovranno in larga parte valorizzare progetti strategici per l'economia locale riservando tuttavia anche risorse utili a sostenere progetti pilota di largo respiro proposti dalle singole associazioni imprenditoriali.
In questo contesto, come emerso dagli osservatori di settore, il sistema economico-produttivo frusinate ha dovuto affrontare elementi di elevata criticità.
Ciononostante sono in atto meccanismi di riallocazione delle risorse che occorre considerare ed approfondire per poter meglio formulare giudizi e mettere in atto politiche in grado di sostenere gli accenni di sviluppo visibili senza "snaturare" il pattern di crescita indicato dal territorio.
Alla luce degli scenari economici e istituzionali prospettati risulta evidente che nel periodo di mandato la priorità da perseguire con determinazione per il rilancio del sistema produttivo è rappresentata dall'attivazione dei presupposti per una rapida ripresa del cammino della crescita e dalla creazione delle condizioni necessarie allo sviluppo.
Nel far questo, bisogna superare tipologie e modalità di intervento ormai inadeguate a fronteggiare la crisi in atto. I percorsi di trasformazione continua fin qui seguiti dalle imprese impongono infatti di trovare nuove idee e nuove risposte, partendo dalle radici del territorio ed impegnandosi ad elaborarle in una logica di sistema.
Fondamentali, a tal riguardo, saranno le scelte verso Europa e la capacità di rendere sempre più partecipe il territorio di questi orientamenti, per formulare e ri-formulare proposte tali da far sì che le nostre imprese avvertano l'Ente camerale come compagno naturale di percorso.
Una Camera di commercio, insomma, che è pronta ad essere protagonista in un'Europa più integrata, a misura d'impresa e in una effettiva logica di rete.

E proprio partendo da uno scenario costellato da una forte determinazione nelle azioni di intervento sull'economia locale, ma anche da numerose incertezze istituzionali, normative ed economiche esterne, è stato elaborato il Piano Pluriennale 2012-2017, che poggia sui pilastri della competitività, della produttività, e dell'attrattività del territorio per il rilancio del sistema produttivo.
In particolare, nell'attuale difficile fase congiunturale, la scelta operata dalla Camera di Commercio di Frosinone è quella di immettere nuove energie per il rilancio del sistema socio-economico locale, favorendo in primo luogo, in quadro di modernità e di sviluppo digitale, l'efficienza ed economicità dei servizi ed il rafforzamento delle relazioni istituzionali, la competitività e produttività delle imprese e competitività e attrattività del territorio.
Pertanto l'attività programmata per il periodo di mandato 2012-2017 si baserà sulle seguenti linee strategiche:

Linee strategiche di mandato

1. Efficienza ed economicità dei servizi e rafforzamento delle relazioni istituzionali **Noi**

2. Competitività e produttività delle imprese **le Imprese**

3. Competitività e attrattività del territorio **il Territorio**

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

7
La mappa strategica

NOI		
Linee strategiche	**Strategie del mandato**	**Obiettivi del mandato**
Efficienza ed economicità dei servizi e rafforzamento delle relazioni istituzionali	Servizi amministrativi all'impresa e al cittadino	Migliorare la qualità, l'efficienza e l'economicità dei servizi camerali
		Migliorare l'accessibilità ai servizi camerali anagrafico-certificativi e supportare le azioni finalizzate allo sviluppo digitale del territorio
	Regolazione del mercato e tutela del consumatore	Promuovere la cultura della mediazione civile volontaria, delegata e da clausole contrattuali, ridurre e/o semplificare il contenzioso tra consumatori e imprese, tra imprese e imprese
		Diffondere una cultura della legalità e della trasparenza
	Studi e ricerche economiche	Rafforzare l'utilizzo costante dell'informazione statistica come strumento di analisi e di comprensione dei fenomeni economici e del fabbisogno del territorio, da porre a supporto delle decisioni strategiche
	Sviluppo organizzativo	Ottimizzare il processo di programmazione, valutazione e rendicontazione
		Sviluppare le risorse umane, economiche, finanziarie e patrimoniali dell'Ente
	Comunicazione e Relazioni istituzionali	Migliorare la comunicazione e rafforzamento delle relazioni con Istituzioni e altri Organismi del territorio e del Sistema camerale
LE IMPRESE		
Competitività e produttività delle imprese	Credito	Migliorare l'accesso al credito delle Pmi rafforzando il sistema di garanzia e la cooperazione con il sistema bancario e con le altre Istituzioni del territorio
	Sviluppo imprenditoriale	Favorire la nascita di nuove imprese, con particolare attenzione alle imprese giovanili e innovative
		Promuovere l'imprenditoria femminile
		Promuovere le imprese sociali
		Sostenere le Reti di impresa, Distretti industriali e Sistemi produttivi locali ed altre iniziative imprenditoriali
	Innovazione	Diffondere la cultura dell'innovazione, della ricerca e del trasferimento tecnologico quali strumenti di competitività delle PMI
		Favorire l'interazione delle PMI con strutture qualificate quali Centri di Ricerca e Università
	Formazione	Aumentare il livello di competitività delle imprese attraverso lo sviluppo di capitale umano
		Diffondere la cultura d'impresa e avvicinare le nuove generazioni al mondo del lavoro
	Internazionalizzazione	Promuovere l'internazionalizzazione del territorio e la competitività delle imprese sui mercati esteri, aumentare il numero delle nuove imprese esportatrici.
		Potenziare le leve per la competizione internazionale e stimolare la crescita delle imprese attraverso l'aggregazione
		Riaffermare fortemente sui territori il ruolo della Camera di commercio quale "casello d'entrata" delle imprese sui mercati internazionali
IL TERRITORIO		
Competitività e attrattività del territorio	Marketing territoriale	Attrarre investimenti mediante il miglioramento della qualità della vita e del territorio con una gestione intelligente della dimensione urbana
	Filiera del Turismo e valorizzazione integrata del territorio	Valorizzare e promuovere in un'ottica integrata le leve attrattive del turismo provinciale consolidando e sviluppando al contempo la sinergia tra attori istituzionali e tra questi e i privati
		Valorizzare il patrimonio locale
	Valorizzazione delle produzioni locali	Valorizzare le eccellenze enogastronomiche ed artigianali
		Valorizzare le produzioni tipiche e i prodotti a Denominazione di Origine
	Green economy	Sostenere la produzione di energia, riqualificazione e valorizzazione dell'ambiente
	Infrastrutture	Sostenere la competitività del territorio mediante l'ammodernamento della dotazione infrastrutturale assumendo un ruolo di rilievo nella proposizione di interventi e nella valutazione progressiva della realizzazione dei progetti in essere

IL PROGRAMMA STRATEGICO 2012-2017

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

Il Programma guarda ai servizi amministrativi all'impresa e al cittadino, con azioni improntate al perseguimento del miglioramento della qualità, dell'efficienza e dell'economicità, nonché all'evoluzione dell'accessibilità ai servizi anagrafico-certificativi mediante supporto alle azioni finalizzate allo sviluppo digitale del territorio.
Per il potenziamento degli interventi nella regolazione del mercato e tutela del consumatore una particolare attenzione viene posta alle azioni per la diffusione della cultura della legalità e della trasparenza e alla promozione della cultura della mediazione civile volontaria, delegata e da clausole contrattuali, e alla riduzione e semplificazione del contenzioso tra consumatori e imprese, nonché tra imprese e imprese.
Per quanto riguarda le esigenze informative verranno sostenute attività di studio e ricerche economiche, puntando a rafforzare l'utilizzo dell'informazione statistica come strumento di analisi e di comprensione dei fenomeni economici e del fabbisogno del territorio, da porre a supporto delle decisioni strategiche.
In aderenza alle recenti normative iniziative in materia di ottimizzazione dell'efficacia, dell'efficienza e dell'economicità dell'azione amministrativa, verranno sostenuti importanti interventi in materia di sviluppo organizzativo, con ottimizzazione del processo di programmazione, valutazione e rendicontazione, ma anche con una valorizzazione delle risorse umane, economiche, finanziarie e patrimoniali dell'Ente.

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

1.1
Servizi amministrativi all'impresa

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

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

OBIETTIVO STRATEGICO:
Migliorare la qualità, l'efficienza e l'economicità dei servizi camerali

Iniziative operative e Strumenti:
Sviluppo dell'Agenda digitale mediante Digitalizzazione dei procedimenti amministrativi, Dematerializzazione dei documenti, Utilizzo dei pagamenti elettronici, Posta elettronica certificata (iscrizione caselle PEC di tutte le imprese), Migliorare la qualità degli archivi camerali mediante l'aggiornamento e revisione delle banche dati, Razionalizzazione delle modalità di erogazione dei servizi a sportello

OBIETTIVO STRATEGICO:
Migliorare l'accessibilità ai servizi camerali anagrafico-certificativi e supportare le azioni finalizzate allo sviluppo digitale del territorio

Iniziative operative e Strumenti:
Sportello Unico Attività Produttive (Suap), Convenzioni con Associazioni di categoria e sportello telematico decentrato

Va inoltre evidenziato, che l'Ente camerale è depositario di un importante patrimonio informativo, d'anagrafe d'impresa e di tipo statistico-economico, strategico per la conoscenza del sistema economico locale e delle sue dinamiche.
Al fine di garantire la correttezza e l'affidabilità delle informazioni contenute negli archivi e registri camerali l'Ente attiverà adeguate procedure per un'accresciuta qualificazione.
Nell'ambito di una evoluzione della gestione dell'attività amministrativa pubblica verso una effettiva PA Digitale, la dematerializzazione della documentazione prodotta, assume un ruolo di centralità. Con un progressivo incremento della gestione documentale informatizzata e la conseguente sostituzione dei supporti tradizionali. Lo sviluppo dell'Agenda digitale, la dematerializzazione e la digitalizzazione dei procedimenti amministrativi costituiscono, pertanto, le linee di azione più significative per la riduzione dei costi, in termini sia di risparmi diretti (carta, spazi, ecc.), sia di risparmi indiretti (tempo, efficienza, ecc.).
La Camera di Commercio, inoltre, dovrà continuare a mettere a disposizione nei prossimi anni il Registro delle imprese quale strumento di semplificazione, insieme ad una prosecuzione delle attività per una piena realizzazione del SUAP su tutto il territorio di riferimento.
In forza delle opportunità offerte dal decentramento telematico l'Ente assicurerà una presenza diffusa sul territorio attraverso lo sviluppo di forme di collaborazione con le Associazioni di categoria.

1.2
Regolazione del mercato e tutela del consumatore

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

Una recente sentenza della Corte Costituzionale ha dichiarato illegittimo il decreto legislativo 28/2010 nella parte in cui sancisce l'obbligatorietà della mediazione civile. Tuttavia la Camera di Commercio, anche mediante l'azione dell'Azienda speciale Innova, in ragione dell'accreditamento ottenuto dal Ministero di Giustizia, promuoverà la cultura della mediazione civile volontaria. Restano infatti immutate le altre fonti, quali la mediazione volontaria, quella delegata e quella da clausole contrattuali. L'attività sarà indirizzata a colmare il gap culturale con altri paesi europei, dove la mediazione civile è uno strumento molto diffuso e utilizzato.

Al fine di favorire la ristrutturazione dei debiti e la gestione negoziale delle situazioni da sovraindebitamento per i soggetti "non fallibili" (L. 3/2012), l'Ente si attiverà quale organismo per la composizione delle crisi. Nell'ambito delle attività di regolazione del mercato volte a promuovere i corretti comportamenti tra le imprese operanti negli stessi settori economici della provincia e tra le imprese ed i consumatori verranno sostenute varie iniziative finalizzate, con particolare attenzione alla tutela dei prodotti "made in Italy". La Camera sarà inoltre impegnata nel potenziamento delle attività di metrologia legale nell'ambito delle linee guida di sistema tracciate da Unioncamere. Inoltre verranno sviluppate altre iniziative di tutela del consumatore, con particolare riferimento alla realizzazione di percorsi informativi e formativi rivolte alle scuole.

OBIETTIVO STRATEGICO:
Promuovere la cultura della mediazione civile volontaria, delegata e da clausole contrattuali, ridurre e/o semplificare il contenzioso tra consumatori e imprese, tra imprese e imprese
Iniziative operative e Strumenti:
Mediazione, Conciliazione e Arbitrato, Gestione delle crisi da sovraindebitamento

OBIETTIVO STRATEGICO:
Diffondere una cultura della legalità e della trasparenza.
Iniziative operative e Strumenti:
Metrologia legale, Controllo sui prodotti e Tutela del "Made in Italy", Altre iniziative di tutela del consumatore, Protesti

1.3
Studi e ricerche economiche

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

OBIETTIVO STRATEGICO:
Rafforzare l'utilizzo costante dell'informazione statistica come strumento di analisi e di comprensione dei fenomeni economici e del fabbisogno del territorio, da porre a supporto delle decisioni strategiche
Iniziative operative e Strumenti:
Osservatorio economico, Osservatorio sul commercio, Rilevazione dei fabbisogni professionali delle imprese, Costituzione di un Organismo permanente per le attività di analisi territoriale e studi sociali, economici e ambientali nella provincia di Frosinone.

1.4
Sviluppo organizzativo

L'evoluzione normativa relativa alla Pubblica Amministrazione ha introdotto criteri di efficienza, economicità ed efficacia che impongono necessariamente una rivisitazione delle competenze e conoscenze professionali del personale, nonché una riorganizzazione dei servizi, per soddisfare al meglio e con il minor numero di risorse le esigenze dei propri clienti.
Per un raggiungimento degli obiettivi realistico e tempestivo è necessario verificare che la struttura organizzativa sia allineata rispetto ad essi e rispondente a criteri di efficienza, efficacia e omogeneità strategica.
Il continuo evolvere delle funzioni e più in generale del ruolo della Camera di Commercio impone che evolvano anche le competenze della struttura.
Il contingente del personale camerale deve essere mantenuto in linea con i programmi che si dà l'Ente sia in termini di competenze tecniche che di competenze gestionali, sia in un'ottica di sviluppo interno che di eventuale acquisizione di professionalità nuove dall'esterno.
Nello stesso tempo l'organizzazione degli uffici deve tener conto delle risorse umane sulle quali può contare nel progettare e attuare la propria configurazione organizzativa.
In questo lavoro di costruzione continua va tenuto conto anche degli input che vengono dall'esterno, in particolare, vanno tenuti in considerazione le interazioni con il territorio nel suo insieme come elemento rilevante nell'equilibrio della struttura.
La continua evoluzione degli strumenti informatici e telematici nell'erogazione dei servizi non può che avere come conseguenza una migliore gestione delle risorse umane e finanziarie mediante l'acquisizione di metodologie che consentano il massimo dell'efficienza degli uffici.
Per realizzare la propria missione

OBIETTIVO STRATEGICO:
Ottimizzare il processo di programmazione, valutazione e rendicontazione
Iniziative operative e Strumenti:
Ciclo della performance, Trasparenza

OBIETTIVO STRATEGICO:
Sviluppare le risorse umane, economiche, finanziarie e patrimoniali dell'Ente
Iniziative operative e Strumenti:
Valorizzazione delle risorse umane e sviluppo di competenze manageriali, organizzative e tecniche, Iniziative per il Benessere Organizzativo, Iniziative per garantire l'integrità, Valorizzare i beni patrimoniali dell'Ente

l'Organizzazione è chiamata oggi ad operare in un contesto ambientale, sia interno che esterno, di estrema complessità e dinamicità, e si trova a dover affrontare particolari criticità.
In questo contesto diventa fondamentale la realizzazione e l'attuazione di sistemi di pianificazione, monitoraggio e valutazione della performance globale della Camera sia da un punto di vista qualitativo che quantitativo, e in quest'ottica è utile richiamare anche le recenti normative in materia di efficacia, efficienza ed economicità della PA e il relativo impatto sulla realtà dell'Ente. Al fine del perseguimento dell'economicità dell'azione amministrativa, particolare attenzione verrà posta agli aspetti di gestione delle risorse finanziarie nonché alla maggiore trasparenza e condivisione dei dati. Verranno inoltre realizzate iniziative per garantire il Benessere Organizzativo e per garantire l'integrità.
L'azione camerale sarà rivolta inoltre alla attenta gestione e valorizzazione del patrimonio dell'Ente, con particolare riferimento alla ottimale destinazione dei beni immobili a servizio del territorio.

1.5
Comunicazione e relazioni istituzionali

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

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

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

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

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

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

OBIETTIVO STRATEGICO:
Miglioramento della comunicazione e rafforzamento delle relazioni con Istituzioni e altri Organismi del territorio e del sistema camerale

Iniziative operative e Strumenti:
Progetto di comunicazione integrata, Costituzione della Consulta dei liberi professionisti, Altre iniziative di sviluppo delle relazioni istituzionali

Le Imprese

Competitività e produttività delle imprese

L'ambito di intervento denominato "Le Imprese", prevede il miglioramento dell'accesso al credito delle PMI rafforzando il sistema di garanzia e la cooperazione con il sistema bancario locale e con le altre Istituzioni del territorio.
Un forte impegno dovrà essere dedicato allo sviluppo imprenditoriale per favorire la nascita di nuove imprese, con particolare attenzione alle imprese giovanili e innovative, alla promozione imprenditoria femminile e delle imprese sociali, allo sviluppo delle Reti di impresa, Distretti industriali e Sistemi produttivi locali.
Una particolare importanza strategica è attribuita al sostegno di iniziative per diffondere la cultura dell'innovazione, della ricerca e del trasferimento tecnologico quali strumenti di competitività delle PMI.
Processi ambiziosi ma essenziali, che dovranno avvenire anche attraverso l'interazione delle PMI con l'Ente camerale e con strutture qualificate quali Centri di Ricerca e Università.
Il sostegno delle politiche per l'occupazione, favorire la nascita di nuove imprese ed il dialogo scuola – impresa potrà essere sviluppato in maniera ancora più incisiva rispetto al passato.
Dovrà essere potenziata la voglia di fare impresa ponendo particolare attenzione ai giovani e alle donne, per valorizzarne il patrimonio di idee e di competenze.
In tal senso l'Ente sarà impegnato ad aumentare il livello di competitività delle imprese attraverso lo sviluppo di capitale umano, a diffondere la cultura d'impresa e avvicinare le nuove generazioni al mondo del lavoro.
La promozione dell'internazionalizzazione dell'impresa e del territorio è un'altra delle principali sfide che l'Ente dovrà affrontare. Di fronte ad imprese con problemi di sopravvivenza, o di ritrovare la capacità competitiva o ancora di rafforzare il business traguardando nuovi mercati, la Camera di Commercio deve fornire risposte adeguate, con la consapevolezza che i processi di globalizzazione attraversano ormai tutta l'economia e che nessuna impresa, se vuole essere competitiva, può ritenersi esclusa.
Per sostenere questi processi e realizzare questi obiettivi, l'Ente dovrà investire sulla qualità e sull'origine del made in Italy, promuovendo l'aggregazione tra le imprese, principalmente attraverso lo strumento delle reti d'impresa e riaffermare fortemente sul territorio il suo ruolo di servizio alle imprese sui mercati internazionali.
Si tratta di una sfida che sarà soprattutto culturale e che impone di rendere riconoscibile il made in Italy non solo con i prodotti, ma anche con un autentico orientamento alla qualità, all'eccellenza, all'unicità del binomio cultura e territorio.
Per raggiungere tali obiettivi strategici ed aumentare il numero delle nuove imprese esportatrici l'Ente camerale stimolerà i processi di aggregazione e potenzierà i suoi servizi per costituire un "casello d'entrata" delle imprese sui mercati internazionali.

2.1
Credito

La grande crisi finanziaria 2008-2009 ha determinato un complessivo effetto di credit crunch che colpisce fortemente il mondo delle piccole imprese che si caratterizzano per un rapporto critico con il sistema bancario.
A causa dell'alto costo del denaro e del rating bancario, le imprese del frusinate incontrano difficoltà nel rapporto con le banche, spesso preferendo ricorrere all'autofinanziamento piuttosto che ai prestiti bancari. Sono soprattutto le piccole imprese ad incorrere nelle difficoltà più consistenti di accesso al credito.
Dal quadro che emerge e dall'analisi dei dati sulle dinamiche creditizie dell'ultimo anno, si conferma uno scenario di diffusa problematicità.
L'Ente camerale deve pertanto continuare a svolgere un ruolo di raccordo delle politiche sul credito, facendosi portavoce delle istanze delle imprese e delle Associazioni. E' importante quindi istituzionalizzare un tavolo sul credito per proporre e monitorare miglioramenti al sistema di relazione banca – impresa.
I Consorzi di garanzia collettiva fidi potranno continuare a svolgere un ruolo importante come facilitatori dell'accesso al credito delle aziende di minori dimensioni. Il sistema della garanzia è, infatti, soggetto da alcuni anni a un forte processo evolutivo e le azioni delle Camere di commercio si sono evolute nel tempo per permettere agli organismi di garanzia di affrontare al meglio tali cambiamenti. In definitiva non si può prescindere oggi da una "Visione" che chiama in causa un sistema integrato di garanzia dove operatori pubblici e privati lavorano insieme in sinergia per raggiungere l'obiettivo primario di favorire l'accesso al credito delle micro, piccole e medie imprese.
L'Ente camerale intende quindi attivarsi, per i prossimi anni, per la crescita ed il rafforzamento dei Consorzi di garanzia fidi perché ciò consente di potenziare gli strumenti di garanzia a favore delle imprese e di avvalersi della competenza dei Confidi circa la valutazione del merito creditizio delle imprese stesse.
Risulta importante, quindi, programmare degli interventi a supporto dei Confidi per integrare e rafforzare la loro azione a favore del maggior numero possibile di aziende, al fine dello sviluppo e della loro capitalizzazione in prospettiva dell'applicazione delle nuove regole per l'accesso al credito (ad esempio Basilea 3).
La Camera di commercio dovrà anche attivarsi per realizzare attività di prevenzione e contrasto del racket antiusura.

OBIETTIVO STRATEGICO:
Migliorare l'accesso al credito delle Pmi rafforzando il sistema di garanzia e la cooperazione con il sistema bancario e con le altre Istituzioni del territorio
Iniziative operative e Strumenti:
Progetti per facilitare l'accesso al credito delle PMI, per il sostegno dei Confidi e di convenzioni con Banche e Confidi

2.2
Sviluppo imprenditoriale

La competitività e la capacità delle PMI di far fronte alle nuove sfide del mercato presuppongono la costituzione di nuovi modelli organizzativi, sempre più ispirati a processi di aggregazione tra imprese. Si sta consolidando l'idea che la rete, in condizioni di elevata complessità, possa essere un motore di innovazione poiché favorisce legami in grado di integrare conoscenze e capacità di partners diversi.
La Camera di commercio si impegnerà fortemente nelle iniziative di valorizzazione dei progetti di collaborazione e aggregazione tra le imprese e svolgerà un'azione di supporto alle iniziative delle filiere produttive presenti sul territorio, compresi i distretti industriali e i sistemi produttivi locali.
Proseguiranno le attività poste in essere dal Comitato per la promozione dell'imprenditorialità femminile, ormai una realtà nota e consolidata che sarà soggetta ad un'azione di rilancio e sarà prestata attenzione al sostegno dell'impresa sociale, uno dei 'fenomeni' imprenditoriali di maggiore rilievo di questi tempi, posto alla convergenza, da una parte, del declino del welfare e, dall'altra, dal delinearsi di un concetto del fare impresa inclusivo, fondato su capitale sociale e relazionalità. Verrà prestata attenzione altresì alla realizzazione di servizi per l'avvio delle imprese giovanili.
Verranno altresì valorizzate le cosiddette start-up innovative, per le quali è stato emanato un corpus normativo organico che delinea l'intero ciclo di vita di questo nuovo modello di impresa, dalla nascita alla fase di sviluppo, fino alla sua eventuale chiusura. Si tratta di un nuovo strumento di politica economica per la crescita e la creazione di occupazione, in particolare

OBIETTIVO STRATEGICO:
Favorire la nascita di nuove imprese, con particolare attenzione alle imprese giovanili e innovative
Iniziative operative e Strumenti:
Creazione di strumenti per l'orientamento, l'accoglienza, l'informazione, l'assistenza per gli aspiranti imprenditori e per la nascita delle start-up innovative

OBIETTIVO STRATEGICO:
Promozione imprenditoria femminile
Iniziative operative e Strumenti:
Comitato per lo sviluppo dell'imprenditorialità femminile

giovanile , che prevede un ruolo ed un particolare impegno delle Camere di commercio per la creazione di un “ecosistema” a loro favorevole.
L’Ente camerale metterà in atto linee di azione volte in particolare a progettare una strategia di promozione mirata, originale e riconoscibile per affermare i prodotti e la cultura alimentare del nostro territorio integrando le filiere agro-alimentari sulla base di progetti condivisi dagli operatori e dagli attori locali.
In tale quadro, un altro settore da seguire con attenzione è quello delle Costruzioni costituito da imprese edili, aziende che producono materiali da costruzioni e tutto quanto ad esse collegato, che possono costituire il terreno ideale su cui attivare proposte di reti di impresa, considerando che questo tipo di aziende si integrano reciprocamente.

OBIETTIVO STRATEGICO:
Promozione imprese sociali
Iniziative operative e Strumenti:
Costituzione Comitato per l'imprenditorialità sociale e il microcredito

OBIETTIVO STRATEGICO:
Sostegno delle Reti di impresa, Distretti industriali e Sistemi produttivi locali
Iniziative operative e Strumenti:
Iniziative per lo sviluppo delle Reti di impresa, dei Distretti industriali e dei Sistemi produttivi locali, Contributi per la partecipazione a fiere

2.3
Innovazione

Gli strumenti per affrontare la crisi e prepararsi al rilancio dell'economia e della produzione annotano ai primissimi posti la cultura della innovazione, della ricerca e del trasferimento tecnologico.
Gli impegni dell'Ente saranno, pertanto, più consistenti da un punto di vista economico e maggiormente efficaci nei contenuti e nelle capacità di relazionarsi con i principali attori dell'innovazione assumendo, di concerto con i rappresentanti delle imprese, un ruolo di indirizzo e stimolo sia nei confronti dei centri di innovazione e ricerca sia nel mondo produttivo delle PMI, favorendo anche nuove occasioni di partnership fra piccole, medie e grandi imprese.
Un altro obiettivo dell'azione camerale sarà quello di rendere le imprese più competitive contribuendo, attraverso attività di assistenza e formazione, ad ampliare e migliorare le conoscenze tecniche e manageriali in materia di Proprietà Industriale mediante il potenziamento e la qualificazione dei servizi offerti in materia di Brevetti e Marchi, nonché avviando un centro PIP (Patent Information Point) finalizzato all'assistenza specialistica sul sistema di tutela della proprietà industriale, con l'obiettivo di valorizzare e sostenere la capacità innovativa e competitiva delle PMI del territorio.
Verranno attivati progetti in collaborazione con Università e Parchi scientifici e tecnologici.

OBIETTIVO STRATEGICO:
Diffondere la cultura dell'innovazione, della ricerca e del trasferimento tecnologico quali strumenti di competitività delle PMI
Iniziative operative e Strumenti:
Tutela della proprietà intellettuale (Marchi e brevetti, istituzione del PIP), Sostegno dei progetti di innovazione delle imprese

OBIETTIVO STRATEGICO:
Favorire l'interazione delle PMI con strutture qualificate quali Centri di Ricerca e Università.
Iniziative operative e Strumenti:
Progetti con Università e Parchi scientifici e tecnologici

2.4
Formazione

La formazione attraversa un momento di grandi trasformazioni determinate dalla crisi finanziaria da un lato e dall'altro dall'acquisizione di nuovi approcci e di nuove modalità attuative alla ricerca di una sempre maggiore efficacia ed economicità. In questo quadro la Camera di Commercio, anche attraverso Innova, la sua Azienda Speciale Servizi e Formazione, vuole svolgere un ruolo centrale per valorizzare il capitale umano delle imprese, migliorare il raccordo tra imprese e sistemi formativi e facilitare l'occupazione attraverso l'orientamento anche all'autoimprenditorialità.
La Camera di Commercio, attraverso Innova, vuole predisporre opportunità formative eccellenti a servizio dell'intero mondo imprenditoriale della provincia di Frosinone promuovendo attività di formazione e aggiornamento delle competenze (ad esempio Lifelong learning, Leonardo, etc.) e sostenendo il rilancio dei distretti industriali e della competitività, specialmente per quanto concerne le politiche finalizzate allo sviluppo tecnologico.
Saranno, inoltre, potenziate le attività di formazione continua, rivolte a dipendenti di impresa grazie all'accesso a forme di finanziamento quali i fondi interprofessionali, anche in ragione degli ottimi risultati raggiunti in questo campo negli ultimi anni. Particolare attenzione verrà posta anche per le esigenze di aggiornamento e formazione degli imprenditori.
Per diffondere la cultura d'impresa e avvicinare le nuove generazioni al mondo del lavoro verranno potenziati i progetti di "alternanza scuola lavoro". Per tale attività viene previsto di implementare quanto già svolto, anche mediante la partecipazione a progetti

OBIETTIVO STRATEGICO:
Aumentare il livello di competitività delle imprese attraverso lo sviluppo di capitale umano
Iniziative operative e Strumenti:
Potenziamento delle attività di formazione continua rivolte a dipendenti di impresa, Strumenti di sostegno alle attività di formazione e aggiornamento delle competenze (ad esempio Lifelong learning, Leonardo, etc.), Accrescere le competenze gestionali e imprenditoriali

OBIETTIVO STRATEGICO:
Diffondere la cultura d'impresa e avvicinare le nuove generazioni al mondo del lavoro
Iniziative operative e Strumenti:
Progetti di "alternanza scuola lavoro", orientamento, stage, tirocini e laboratori d'impresa, Istruzione Tecnica Superiore (ITS), Rilancio dell'Apprendistato

comunitari volti a organizzare attività di orientamento, stage, tirocini e laboratori d'impresa. Particolare attenzione verrà prestata al tema dell'Istruzione Tecnica Superiore (ITS). Si proseguirà nella proposizione e realizzazione di iniziative di formazione post universitaria (master ecc.), realizzate in partnership con le Istituzioni di alta formazione e sulla base delle esigenze formative espresse dalle imprese.
Si proseguirà nell'impegno per la formazione dei giovani in apprendistato valorizzando l'accreditamento ottenuto da Innova presso la Regione Lazio per l'erogazione di corsi di formazione per apprendisti.
Una specifica offerta verrà riservata alla formazione in ambito di artigianato artistico e di mestieri tradizionali.

2.5
Internazionalizzazione

Il Programma Pluriennale delle attività della Camera di commercio di Frosinone e gli indirizzi strategici in esso contenuti intendono assicurare continuità alle attività di promozione internazionale a sostegno del Made in Italy e delle imprese della provincia di Frosinone.
La Camera svolgerà le attività nel settore dell'internazionalizzazione avvalendosi dall'Azienda speciale Aspin, nonché delle altre strutture interne, con particolare riferimento a quelle preposte alla gestione delle attività amministrative a supporto del commercio estero. L'obiettivo di lungo termine è quello di supportare le imprese in un momento storico in cui lo sviluppo sui mercati esteri rappresenta un percorso indispensabile per l'imprenditoria locale ed italiana. La stagnazione del mercato interno e i grandi mutamenti in atto nel commercio internazionale, con l'ampliamento delle aree geografiche e lo spostamento delle direttrici di crescita verso i mercati emergenti, richiedono interventi forti e mirati. Il Programma si inserisce in un disegno complessivo della rete camerale che potenzia il sistema locale di supporto all'internazionalizzazione generando, un maggior coinvolgimento delle istituzioni regionali e nazionali. Ne deriva un piano armonico con gli orientamenti strategici di carattere regionale e nazionale ma al contempo perfettamente tarato sull'articolato tessuto imprenditoriale di piccole e medie imprese della provincia di Frosinone.
Gli obiettivi del piano risiedono nel favorire l'incremento del fatturato estero delle imprese; aumentare la loro competitività e le loro competenze commerciali; stimolare la crescita attraverso l'aggregazione.

Attraverso le azioni di sensibilizzazione, informazione e fornitura dei servizi specialistici sui intende aumentare il numero delle nuove imprese esportatrici e consolidare ed incrementare i volumi di quelle che già esportano. La Camera di commercio nei prossimi anni sarà inoltre impegnata nella promozione dell'internazionalizzazione delle piccole e medie imprese anche attraverso interventi basati sulla cultura dell'aggregazione e della promozione dei contratti di rete di impresa. La sfida della competizione internazionale si baserà sempre di più anche sulla capacità delle imprese di rinnovarsi. Saranno elementi vincenti: l'innovazione, la creatività, la progettazione di soluzioni innovative e moderne che racchiudano al contempo sostenibilità, efficacia ed efficienza. Nella sua Programmazione pluriennale la Camera di commercio di Frosinone intende supportare le imprese locali in un percorso di crescita e sviluppo basato sulla innovazione ed il trasferimento tecnologico, al fine di potenziare la forza competitiva del tessuto produttivo locale sui mercati internazionali. Lo sviluppo di nuovi prodotti e/o processi, oltre alla diversificazione di produzione necessaria per riposizionarsi sui mercati esteri, saranno al centro delle politiche di rafforzamento internazionale delle imprese locali. Il sistema camerale, infatti, si basa su una strategia di interconnessione tra le Camere e le altre strutture, un vero e proprio network di sistema che va integrandosi sempre più.
Una rete che si estende anche all'estero grazie alla presenza delle Camere italiane all'estero.
Verranno inoltre sviluppati interventi di assistenza tecnica, specialistica e di formazione.

OBIETTIVO STRATEGICO:
Promuovere l'internazionalizzazione del territorio e la competitività delle imprese sui mercati esteri, aumentare il numero delle nuove imprese esportatrici
Iniziative operative e Strumenti:
Azioni per la promozione delle specificità settoriali, Coordinare le attività locali con gli indirizzi strategici di sistema nazionale e regionale

OBIETTIVO STRATEGICO:
Potenziare le leve per la competizione internazionale e stimolare la crescita delle imprese attraverso l'aggregazione
Iniziative operative e Strumenti:
Iniziative di sostegno delle Reti di impresa sui mercati internazionali, Progetti di innovazione e design per l'impresa internazionale

OBIETTIVO STRATEGICO:
Riaffermare fortemente sui territori il ruolo della Camera di commercio quale "casello d'entrata" delle imprese sui mercati internazionali
Iniziative operative e Strumenti:
Sviluppo di uno sportello per l'internazionalizzazione: servizi di informazione, certificazione, assistenza tecnica specialistica e di formazione

Il Territorio

Competitività e attrattività del territorio

Il terzo ambito di intervento riguarda strategie rivolte principalmente allo sviluppo del Territorio e sarà caratterizzato da azioni di marketing territoriale finalizzate all'attrazione degli investimenti mediante il miglioramento della qualità della vita e del territorio, con una gestione intelligente della dimensione urbana. Iniziative finalizzate ad un ammodernamento del territorio attraverso una gestione integrata, anche nella declinazione digitale, delle realtà urbane (Smart cities) e degli insediamenti produttivi, commerciali e delle aree di interesse turistico. Ciò anche in sinergia con Università, Centri di ricerca e di Alta formazione, con l'obiettivo di connettere arte, storia, cultura, turismo, tecnologia, tradizione e modernità.
Promuovere la qualità e la tracciabilità delle filiere del made in Italy, valorizzando i distretti produttivi e rafforzando i legami tra turismo, cultura e saperi tradizionali costituisce un altro obiettivo strategico dell'Ente. In particolare si lavorerà sulla filiera del Turismo per una valorizzazione del territorio e del suo patrimonio nell'ottica della promozione integrata delle leve attrattive turistiche provinciali, consolidando e sviluppando al contempo la sinergia tra attori istituzionali e tra questi e i privati. Alla valorizzazione delle tante produzioni dovrà essere dedicato il massimo impegno, non derogando mai ai principi della qualità ed alle regole della tracciabilità, uniche barriere protettive grazie alle quali le eccellenze enogastronomiche e artigianali potranno essere difese e sostenute.

Se è vero che la sostenibilità è oggi al centro del "fare competizione" per molti Territori, per la provincia di Frosinone essa deve trovare i suoi punti di forza nei valori della qualità, dell'innovazione, dell'eco-efficienza e dell'ambiente. Si tratta di una sfida già raccolta in pieno da molte imprese – non solo nell'agricoltura e nell'industria, ma sempre più anche nel terziario - per le quali investire oggi nel green significa anche riconvertire l'offerta di prodotti e servizi per soddisfare nuove fasce di clientela. Una logica che sta portando alla nascita di vere e proprie "filiere verdi" a più forte presenza di piccole e piccolissime aziende, nella bioedilizia come nel turismo sostenibile e nell'agricoltura di qualità.
In tale ambito l'impegno della Camera di Commercio si esplicherà attraverso iniziative di sostegno della cultura della green economy e della produzione di energia, riqualificazione e valorizzazione dell'ambiente, in particolare per lo sviluppo di produzioni agricole energetiche nelle aree a più forte impatto industriale.
Riguardo l'ampio tema delle infrastrutture, immateriali e materiali, l'impegno dell'Ente sarà operativo su più fronti perché l'efficienza di questo settore rappresenta la garanzia dello scambio e della libera circolazione per tutti (individui, capitali, merci).
Quanto alle infrastrutture materiali, una delle maggiori risultanti degli investimenti diretti dell'Ente e segno più consistente della restituzione al territorio di quanto la Camera riceve, si proseguirà nella partecipa-

zione attiva al processo di sostegno di progetti strategici.
La Camera di commercio intende esprimere una vera a propria politica infrastrutturale, capace di generare una progettualità 'mirata', pensata per cogliere opportunità ed economie di dimensione proprie dell'area vasta e per ridurre la perifericità del territorio sui cui interviene.
La Camera di commercio intende poi sostenere fortemente iniziative e funzioni per lo sviluppo delle infrastrutture immateriali, finalizzate ad un corretto sviluppo delle attività economiche.

3.1
Marketing territoriale

La Camera vuole promuovere il territorio valorizzandone, in maniera integrata, le migliori risorse, tutelandone l'identità socioculturale, confrontandosi con tutti gli attori pubblici e privati, con il mondo delle imprese ma anche con quello della cultura, trasformando le criticità in opportunità di crescita, rivolgendo uno sguardo agli scenari futuri, guidando la transizione verso la modernità e raccogliendo la sfida della competitività.
Anche in materia di promozione del territorio, delle sue aziende e dei suoi prodotti, la Camera di Commercio di Frosinone intende improntare le sue azioni a un netto e deciso miglioramento della competitività del sistema economico locale nel suo insieme. È proprio la competitività, infatti, la sfida delle sfide, il vero tema portante, il confine tra in e out, l'anello di congiunzione delle scelte politiche e amministrative, l'obiettivo trasversale di tutte le policies dell'Ente.
E per raggiungere tale obiettivo si dovrà necessariamente continuare a esercitare il ruolo di leadership e di coordinamento per l'indirizzo e lo sviluppo socioeconomico della provincia, secondo una prospettiva ampia e condivisa e attraverso un adeguato programma di piena valorizzazione e mirata comunicazione del territorio.
La Camera di Commercio assume come obiettivo di medio periodo quello di migliorare la qualità della vita e del territorio attraverso una gestione intelligente della dimensione urbana.
Gli sforzi si concentreranno nel creare le condizioni per sviluppare progetti di innovazio-

ne applicati ai territori in grado di produrre effetti positivi sull'offerta dei servizi innovativi ai cittadini e alle imprese e far diventare il territorio provinciale più appetibile a nuovi investimenti.
L'Ente sarà impegnato ad avvicinare i comuni della provincia di Frosinone al modello di sviluppo delle "smart cities", generando le conoscenze e le esperienze necessarie per attuare tale modello di sviluppo in contesti urbani di dimensione media e piccola.
Le iniziative saranno finalizzate allo stimolo, sperimentazione e implementazione di un complesso organico di iniziative e progetti, ben calibrati sulla dimensione medio piccola delle città della provincia di Frosinone. Tali iniziative e progetti diverranno un volano per lo sviluppo sostenibile e il rafforzamento della competitività del territorio coinvolto, favorendo la maturazione di competenze tecnologiche, gestionali, ambientali e organizzative.
Facendo riferimento alla esperienza già avviata da Ciociaria Sviluppo per l'implementazione di una piattaforma di servizi, la Camera di Commercio diventerà un laboratorio di sviluppo di competenze eccellenti negli ambiti rilevanti per lo sviluppo "smart" diffuso sul territorio.
Particolare attenzione verrà prestata nel promuovere iniziative che mettano a sistema e rendano maggiormente visibili i servizi di e-gov offerti dalle Pubbliche amministrazioni provinciali e i servizi e-business delle imprese superando l'attuale frammentazione e sovrapposizione di siti internet e portali.
Per attrarre nuovi investimenti sul territorio si attiveranno iniziative per valorizzare e recuperare siti urbani per insediamenti commerciali e turistici nonché per riutilizzare i siti industriali.

OBIETTIVO STRATEGICO:
Attrazione degli investimenti mediante il miglioramento della qualità della vita e del territorio con una gestione intelligente della dimensione urbana
Iniziative operative e Strumenti:
Smart city, Recupero dei siti urbani per insediamenti commerciali e turistici (albergo diffuso e distretto commerciale), Portale Unico della Ciociaria e altri progetti di marketing territoriale, anche in sinergia con Università, Centri di ricerca e di Alta formazione, per connettere arte, storia, cultura, tradizione, turismo, tecnologia e modernità, Recupero siti industriali

3.2
Filiera del turismo e valorizzazione integrata del territorio

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

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

OBIETTIVO STRATEGICO:
Valorizzare e promuovere in un'ottica integrata le leve attrattive del turismo provinciale consolidando e sviluppando al contempo la sinergia tra attori istituzionali e tra questi e i privati,
Iniziative operative e Strumenti:
Valorizzazione delle potenzialità turistiche - Turismo termale, religioso, culturale (Progetto Medioevo in Ciociaria, ecc), Iniziative per la qualificazione dell'offerta ricettiva, Animazione del territorio mediante il sostegno di eventi selezionati che abbiano risonanza nazionale, Politiche di alleanza con i grandi attrattori di prossimità

OBIETTIVO STRATEGICO:
Valorizzazione del patrimonio locale
Iniziative operative e Strumenti:
Iniziative di valorizzazione del patrimonio architettonico e artistico con la piena integrazione tra turismo, produzioni tipiche, artigianato artistico, enogastronomia, paesaggio (partecipazione a fiere ecc.)

reddito, occupazione e benessere.
A tale riguardo, un ambito dell'offerta locale su cui concentrare l'attenzione strategica e progettuale è quello turistico. La Camera di Commercio di Frosinone sosterrà la sua azione puntando a definire/ridefinire l'identità turistica della Ciociaria migliorandone la riconoscibilità sul mercato turistico e sostenendo ogni iniziativa atta a riqualificare l'offerta territoriale. E lo farà valorizzando al meglio il ricchissimo patrimonio locale, assecondando di volta in volta le diverse vocazioni, secondo un modello funzionale a uno sviluppo sostenibile, capace di rispettare la logica della promozione integrata e dei turismi plurimi (turismo culturale, enogastronomico, sportivo, religioso, sociale, scolastico, congressuale, naturalistico, leisure, ecc.).
Analogamente al rafforzamento dell'immagine complessiva del territorio verranno attivate azioni per migliorare l'offerta delle strutture ricettive anche attraverso la diffusione nella provincia dei sistemi di qualificazione con marchi nazionali promossi dalla rete camerale.
Verranno individuate azioni di animazione del territorio mediante il sostegno di eventi selezionati che abbiano risonanza nazionale ed attivate politiche di alleanza con i grandi attrattori di prossimità.

3.3
Valorizzazioni delle produzioni locali

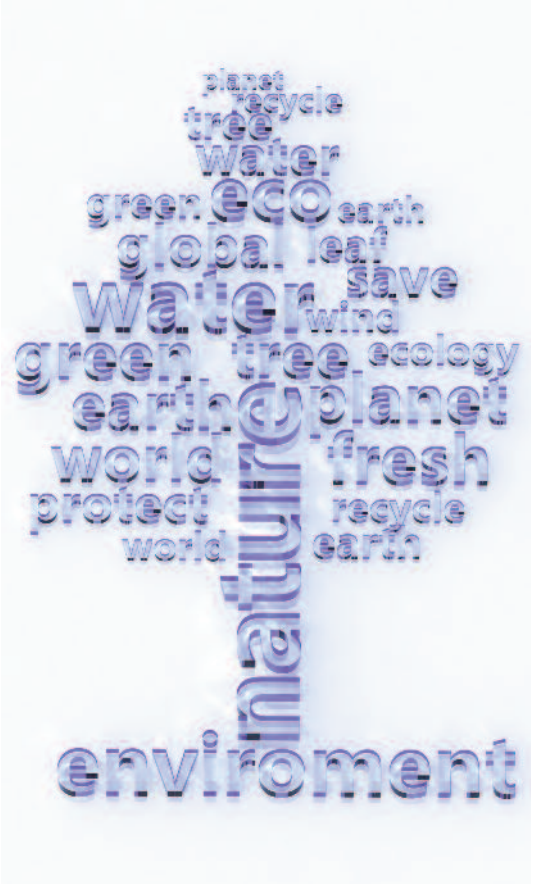
Un focus particolare nell'ambito degli interventi di promozione territoriale sarà riservato alla valorizzazione delle produzioni agroalimentari, artigianali e tipiche di qualità. Tali elementi - veri e propri attrattori - oltre a generare ricchezza, potranno rappresentare elementi trasversali utili anche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

OBIETTIVO STRATEGICO:
Valorizzazione delle eccellenze enogastronomiche ed artigianali
Iniziative operative e Strumenti:
Progetti finalizzati (filiera corta, progetto di tutela della biodiversità, ecc.)

OBIETTIVO STRATEGICO:
Valorizzare le produzioni tipiche e i prodotti a Denominazione di Origine
Iniziative operative e Strumenti:
Potenziamento delle funzioni di Ente di controllo per le produzioni agroalimentari a denominazione di origine, Progetto Sala Panel, Promozione prodotti tipici presso attività ricettive

3.4
Green economy

La sostenibilità è oggi al Centro del "fare competizione" tra i territori. È questa l'interpretazione della green economy, che trova i suoi punti di forza nei valori della qualità, dell'innovazione, dell'eco-efficienza e dell'ambiente. Si tratta di una sfida già raccolta in pieno da molte imprese – non solo nell'agricoltura e nell'industria, ma sempre più anche nel terziario - per le quali investire oggi nel green significa anche riconvertire l'offerta di prodotti e servizi per soddisfare nuove fasce di clientela. Una logica che può portare alla nascita di vere e proprie "filiere verdi" a più forte presenza di piccole e piccolissime aziende, nella bioedilizia come nel turismo sostenibile e nell'agricoltura di qualità. Un territorio come quello di Frosinone ha bisogno più di altri di concentrare gli sforzi per diffondere nelle imprese questa cultura di sviluppo rispettosa dell'ambiente, in grado di creare nuovi spazi competitività per le imprese e al tempo stesso nuove opportunità occupazionali. L'azione della Camera si concentrerà su iniziative di promozione finalizzate alla produzione di energia, riqualificazione e valorizzazione dell'ambiente, con particolare riferimento alle produzioni agricole energetiche anche per risanare le aree a più forte impatto industriale.



OBIETTIVO STRATEGICO:
Produzione di energia, riqualificazione e valorizzazione dell'ambiente
Iniziative operative e Strumenti:
Sostegno delle iniziative finalizzate alle produzioni agricole energetiche nella Valle del Sacco, Promozione della cultura della green economy

3.5
Infrastrutture

Riguardo l'ampio tema delle infrastrutture, immateriali e materiali, l'impegno dell'Ente sarà operativo su più fronti perché l'efficienza di questo settore rappresenta la garanzia dello scambio e della libera circolazione per tutti (individui, capitali, merci).
Quanto alle infrastrutture materiali, una delle maggiori risultanti degli investimenti diretti dell'Ente e segno più consistente della restituzione al territorio di quanto la Camera riceve, si proseguirà nella partecipazione attiva al processo di sostegno di progetti strategici.
Si tratta di un ambito nel quale la Camera di Commercio ha investito molto in questi anni, con iniziative progettuali e politiche, al fianco delle altre istituzioni ed organizzazioni territoriali, con la partecipazione in enti di gestione di infrastrutture a rilevante interesse economico, a cominciare dal sistema dei trasporti. Il piano per la realizzazione dell'Aeroporto di Frosinone è stata una delle principali priorità per lo sviluppo locale e l'ingresso nel capitale della Società costituita per la sua realizzazione testimonia l'importanza che la struttura riveste per la Camera.
L'attenzione è stata poi posta al progetto della Società Interporto Frosinone Spa, per la realizzazione di un Centro intermodale di ricezione, custodia, smistamento e convogliamento di merci, materia prime, prodotti finiti. Secondo il criterio dell'integrazione tra i vari modi di trasporto, l'investimento è stato considerato essenziale per la realizzazione di un nodo strategico per lo sviluppo della dimensione produttiva locale.
In questo ambito dovranno essere sempre di più privilegiate scelte di investimento finalizzate allo sviluppo economico del territorio per supportare le imprese nei processi di crescita economica, tali da garantire effetti moltiplicativi e miglioramenti strutturali dell'efficienza del sistema.
Perché questo avvenga, la sfida che l'Ente si pone per i prossimi anni, in primo luogo a sé stesso ed alle associazioni imprenditoriali, quindi alle istituzioni locali e nazionali, sarà quella di concorrere a comprendere la domanda, individuando i nodi critici infrastrutturali, a stabilire le priorità, a definire i progetti con specifici studi di fattibilità, a ricercare e costruire il consenso necessario per la sua attuazione, a individuare le formule e le analisi sulla sostenibilità finanziaria della loro realizzazione.
La Camera di commercio intende esprimere una vera a propria politica infrastrutturale, capace di generare una progettualità 'mirata', pensata per cogliere opportunità ed economie di dimensione proprie dell'area vasta e per ridurre la perifericità del territorio sui cui interviene.
La Camera di commercio intende poi sostenere fortemente iniziative e funzioni per lo sviluppo delle infrastrutture immateriali, finalizzate ad un corretto sviluppo delle attività economiche.
Pertanto l'imperativo dell'Ente sarà il sostegno della competitività del territorio mediante l'ammodernamento della dotazione infrastrutturale, assumendo un ruolo di rilievo nella proposizione di interventi e

nella valutazione progressiva della realizzazione dei progetti in essere.
Le priorità saranno legate alla rimodulazione dei progetti Aeroporto ed Interporto, al miglioramento dei collegamenti della mobilità ferroviaria verso Roma, alla creazione delle interconnessioni del sistema ferroviario per lo sviluppo di un sistema integrato ferro-gomma di trasporto.
Verranno inoltre sostenuti progetti finalizzati alla diffusione della banda larga e allo sviluppo dei servizi ad essa connessi.
L'Ente rileva la necessità e l'urgenza di azzeramento del divario digitale per quanto riguarda la banda larga. Le reti di comunicazione e la loro evoluzione verso capacità e velocità sempre maggiori rappresentano una condizione necessaria, anche se purtroppo non sufficiente, per lo sviluppo e la diffusione di servizi innovativi, con crescenti livelli di integrazione, multimedialità ed interattività.
Su questo tema la Camera sarà impegnata in azioni di stimolo per interventi correttivi sul territorio sia sul lato infrastrutturale che sul lato della catalizzazione della domanda di servizi ad alto valore aggiunto, per la promozione di una maggiore conoscenza delle opportunità di business e degli incrementi di produttività e di innovazione organizzativa resi disponibili dai servizi abilitati dalla banda larga e ultra larga.

OBIETTIVO STRATEGICO:
Sostenere la competitività del territorio mediante l'ammodernamento della dotazione infrastrutturale assumendo un ruolo di rilievo nella proposizione di interventi e nella valutazione progressiva della realizzazione dei progetti in essere
Iniziative operative e Strumenti:
Rimodulazione progetto Aeroporto (base aeroportuale regionale per scopi commerciali e di protezione civile, con operatività sia per velivoli ad ala fissa che per elicotteri), Rimodulazione progetto Interporto (aree di sosta e di servizi per il sistema dell'autotrasporto); collegamento diretto con il sistema ferroviario per lo sviluppo di un sistema integrato ferro-gomma di trasporto (Autostrada viaggiante), Banda larga, Miglioramento della mobilità delle persone nei collegamenti con Roma