

# Rel azione Previsional e e Programmatica 2013

---



## **Noi le Imprese e il Territorio**

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

*Rel azione Previsional e e Programmatica  
anno 2013*

<b>PREMESSA</b>	<b>3</b>
<hr/>	
<b>IL CONTESTO DI RIFERIMENTO</b>	<b>4</b>
<hr/>	
<b>IL QUADRO SOCIO -ECONOMICO DELLA PROVINCIA</b>	<b>4</b>
<b>IL QUADRO NORMATIVO EL 'ADEGUAMENTO AL CAMBIAMENTO ISTITUZIONALE</b>	<b>16</b>
<b>RISORSE UMANE, ECONOMICHE E FINANZIARIE</b>	<b>17</b>
<b>PARTECIPAZIONI STRATEGICHE E DI SISTEMA</b>	<b>22</b>
<b>LA MISSION</b>	<b>24</b>
<b>LE PRIORITÀ DELL 'AZIONE CAMERALE</b>	<b>25</b>
<b>LA MAPPA DELLE INIZIATIVE PROGRAMMATICHE 2013</b>	<b>27</b>
<b>IL PROGRAMMA 2013</b>	<b>30</b>
<hr/>	
<b>1. NOI - EFFICIENZA ED ECONOMICITÀ DEI SERVIZI E RAFFORZAMENTO DELLE RELAZIONI ISTITUZIONALI</b>	<b>30</b>
1.1 SERVIZI AMMINISTRATIVI ALL'IMPRESA	31
1.2 REGOLAZIONE DEL MERCATO E TUTELA DEL CONSUMATORE	33
1.3 STUDI E RICERCHE ECONOMICHE	35
1.4 SVILUPPO ORGANIZZATIVO	36
1.5 COMUNICAZIONE E RELAZIONI ISTITUZIONALI	38
<b>2. LE IMPRESE - COMPETITIVITÀ E PRODUTTIVITÀ DELLE IMPRESE</b>	<b>39</b>
2.1 CREDITO	40
2.2 SVILUPPO IMPRENDITORIALE	41
2.3 INNOVAZIONE	43
2.4 FORMAZIONE	44
2.5 INTERNAZIONALIZZAZIONE	49
<b>3. IL TERRITORIO - COMPETITIVITÀ E ATTRATTIVITÀ DEL TERRITORIO</b>	<b>56</b>
3.1 MARKETING TERRITORIALE	57
3.2 FILIERA DEL TURISMO E VALORIZZAZIONE INTEGRATA DEL TERRITORIO	58
3.3 VALORIZZAZIONI DELLE PRODUZIONI LOCALI	59
3.4 GREEN ECONOMY	60
3.5 INFRASTRUTTURE	61

## **PREMESSA**

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

La presente Relazione Previsionale e Programmatica, prende origine dal Programma Pluriennale dell'Ente camerale 2012-2017 e riporta i programmi che verranno attuati nel corso dell'anno 2013.

In un quadro di incertezze istituzionali, normative e soprattutto nella prospettiva di dover affrontare un anno ancora denso di difficoltà economiche, la Camera di Commercio con determinazione di intervento sul tessuto economico locale si pone l'obiettivo di sostenere misure incisive per l'ammodernamento del territorio e del sistema imprenditoriale, indirizzando la propria azione verso una forte accelerazione per la diffusione del digitale e per una riduzione delle distanze delle imprese e del cittadino rispetto alla Pubblica Amministrazione, impegnandosi ad essere Istituzione di riferimento anche per gli altri Enti ed Organismi territoriali.

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

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

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*

#### I 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

##### *I fattori ostativi alla crescita*

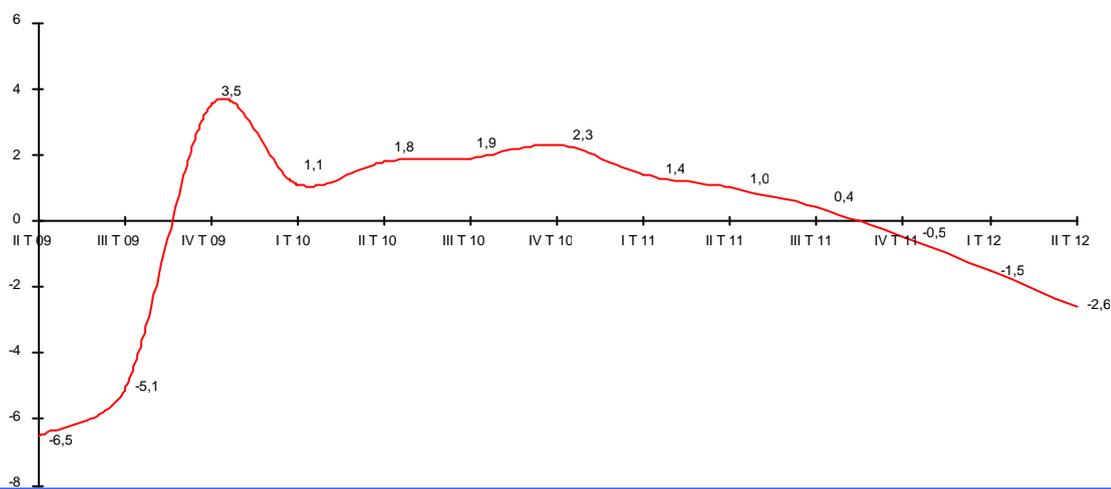
*I numeri  
della recessione*

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

## II L'ECONOMIA FRUSINATE NEL 2011 - 2012

*La competitività del sistema produttivo locale passa attraverso la crescita patrimoniale-organizzativa del tessuto produttivo...*

Nel 2010, mentre il Pil a prezzi di mercato cresce a livello nazionale dell'1,9% (Lazio: +1,6%), la provincia di 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,

*Si riduce il deterioramento della qualità del credito a livello locale*

*Ancora elevato il costo del denaro per le imprese...*

*...tuttavia, sono proprio le imprese i principali destinatari dell'erogazione bancaria*

*Aumenta il disagio occupazionale*

*A fare le spese della crisi del mercato del lavoro sono soprattutto le donne*

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%).

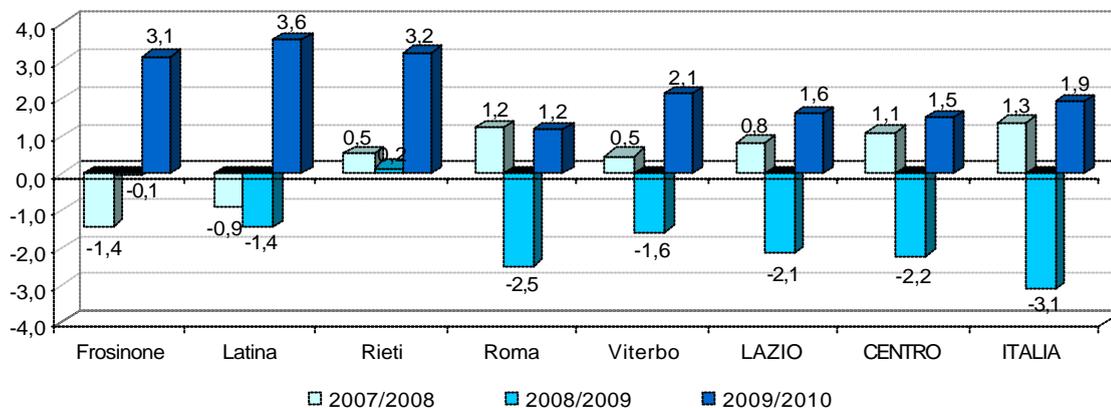
La crescita del prodotto, sostenuta da un sistema produttivo più competitivo rispetto ad altre realtà provinciali, si accompagna, tuttavia, ad alcune zone d'ombra.

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 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.

**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 %)**



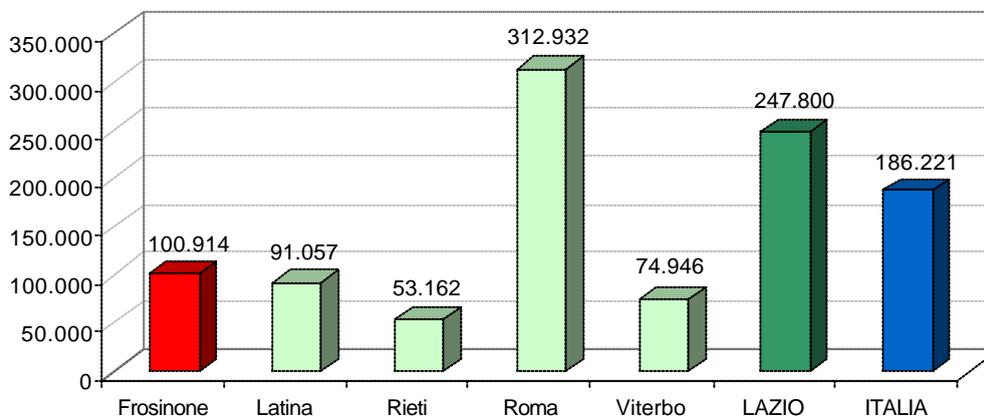
Fonte: Unioncamere - Istituto G. Tagliacarne

**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
<b>Diff. Frosinone/ITALIA</b>	<b>-0,84</b>	<b>1,06</b>	<b>1,93</b>

\* Categoria di censimento della Centrale dei Rischi nella quale confluiscono le aperture di credito in conto corrente (es. fidi)  
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

Analizzando l'evoluzione complessiva del Pil nel triennio 2008-2010, è possibile osservare come il sistema economico della provincia di

## Il contributo dei settori

Frosinone abbia realizzato performance migliori sia rispetto alle altre realtà provinciali del Lazio che al resto del Paese.

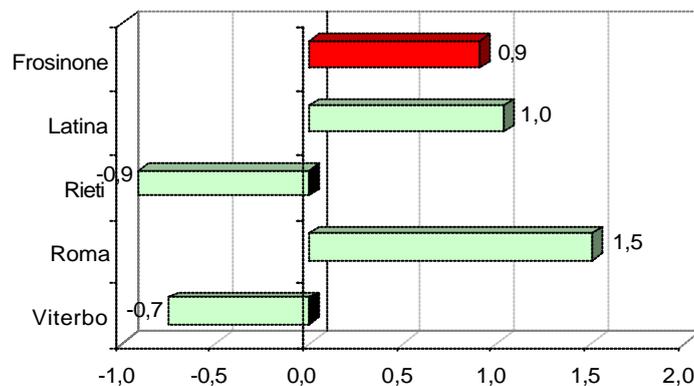
Dal punto di vista della creazione della ricchezza, il dettaglio settoriale esalta la vocazione industriale del frusinate con un settore manifatturiero che incide sulla formazione del valore aggiunto provinciale con una quota pari al 18,1%, in linea con il dato nazionale (18,8%), ma superiore a quello 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 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

*Un trend evolutivo positivo per il Pil pro capite che tuttavia permane al di sotto della media regionale e nazionale*

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 ricchezza delle famiglie*

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%).

*La spesa pro capite nel frusinate si accresce in misura maggiore*

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.

**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)		
<b>Frosinone</b>	<b>61</b>	<b>23.584</b>	<b>91,7</b>	<b>5</b>	<b>2,6</b>
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)		
<b>Frosinone</b>	<b>68</b>	<b>311.085</b>	<b>82,1</b>	<b>-1</b>	<b>-2,4</b>
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

#### *Il sistema infrastrutturale*

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 esercitare 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.

#### *Integrazione delle filiere e networking*

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
<b>Frosinone</b>	<b>199,9</b>	<b>57,7</b>	<b>0,0</b>	<b>29,8</b>	<b>59,1</b>	<b>70,5</b>
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
<b>Frosinone</b>	<b>69,8</b>	<b>91,1</b>	<b>90,9</b>	<b>75,0</b>	<b>74,4</b>	<b>82,7</b>
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
	<b>Indice di internazionalizzazione turistica (arrivi stranieri / totale arrivi)</b>		
<b>32</b>	<b>Frosinone</b>	<b>39,3</b>	<b>ITALIA 44,3</b>
	<b>Indice di permanenza media (presenze / arrivi)</b>		
<b>85</b>	<b>Frosinone</b>	<b>2,6</b>	<b>ITALIA 3,8</b>
	<b>Indice di qualità alberghiera (alberghi 4-5 stelle / totale alberghi)</b>		
<b>93</b>	<b>Frosinone</b>	<b>10,5</b>	<b>ITALIA 16,0</b>
	<b>Indice di concentrazione turistica (arrivi / popolazione)</b>		
<b>66</b>	<b>Frosinone</b>	<b>85,9</b>	<b>ITALIA 163,0</b>

Fonte: Elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati Istat

### III LE POLITICHE POSSIBILI

*Un territorio di frontiera*

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.

*Competitività e marginalizzazione*

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.

*Gli obiettivi auspicabili*

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.

*Le politiche possibili*

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 prestiti 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.

#### *La domanda turistica*

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.

#### *L'eccessiva burocrazia*

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.

#### *Il "sistema dei trasporti"*

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.

## ***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.

Nel corso del 2013 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.

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

## **Risorse umane, economiche e finanziarie**

### **Risorse umane**

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

In realtà, a fronte di tale dotazione organica teorica, al 30 dicembre 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
<b>TOTALI</b>	<b>71</b>	<b>54</b>	<b>- 17</b>

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 Euro 139.728,54 (70% del valore delle

cessazioni avvenute nel corso del 2010, pari ad Euro 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 Euro 27.876,99 (derivanti dall'autorizzazione relativa all'anno 2008), per una spesa complessiva di Euro 167.605,53.

## Risorse economiche e finanziarie

						PROIEZIONI FUTURE					
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Proventi correnti</b>											
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
<b>Oneri correnti</b>											
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 sval.ne 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
<b>RISULTATO ECONOMICO</b>	<b>1.353.660</b>	<b>-1.580.709</b>	<b>203.888</b>	<b>1.245.390</b>	<b>1.369.099</b>	<b>-993.488</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>INVESTIMENTI</b>											
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

In tale tabella 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 complessivamente 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.

## 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.

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

				
SISTEMA CAMERALE	FORMAZIONE	ASSIST. IMPRESE	INFRASTRUTTURE	SERVIZI E TURISMO
Infocamere S.c.p.a.	CAMCOM Universitas Mercatorum S.Cons.R.L.	Palmer S.c.a r.l.	Società Interporto Frosinone S.p.A.	Valle dei Latini S.c.p.a.
Tecnoholding S.p.A.			Aeroporto di Frosinone S.p.A.	
Retecamere S.c.r.l.			Ciociarìa Sviluppo S.c.p.a.	
TecnoService camere			Consorzio Sviluppo Industriale Frosinone	
IC Outsourcing S.c.r.l.			Consorzio Sviluppo Industriale Lazio Meridionale	
Job Camere Srl				

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

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	Euro 17.670.000,00	0,78%
Organizzazione, gestione e potenziamento di strutture immobiliari.	TECNO HOLDING S.P.A./ ROMA	Euro 25.000.000,00	0,52%
Attività di assistenza e consulenza nei settori tecnico -progettuali, direzione di lavori, V.I.A., organizzazione e gestione delle strutture e infrastrutture di interesse comune dei soci.	TECNOSERVICECAMERE S.C.P.A./ROMA	Euro 1.318.941,00	0,22%
Predisposizione, effettuazione e gestione di servizi volti all'immagazzinamento ed alla movimentazione di archivi cartacei; acquisizione ed eleborazione dati.	I.C. OUTSOURCING S.R.L./PADOVA	Euro 372.000,00	0,47%
Somministrazione di lavoro, intermediazione ai sensi dell'art. 2, co. 1, lett. B) del D.Lgs. 276/2003, ricerca e selezione del personale, supporto alla ricollocazione del personale, formazione e addestramento di lavoratori.	JOB CAMERE S.R.L.	Euro 600.000,00	0,47%
Realizzazione e gestione di un interporto (centro intermodale).	SOCIETA' INTERPORTUALE FROSINONE S.P.A.- S.I.F./FROSINONE	Euro 6.366.419,75	9,83%
Progettazione, costruzione e manutenzione del complesso aeroportuale di Frosinone.	AEROPORTO DI FROSINONE S.P.A.- A.D.F./FROSINONE	Euro 5.977.350,00	20,91%
Coordinamento e gestione di attività mirate alla promozione, realizzazione e gestione di programmi di ricerca, sperimentazione collaudo e diffusione nei campi dell'innovazione scientifica, tecnologica e organizzativa.	PARCO SCIENTIFICO E TECNOLOGICO DEL LAZIO MERIDIONALE S.C.A.R.L.- PAL.MER./LATINA	Euro 685.020,00	13,07%
Promozione della crescita del tessuto produttivo del territorio della provincia di frosinone e dell'incremento occupazionale nello stesso.	CIOCIARIA SVILUPPO S.C.P.A./ FROSINONE	Euro 224.780,00	10,00%
Promozione dell'industrializzazione e dell'insediamento di altre attività produttive nelle aree del territorio di competenza.	CONSORZIO PER LO SVILUPPO INDUSTRIALE DEL LAZIO MERIDIONALE - COSILAM/CASSINO (FR)	Euro 95.951,00	4,52%
Consorzio per lo sviluppo industriale frosinone - asi/frosinone	CONSORZIO PER LO SVILUPPO INDUSTRIALE FROSINONE - ASI/FROSINONE	Euro 435.027,00	18,39%
promozione, coordinamento e gestione di tutte le attività dirette alla crescita socio economica, produttiva e occupazionale dell'area coincidente con il territorio del distretto rurale della valle dei latini	DISTRETTO RURALE ED AGROALIMENTARE DELLA VALLE DEI LATINI	Euro 120.000,00	9,80%
Università telematica a distanza abilitata a rilasciare titoli accademici	UNIVERSITAS MERCATORUM S. CONS. R.L.	Euro 324.102,29	0,77%
Sviluppo, coordinamento e realizzazione di attività e di servizi a sostegno dell'azione del sistema delle camere di commercio	RETECAMERE S.C.A.R.L.	Euro 900.000,00	0,06%

## ***La mission***

Attraverso i programmi previsti dalla Relazione Previsionale e Programmatica 2013 la Camera di Commercio di Frosinone dà attuazione alla sua missione dando il proprio contributo alla modernizzazione del sistema istituzionale e alla competitività del tessuto imprenditoriale, agendo direttamente su molte leve sensibili, dall'internazionalizzazione al credito, dalle infrastrutture alla sostenibilità ambientale, dalla semplificazione al presidio delle regole, dall'incremento della produttività per sostenere l'occupazione e lo start up d'impresa all'innovazione, dalla valorizzazione delle risorse umane a una maggiore attenzione al ruolo dei giovani e del sistema scolastico, promuovendo la qualità delle filiere ed il turismo, sviluppando le capacità di lettura ed interpretazione delle esigenze del territorio e mettendo in primo piano la razionalizzazione delle proprie funzioni e l'adeguamento degli assetti organizzativi.

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

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

## ***Le priorità dell'azione camerale***

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

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

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

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.

Sulla base di quanto previsto nel Programma Pluriennale 2012-2017, i programmi presenti nella Relazione Previsionale e Programmatica 2013 poggiano sui pilastri della **competitività**, della **produttività**, e dell'**attrattività del territorio** per il rilancio del sistema produttivo, ed intendono immettere nuove energie per il rilancio del sistema socio-economico locale, favorendo in primo luogo, in quadro di modernità e di sviluppo digitale, l'efficienza ed economicità dei servizi ed il rafforzamento delle relazioni istituzionali, la competitività e produttività delle imprese e competitività e attrattività del territorio.

L'attività programmata si baserà sulle seguenti linee strategiche:

## **LINEE STRATEGICHE**

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

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

## La mappa delle iniziative programmatiche 2013

### NOI

Linee strategiche	Strategie del mandato	Obiettivi del mandato	Strumenti ed Iniziative programmatiche (PP 2012-2017)	Iniziative programmatiche anno 2013	
<b>Efficienza ed economicità dei servizi e rafforzamento delle relazioni istituzionali</b>	Servizi amministrativi all'impresa e al cittadino	Migliorare la qualità, l'efficienza e l'economicità dei servizi camerali	Sviluppo dell'Agenda digitale mediante Digitalizzazione dei procedimenti amministrativi, Dematerializzazione dei documenti, Utilizzo dei pagamenti elettronici, Posta elettronica certificata (iscrizione caselle PEC di tutte le imprese)	- Riorganizzazione delle procedure di pagamento dei servizi da parte dell'utenza con estensione agli strumenti elettronici - Sviluppo iscrizione PEC delle imprese e attivazione del canale PEC-PEC per le comunicazioni alle imprese - Dematerializzazione documentazione interna/esterna mediante maggiore utilizzo dei supporti digitali - Estensione della dotazione della PEC Ufficio ai diversi Servizi - Riorganizzazione e mappatura dei procedimenti amministrativi	
			Migliorare la qualità degli archivi camerali mediante l'aggiornamento e revisione delle banche dati	- Miglioramento della qualità degli archivi camerali con aggiornamento e revisione delle banche dati mediante completamento delle cancellazioni d'ufficio avviate nel periodo 2011-2012 - Conversione d'ufficio dei requisiti professionali per le imprese installatrici di impianti negli edifici civili ed industriali (dalla L. 46/1990 alla nuova disciplina del D.M. 37/2008) - Attivazione di campagna destinata alle imprese iscritte negli ex albi e ruoli (revisione agenti e rappresentanti e agenti di affari in mediazione)	
			Razionalizzazione delle modalità di erogazione dei servizi a sportello	- Razionalizzazione delle modalità di erogazione dei servizi a sportello mediante concentrazione delle attività di front office - Decertificazione. Campagna informativa per l'utilizzo canale VerifichePA per controllo autodichiarazioni	
		Migliorare l'accessibilità ai servizi camerali anagrafico-certificativi e supportare le azioni finalizzate allo sviluppo digitale del territorio	Sportello Unico Attività Produttive (Suap)	- Coordinamento delle attività dei SUAP che hanno affidato, in delega, alla Camera di Commercio il supporto tecnologico dello sportello, ed iniziative per il miglioramento della gestione del servizio.	
			Convenzioni con Associazioni di categoria e sportello telematico decentrato	- Valorizzazione della rete degli sportelli telematici in Convenzione con le Associazioni di categoria.	
	Regolazione del mercato e tutela del consumatore	Promuovere la cultura della mediazione civile volontaria, delegata e da clausole contrattuali, ridurre e/o semplificare il contenzioso tra consumatori e imprese, tra imprese e imprese	Mediazione, Conciliazione e Arbitrato		- Organizzazione corsi base e di aggiornamento per mediatori, e seminari per la diffusione della mediazione volontaria (Innova) - Sviluppo servizi di Mediazione Civile e Conciliazione (Innova) - Iniziative per il miglioramento dei servizi di Arbitrato
				Gestione delle crisi da sovraindebitamento	- Progetto per l'accreditamento dell'Ente camerale quale Organismo per la composizione delle crisi da sovraindebitamento
			Diffondere una cultura della legalità e della trasparenza	Metrologia legale	- Incremento del numero di verifiche presso utenti metrici e potenziamento delle attività di sorveglianza
		Controllo sui prodotti e Tutela del "Made in Italy"		- Potenziamento delle attività di controllo sui prodotti	
		Altre iniziative di tutela del consumatore		- Progetto per la diffusione della cultura della legalità presso le scuole	
		Studi e ricerche economiche	Rafforzare l'utilizzo costante dell'informazione statistica come strumento di analisi e di comprensione dei fenomeni economici e del fabbisogno del territorio, da porre a supporto delle decisioni strategiche	Osservatorio economico	- Realizzazione dell'osservatorio economico e avvio del progetto per la realizzazione dell'osservatorio del commercio
	Osservatorio sul commercio			- Valorizzazione dei dati Excelsior (Innova)	
	Rilevazione dei fabbisogni professionali delle imprese			- Costituzione di un tavolo di analisi territoriale sulle tematiche più rilevanti per la realtà economica locale	
	Sviluppo organizzativo	Ottimizzare il processo di programmazione, valutazione e rendicontazione	Ciclo della performance	- Estensione dell'informatizzazione delle attività connesse alla gestione del Ciclo della Performance per il miglioramento e semplificazione dei monitoraggi e della rendicontazione - Rilevazione della customer satisfaction	
			Trasparenza	- Aggiornamento Piano della trasparenza e presentazione relative iniziative (giornata trasparenza)	
		Sviluppare le risorse umane, economiche, finanziarie e patrimoniali dell'Ente	Valorizzazione delle risorse umane e sviluppo di competenze manageriali, organizzative e tecniche	- Aggiornamento e valorizzazione delle competenze professionali delle risorse umane	
			Iniziative per il Benessere Organizzativo	- Sviluppo di una iniziativa per il miglioramento del Benessere Organizzativo	
			Iniziative per garantire l'integrità	- Avvio di attività organizzative e formative finalizzate a garantire l'integrità prevenendo rischi di fenomeni di corruzione	
			Valorizzare i beni patrimoniali dell'Ente	- Ottimizzazione della gestione del patrimonio immobiliare dell'Ente	
Comunicazione e Relazioni istituzionali	Migliorare la comunicazione e rafforzamento delle relazioni con Istituzioni e altri Organismi del territorio e del Sistema camerale	Migliorare la gestione delle risorse economiche, finanziarie e patrimoniali dell'Ente	- Iniziative per il miglioramento dell'efficienza delle procedure di acquisizione delle risorse economiche e finanziarie dell'Ente		
		Progetto di comunicazione integrata	- Progetto di comunicazione integrata imperniato sull'utilizzo delle tecnologie di rete		
		Costituzione della Consulta dei liberi professionisti	- Costituzione della Consulta dei liberi professionisti		
		Altre iniziative di sviluppo delle relazioni istituzionali	- Altre iniziative di sviluppo delle relazioni istituzionali		

# LE IMPRESE

Linee strategiche	Strategie del mandato	Obiettivi del mandato	Strumenti ed Iniziative programmatiche (PP 2012-2017)	Iniziative programmatiche anno 2013
<b>Competitività e produttività delle imprese</b>	Credito	Migliorare l'accesso al credito delle Pmi rafforzando il sistema di garanzia e la cooperazione con il sistema bancario e con le altre Istituzioni del territorio	Progetti per facilitare l'accesso al credito delle PMI, per il sostegno dei Confidi e di convenzioni con Banche e Confidi	- Iniziative progettuali per facilitare l'accesso al credito delle PMI, per il sostegno dei Confidi e di convenzioni con Banche e Confidi
		Sviluppo imprenditoriale	Favorire la nascita di nuove imprese, con particolare attenzione alle imprese giovanili e innovative	Creazione di strumenti per l'orientamento, l'accoglienza, l'informazione, l'assistenza per gli aspiranti imprenditori e per la nascita delle start-up innovative
	Promuovere l'imprenditoria femminile		Comitato per lo sviluppo dell'imprenditorialità femminile	- Corsi di formazione e stages (di concerto con l'Azienda speciale Innova), e altre iniziative di sostegno all'imprenditorialità femminile
	Promozione imprese sociali		Costituzione Comitato per l'imprenditorialità sociale e il microcredito	- Costituzione Comitato per l'imprenditorialità sociale e il microcredito
	Sostenere le Reti di impresa, Distretti industriali e Sistemi produttivi locali, ed altre iniziative imprenditoriali		Iniziative per lo sviluppo delle Reti di impresa, dei Distretti industriali e dei Sistemi produttivi locali Contributi per la partecipazione a fiere	- Sostegno dei Distretti industriali e dei Sistemi produttivi locali (adesione a Distretti italiani) - Sostegno alle imprese mediante contributi per la partecipazione a fiere - Istituzione di un Patent Information Point (PIP)
	Innovazione	Diffondere la cultura dell'innovazione, della ricerca e del trasferimento tecnologico quali strumenti di competitività delle PMI	Tutela della proprietà intellettuale (Marchi e brevetti, istituzione del PIP)	- Potenziamento e qualificazione dell'attività svolta dall'Ufficio Brevetti e Marchi
			Sostegno dei progetti di innovazione delle imprese	- Selezione e sostegno di progetti di innovazione presso le Aziende (Bando AIDA)
		Favorire l'interazione delle PMI con strutture qualificate quali Centri di Ricerca e Università	Progetti con Università e Parchi scientifici e tecnologici	- Iniziative in partnership con Università e Parchi scientifici e tecnologici mediante sviluppo di Progetti speciali (Innova)
	Formazione	Aumentare il livello di competitività delle imprese attraverso lo sviluppo di capitale umano	Potenziamento delle attività di formazione continua rivolte a dipendenti di impresa	- Iniziative di formazione continua rivolte a dipendenti di impresa (Innova)
			Accrescere le competenze gestionali e imprenditoriali	- Iniziative di formazione destinate agli Imprenditori (Innova)
		Diffondere la cultura d'impresa e avvicinare le nuove generazioni al mondo del lavoro	Progetti di "alternanza scuola lavoro", orientamento, stage, tirocini e laboratori d'impresa	- Progetti di "alternanza scuola lavoro", orientamento, stage, tirocini e laboratori d'impresa (Innova)
			Istruzione Tecnica Superiore (ITS)	- Iniziative di integrazione tra istruzione, formazione e lavoro (ITS) (Innova)
	Internazionalizzazione	Promuovere l'internazionalizzazione del territorio e la competitività delle imprese sui mercati esteri, aumentare il numero delle nuove imprese esportatrici.	Azioni per la promozione delle specificità settoriali	- Progetti e azioni per la promozione delle specificità settoriali (Aspin)
			Coordinare le attività locali con gli indirizzi strategici di sistema nazionale e regionale	- Fiere internazionali (Aspin) - Incoming (Aspin) - Missioni d'affari (Aspin) - Promuovere l'aumento delle nuove imprese esportatrici - SIAFT matricole (Aspin)
		Potenziare le leve per la competizione internazionale e stimolare la crescita delle imprese attraverso l'aggregazione	Iniziative di sostegno delle Reti di impresa sui mercati internazionali	- Iniziative di sostegno delle Reti di impresa sui mercati internazionali (Aspin)
			Progetti di innovazione e design per l'impresa internazionale	- Progetti speciali di innovazione e design per l'impresa internazionale (Aspin)
Riaffermare fortemente sui territori il ruolo della Camera di commercio quale "casello d'entrata" delle imprese sui mercati internazionali		Sviluppo di uno sportello per l'internazionalizzazione: servizi di informazione, certificazione, assistenza tecnica specialistica e di formazione	- Sviluppo di uno sportello per l'internazionalizzazione: servizi di informazione, certificazione, assistenza tecnica specialistica e di formazione (Aspin, Servizio Commercio Estero)	

## IL TERRITORIO

Linee strategiche	Strategie del mandato	Obiettivi del mandato	Strumenti ed Iniziative programmatiche (PP 2012-2017)	Iniziative programmatiche anno 2013
<b>Competitività e attrattività del territorio</b>	Marketing territoriale	Attrarre investimenti mediante il miglioramento della qualità della vita e del territorio con una gestione intelligente della dimensione urbana	Smart city	- Iniziative per avvicinare i comuni della provincia di Frosinone al modello di sviluppo delle "smart cities"
			Recupero dei siti urbani per insediamenti commerciali e turistici (albergo diffuso e distretto commerciale)	- Avvio di iniziative di coordinamento per il recupero dei siti urbani
			Portale Unico della Ciociaria e altri progetti di marketing territoriale, anche in sinergia con Università, Centri di ricerca e di Alta formazione, per connettere arte, storia, cultura, turismo, tecnologia, tradizione e modernità.	- Attivazione di iniziative per sensibilizzare e promuovere la costituzione di un Portale Unico della Ciociaria
			Recupero siti industriali	- Iniziative di coordinamento con altri soggetti istituzionali per diffondere le informazioni sulle opportunità di recupero dei siti industriali
	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	Valorizzazione delle potenzialità turistiche - Turismo termale, religioso, culturale (Progetto Medioevo in Ciociaria, ecc)	- Riesame del progetto Medioevo in Ciociaria
			Iniziative per la qualificazione dell'offerta ricettiva	- Valorizzazione internazionale dell'offerta turistica locale con il marchio "ospitalità italiana" (Aspin)
			Animazione del territorio mediante il sostegno di eventi selezionati che abbiano ampia risonanza	- Selezione e sostegno di eventi di ampia risonanza per l'animazione del territorio
			Politiche di alleanza con i grandi attrattori di prossimità	- Accordi per l'attuazione di politiche sul turismo con i grandi attrattori di prossimità
	Valorizzare il patrimonio locale	Valorizzare il patrimonio locale	Iniziative di valorizzazione del patrimonio architettonico e artistico con la piena integrazione tra turismo, produzioni tipiche, artigianato artistico, enogastronomia, paesaggio (partecipazione a fiere ecc.)	- Partecipazione a fiere specializzate nel settore turistico, enogastronomico, nell'artigianato artistico, e nelle altre produzioni tipiche
			Progetti finalizzati (filiera corta, progetto di tutela della biodiversità, ecc.)	- Progetti finalizzati - Organizzazione di un evento per la valorizzazione delle produzioni artigianali (Innova)
	Valorizzazione delle produzioni locali	Valorizzare le eccellenze enogastronomiche ed artigianali	Potenziamento delle funzioni di Ente di controllo per le produzioni agroalimentari a denominazione di origine	- Iniziative per il potenziamento delle funzioni di ente di controllo per le produzioni agroalimentari a Denominazione di Origine
			Progetto Sala Panel	- Attivazione di una Sala Panel
			Prodotto a Denominazione di Origine	
	Green economy	Sostenere la produzione di energia, riqualificazione e valorizzazione dell'ambiente	Sostegno delle iniziative finalizzate alle produzioni agricole energetiche nella Valle del Sacco	- Sensibilizzazione verso i produttori agricoli per favorire produzioni agricole energetiche e iniziative per migliorare l'incontro tra domanda e offerta
			Promozione della cultura della green economy	Progetto speciale sulla green economy (Innova)
	Infrastrutture	Sostenere la competitività del territorio mediante l'ammodernamento della dotazione infrastrutturale assumendo un ruolo di rilievo nella proposizione di interventi e nella valutazione progressiva della realizzazione dei progetti in essere	Rimodulazione progetto Aeroporto (base aeroportuale regionale per scopi commerciali e di protezione civile, con operatività sia per velivoli ad ala fissa che per elicotteri)	- Azioni istituzionali finalizzate alla rimodulazione e al rilancio del progetto Aeroporto
			Rimodulazione progetto Interporto (aree di sosta e di servizi per il sistema dell'autotrasporto); collegamento diretto con il sistema ferroviario per lo sviluppo di un sistema integrato ferro-gomma di trasporto (Autostrada viaggiante)	- Azioni istituzionali finalizzate alla rimodulazione e al rilancio del progetto Interporto
			Banda larga	- Progetto speciale di promozione e sensibilizzazione delle imprese all'utilizzo della banda larga (Innova)
			Miglioramento della mobilità delle persone nei collegamenti con Roma	- Realizzazione di uno studio per il miglioramento della mobilità delle persone nei collegamenti con Roma

## **IL PROGRAMMA 2013**

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

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

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

Per quanto riguarda le esigenze informative verranno sostenute attività di studio e ricerche economiche, puntando a rafforzare l'utilizzo dell'informazione statistica come strumento di analisi e di comprensione dei fenomeni economici e del fabbisogno del territorio, da porre a supporto delle decisioni strategiche. In aderenza alle recenti normative iniziative in materia di ottimizzazione dell'efficacia, dell'efficienza e dell'economicità dell'azione amministrativa, verranno sostenuti importanti interventi in materia di sviluppo organizzativo, con ottimizzazione del processo di programmazione, valutazione e rendicontazione, ma anche con una valorizzazione delle risorse umane, economiche, finanziarie e patrimoniali dell'Ente.

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

## Area strategica 1.1

### 1.1 Servizi amministrativi all'impresa

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

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

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

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

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

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

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

#### Risultati attesi

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

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

##### Iniziative programmatiche:

**1.1.1.1 Riorganizzazione delle procedure di pagamento dei servizi da parte dell'utenza con estensione agli strumenti elettronici**

**1.1.1.2 Sviluppo iscrizione PEC delle imprese e attivazione del canale PEC-PEC per le comunicazioni alle imprese**

- 1.1.1.3 Dematerializzazione documentazione interna/esterna mediante maggiore utilizzo dei supporti digitali**
- 1.1.1.4 Estensione della dotazione della PEC Ufficio ai diversi Servizi**
- 1.1.1.5 Riorganizzazione e mappatura dei procedimenti amministrativi**
- 1.1.1.6 Miglioramento della qualità degli archivi camerali con aggiornamento e revisione delle banche dati mediante completamento delle cancellazioni d'ufficio avviate nel periodo 2011-2012**
- 1.1.1.7 Conversione d'ufficio dei requisiti professionali per le imprese installatrici di impianti negli edifici civili ed industriali (dalla L. 46/1990 alla nuova disciplina del D.M. 37/2008)**
- 1.1.1.8 Attivazione di campagna destinata alle imprese iscritte negli ex albi e ruoli (revisione agenti e rappresentanti e agenti di affari in mediazione)**
- 1.1.1.9 Razionalizzazione delle modalità di erogazione dei servizi a sportello mediante concentrazione delle attività di front office**
- 1.1.1.10 Decertificazione. Campagna informativa per l'utilizzo canale VerifichePA per controllo autodichiarazioni**

---

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

**Iniziative programmatiche:**

- 1.1.2.1 Coordinamento delle attività dei SUAP che hanno affidato, in delega, alla Camera di Commercio il supporto tecnologico dello sportello, ed iniziative per il miglioramento della gestione del servizio.**
- 1.1.2.2 Valorizzazione della rete degli sportelli telematici in Convenzione con le Associazioni di categoria.**

## Area strategica 1.2

### 1.2 Regolazione del mercato e tutela del consumatore

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

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.

#### Risultati attesi

Maggiore diffusione della conoscenza degli strumenti della mediazione civile di cui al Decreto Legislativo 28/2010 e della conciliazione
Incremento del numero degli Arbitrati
Favorire la composizione delle crisi da sovraindebitamento
Miglioramento della qualità dell'informazione sui processi della Metrologia Legale e della Sicurezza Prodotti
Miglioramento dell'informazione al consumatore nei confronti dei prodotti acquistati (educazione al consumo)
Limitazione della contraffazione
Incremento del numero delle verifiche metrologiche e sicurezza prodotti

**1.2.1 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 programmatiche:

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

**1.2.1.2 Sviluppo servizi di Mediazione Civile e Conciliazione (Innova)**

**1.2.1.3 Iniziative per il miglioramento dei servizi di Arbitrato**

**1.2.1.4 Progetto per l'accreditamento dell'Ente camerale quale Organismo per la composizione delle crisi da sovraindebitamento**

---

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

**Iniziative programmatiche:**

**1.2.2.1 Incremento del numero di verifiche presso utenti metrici e potenziamento delle attività di sorveglianza**

**1.2.2.2 Potenziamento delle attività di controllo sui prodotti**

**1.2.2.3 Progetto per la diffusione della cultura della legalità presso le scuole**

**1.2.2.4 Iniziative per la valorizzazione della Commissione Clausole Vessatorie e per la divulgazione delle Procedure per manifestazioni a premio**

## Area strategica 1.3

### 1.3 Studi e ricerche economiche

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

#### Risultati attesi

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

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

#### Iniziative programmatiche:

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

**1.3.1.2 Valorizzazione dei dati Excelsior (Innova)**

**1.3.1.3 Costituzione di un tavolo di analisi territoriale sulle tematiche più rilevanti per la realtà economica locale**

## Area strategica 1.4

### 1.4 Sviluppo organizzativo

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

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

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

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

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

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

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

#### Risultati attesi

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

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

##### Iniziative programmatiche:

1.4.1.1 Estensione dell'informatizzazione delle attività connesse alla gestione del Ciclo della Performance per il miglioramento e semplificazione dei monitoraggi e della rendicontazione

1.4.1.2 Rilevazione della customer satisfaction

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

---

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

**Iniziative programmatiche:**

**1.4.2.1 Aggiornamento e valorizzazione delle competenze professionali delle risorse umane**

**1.4.2.2 Sviluppo di una iniziativa per il miglioramento del Benessere Organizzativo**

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

**1.4.2.4 Ottimizzazione della gestione del patrimonio immobiliare dell'Ente**

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

## Area strategica 1.5

### 1.5 Comunicazione e relazioni istituzionali

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

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

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

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

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

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

#### Risultati attesi

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

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

##### Iniziative programmatiche:

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

1.5.1.2 Costituzione della Consulta dei liberi professionisti

1.5.1.3 Altre iniziative di sviluppo delle relazioni istituzionali

## **2. LE IMPRESE - Competitività e produttività delle imprese**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## Area strategica 2.1

### 2.1 Credito

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

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

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

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

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

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

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

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

#### Risultati attesi

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

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

#### Iniziative programmatiche:

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

## Area strategica 2.2

### 2.2 Sviluppo imprenditoriale

La competitività e la capacità delle PMI di far fronte alle nuove sfide del mercato presuppongono la costituzione di nuovi modelli organizzativi, sempre più ispirati a processi di aggregazione tra imprese. Si sta consolidando l'idea che la rete, in condizioni di elevata complessità, possa essere un motore di innovazione poiché favorisce legami in grado di integrare conoscenze e capacità di 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 giovanile, che prevede un ruolo ed un particolare impegno delle Camere di commercio per la creazione di un "ecosistema" per loro favorevole.

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

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

#### Risultati attesi

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

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

##### Iniziative programmatiche:

###### 2.2.1.1 Servizi integrati per la nuova imprenditorialità (Innova)

#### 2.2.2 Obiettivo strategico: Promozione imprenditoria femminile

##### Iniziative programmatiche:

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

---

**2.2.3 Obiettivo strategico: Promozione imprese sociali**

**Iniziative programmatiche:**

**2.2.3.1 Costituzione Comitato per l'imprenditorialità sociale e il microcredito**

---

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

**Iniziative programmatiche:**

**2.2.4.1 Sostegno dei Distretti industriali e dei Sistemi produttivi locali (adesione a Distretti italiani)**

**2.2.4.2 Sostegno alle imprese mediante contributi per la partecipazione a fiere**

## Area strategica 2.3

### 2.3 Innovazione

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

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

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.

#### Risultati attesi

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

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

#### Iniziative programmatiche:

2.3.1.1 Istituzione di un Patent Information Point (PIP)

2.3.1.2 Potenziamento e qualificazione dell'attività svolta dall'Ufficio Brevetti e Marchi

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

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

#### Iniziative programmatiche:

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

## Area strategica 2.4

### 2.4 Formazione

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

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

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

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

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

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

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

---

---

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

Il programma attività per l'anno 2013 si pone i seguenti obiettivi specifici:

- incrementare le attività formative realizzate sul territorio rispetto all'anno precedente, mantenendo un elevato livello di gradimento dei partecipanti;
- aumentare l'autonomia finanziaria dell'Azienda Speciale mediante l'acquisizione di risorse finanziarie diverse dal contributo camerale;
- intensificare l'attività di formazione continua e superiore a valere sul Fondo Sociale Europeo, Regione Lazio, Provincia di Frosinone e Fondi Interprofessionali;
- promuovere e intensificare la cooperazione con le Istituzioni Scolastiche e Universitarie a sostegno delle politiche attive del lavoro;
- promuovere la conoscenza degli strumenti della mediazione civile di cui al Decreto Legislativo 28/2010.

Il risultato atteso nell'ambito della formazione finanziata è quello di ottenere un aumento dei partecipanti ai corsi pari almeno al 5% con un indice di gradimento "alto"; e nello specifico dell'attività di formazione continua un trend di crescita in termini di partecipazione di aziende coinvolte pari ad almeno il 3% ed un relativo indice di gradimento, che misurato con una scala da 1 a 5, abbia un valore  $\geq 3$ .

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

precedente esercizio.

Rispetto alla cooperazione con le Istituzioni Scolastiche e Universitarie a sostegno delle politiche attive del lavoro si intende proseguire e intensificare le attività progettuali già avviate nei precedenti anni con la rete locale dei soggetti competenti.

Nell'ambito della mediazione civile si auspica un trend di crescita del numero delle mediazioni gestite dall'Organismo, accreditato dal Ministero di Giustizia, anche mediante l'attività di promozione e diffusione, sull'intero territorio provinciale degli strumenti che la mediazione offre.

In generale i risultati attesi per l'anno 2013 prevedono un miglioramento continuo delle attività proposte da Innova in stretta sinergia con i maggiori attori presenti sul territorio. Tali risultati sono oggetto di apposite valutazioni previste dal Sistema di Gestione Qualità di cui Innova si dotata dal 2001.

## FORMAZIONE FINANZIATA

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

PROGETTI FONDIMPRESA - APPROVATI		
TITOLO	AMBITO	PARTENARIATO
M.IN.O.S. Massimizzare l'Informazione e Ottimizzare la Sicurezza	Salute e Sicurezza - Settore Edile	INNOVA - Capofila Confindustria Perform e Esef
FO.C.U.S. la Formazione Continua Unita alla Sicurezza sul lavoro	Salute e Sicurezza - Settore Edile	INNOVA - Capofila Confindustria Perform e Esef
MAIA	Ambiente	INNOVA - Capofila Confindustria Perform
GAIA	Ambiente	INNOVA - Capofila Confindustria Perform

PROGETTI PRESENTATI A FONDIMPRESA - IN VALUTAZIONE		
TITOLO	AMBITO	PARTENARIATO
CHEOPE	SETTORIALE - Edilizia	INNOVA - Capofila Confindustria Perform - delega Partner: Esef - Cosmo Servizi C.F.S.E. scuola edile di Arezzo
MATHESIS	TERRITORIALE - multisetoriale	INNOVA - Capofila Confindustria Perform e Esef
PRIMA	AZIENDALE - Aziendale	INNOVA - Capofila Confindustria Perform Aziende del Gruppo Prima
ESTIA	SICUREZZA	INNOVA - Capofila Confindustria Perform Esef

PROGETTI PRESENTATI IN REGIONE LAZIO - IN VALUTAZIONE		
TITOLO	AMBITO	PARTENARIATO
IMPREDITORE AGRICOLO NR. 5 EDIZIONI	Assessorato all'Agricoltura fondi PSR 2007-2013 Misura 111 Azione 1A - Propoedeutica alla richiesta di cui alla Misura 112 per contributi da erogare a neo imprenditori agricoli	INNOVA

### Formazione in movimento

Nel corso del 2013 verrà potenziato l'utilizzo dell'Unità Formativa Mobile anche mediante la sottoscrizione di appositi accordi e convenzioni con le Associazioni di Categoria per la formazione Imprenditori. Già nei primi mesi dell'anno sarà avviato un progetto, in accordo con la Coldiretti di Frosinone, per l'aggiornamento, in materia di sicurezza degli imprenditori del settore agricolo.

### Formazione con quote di iscrizione a carico dei partecipanti

#### Formazione rivolta agli imprenditori delle PMI e propri Manager

Nel corso del 2013 si intende avviare una serie di percorsi formativi rivolti agli imprenditori delle PMI allo scopo di potenziare la classe dirigente del nostro territorio.

Gli interventi riguarderanno diversi settori e saranno studiati e tarati in ragione delle esigenze che stanno emergendo dagli incontri che vengono condotti con le Associazioni di Categoria e gli stakeholder del territorio.

#### Formazione nell'ambito della Mediazione Civile

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

#### Formazione settore immobiliare

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

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

#### Formazione settore artigianale - alimentare

Presso la struttura formativa gestita da Innova è presente un laboratorio per corsi nel settore alimentare. Nel corso del 2013 verranno realizzati corsi di formazione per pasticceri e per pizzaioli della durata di 150 ore, con la collaborazione dell'Accademia dell'Alimentazione "Alimentarti & Sapori Form" della Confartigianato.

## PROGETTI SPECIALI

### Orientamento

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

Per l'importanza che Innova riconosce a tale attività sono stati presentati due progetti, che comunque si andranno ad affiancare alla consueta collaborazione ormai istituzionalizzata con diversi Istituti scolastici della nostra provincia in attività di alternanza scuola lavoro.

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

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

### INNOVAZIONE

Particolare importanza riveste anche il settore dell'innovazione, da quest'anno si potenzierà la partecipazione ai progetti cofinanziati da Unioncamere e che sono ritenuti strategici a livello nazionale ed in particolare dalla Camera di Commercio di Frosinone.

PROGETTI UNIONCAMERE PRESENTATI A VALERE SUL FONDO DI PEREQUAZIONE	
TITOLO	PARTENARIATO
SERVIZI AVANZATI DI IT E BANDA LARGA	Innova e Camera di Commercio di Frosinone
SERVIZI INTEGRATI PER LA NUOVA IMPRENDITORIALITA'	Innova e Camera di Commercio di Frosinone
PROMOZIONE DELLE ECCELLENZE PRODUTTIVE DEI TERRITORI E DELLA DIETA MEDITERRANEA	Innova e Camera di Commercio di Frosinone
GREEN ECONOMY - IL DISTRETTO DEL MARMO	Innova e Camera di Commercio di Frosinone

### PROGETTO ARTIGIANARTE

Verrà proposta la prosecuzione del progetto "Artigianarte" che realizzato in collaborazione con CNA, Confartigianato, UAC e Accademia di Belle Arti di Frosinone vede l'adesione di circa 30 artigiani artistici della provincia di Frosinone. Si tratta di imprenditori locali ai quali Innova mette a disposizione un sito internet dove pubblicizzare i propri prodotti e, l'opportunità di partecipare a fiere ed eventi di promozione organizzate direttamente dalla Camera di Commercio di Frosinone o da strutture del sistema camerale regionale o nazionale.

## **MEDIAZIONE – ai sensi del D. Lgs 28/2010**

L'Azienda Speciale è accreditata dal Ministero di Giustizia quale Organismo di Mediazione Civile e, nonostante la recente dichiarazione di illegittimità costituzionale, legata all'obbligatorietà della stessa, si intende proseguire nelle attività di mediazione, ovviamente volontarie, ed in particolare ai servizi che la Mediazione Civile può offrire al mondo delle imprese che la Camera di Commercio rappresenta.

\*\*\*\*\*

### **Risultati attesi**

Incrementare le attività formative realizzate sul territorio rispetto all'anno precedente, mantenendo un elevato livello di gradimento dei partecipanti  
Intensificare l'attività di formazione continua e superiore a valere sul Fondo Sociale Europeo, Regione Lazio, Provincia di Frosinone e Fondi Interprofessionali  
Promuovere e intensificare la cooperazione con le Istituzioni Scolastiche e Universitarie a sostegno delle politiche attive del lavoro

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

#### **Iniziative programmatiche:**

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

**2.4.1.2 Iniziative di formazione destinate agli Imprenditori (Innova)**

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

#### **Iniziative programmatiche:**

**2.4.2.1 Iniziative di integrazione tra istruzione, formazione e lavoro (ITS) (Innova)**

**2.4.2.2 Formazione dei giovani in apprendistato (Innova)**

## Area strategica 2.5

### 2.5 Internazionalizzazione

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

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

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

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

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

Gli obiettivi del piano risiedono nel favorire l'incremento del fatturato estero delle imprese; aumentare la loro competitività e le loro competenze commerciali; stimolare la crescita attraverso l'aggregazione. Attraverso le azioni di sensibilizzazione, informazione e fornitura dei servizi specialistici si intende aumentare il numero delle nuove imprese esportatrici e consolidare ed incrementare i volumi di quelle che già esportano.

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

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

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

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

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

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

---

---

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

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

mercato interno, hanno dato vita ad un forte trend di crescita dell'export.

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

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

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

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

Il ruolo che la Camera di Commercio di Frosinone, unitamente ad Aspin, è chiamata a svolgere nel 2013 sarà di grande responsabilità: sensibilizzare, affiancare ed indirizzare le aziende della provincia nel cercare di avviare o stabilizzare la loro presenza nei mercati esteri. Oggi le piazze internazionali sono le sole a poter assorbire i livelli di produzione, non più supportati dalla domanda del mercato interno che sta vivendo la maggiore contrazione dei consumi registrata dal 1946 ad oggi.

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

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

L'attenzione ai mercati asiatici sarà incrementata nella convinzione che la crescita economica a breve-medio termine degli Stati del Sud-Est Asiatico ed il ruolo trainante dell'economie cinese e giapponese richiedano una doverosa presenza promozionale in loco. Ciò che fin ora è stato ottenuto, soprattutto con il settore agroalimentare, vitivinicolo e quello dell'hôtellerie, deve essere da sprono per accrescere l'attenzione su queste piazze che nel futuro potranno ricoprire il ruolo di partner strategico.

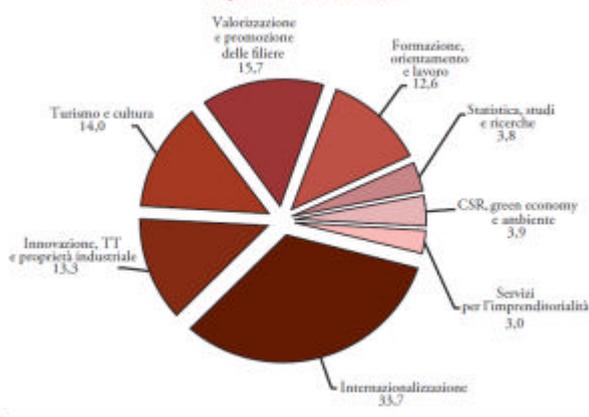
La consapevolezza che il mercato nord americano e quello dei BRICS confermano una capacità unica di assorbimento dei prodotti di fascia alta perfettamente in linea con le specifiche dei migliori prodotti della nostra provincia, non farà distogliere l'attenzione di Aspin da mercati che offrono ancora ottimi margini di crescita.

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

La strategia di indirizzo che guiderà la programmazione degli interventi di promozione internazionale per il 2013 si baserà su una attenta analisi PAESE/SETTORE, DISTRETTO/FILIERA.

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

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



Fonte: Unioncamere, Osservatorio camerale 2011

Parallelamente a questa azione di qualificazione dei servizi, la Camera di Commercio di Frosinone, unitamente ad Aspin e alle altre Camere del Lazio, condurrà un approfondimento sull'efficacia e l'efficienza che potrebbero derivare da un coordinamento regionale delle attività rivolte al potenziamento della presenza internazionale delle imprese. Fatte salve, anzi valorizzate, da un lato la diffusione capillare delle Camere di Commercio sul territorio periferico regionale e dall'altro la loro vicinanza, non solo geografica, alle imprese, l'analisi riguarderà l'architettura di un nuovo coordinamento per macro aree, per obiettivi prioritari ed per indirizzi strategici generali. L'attenzione sarà incentrata sulla salvaguardia e valorizzazione delle eccellenze e delle specificità dei territori, all'interno di una strategia pluriennale e di sistema Paese/Regione.

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

## LA STRATEGIA SETTORE/PAESE PER IL 2013



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

*Obiettivi specifici del programma: Stimolare e sostenere l'approccio ai mercati esteri delle imprese provinciali*

*Incoraggiare l'accesso ai mercati internazionali da parte di imprese neofite*

*Sostenere la diversificazione dei mercati di sbocco internazionali*

*Assistere le imprese nelle problematiche connesse al commercio internazionale.*

*Risultati attesi: Mantenimento delle aziende fidelizzate che utilizzano i servizi della Camera di Commercio attraverso Aspin*

*Incremento complessivo delle aziende che partecipano alle azioni di promozione internazionale, in particolare alle azioni del sistema camerale ed ai progetti complessi*

*Incremento degli esiti positivi delle azioni di promozione internazionale e degli altri servizi offerti da Aspin.*

### **IL SISTEMA A RETE PER GLI SPORTELLI PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE**

Il progetto nasce dall'esigenza di riaffermare sui territori il ruolo delle Camere di Commercio quali "caselli d'entrata" delle imprese sui mercati internazionali, ma anche dall'esigenza di armonizzazione generale dei servizi di internazionalizzazione erogati dal sistema camerale. Il percorso nazionale, promosso da Unioncamere, riguarda la riorganizzazione della rete camerale per il sostegno all'internazionalizzazione e per garantire standard di qualità omogenei mettendo a fattor comune le esperienze di eccellenza.

In questo progetto la Camera di Commercio di Frosinone unitamente ad Aspin avrà un ruolo chiave nella definizione del processo di organizzazione della rete degli sportelli territoriali e della rete dei centri specializzati.

### **DEFINIZIONE, PROGRAMMAZIONE, PROMOZIONE ED ASSISTENZA ALLE IMPRESE**

## **NELLE ATTIVITA' FIERISTICHE INTERNAZIONALI, NELLE MISSIONI D'AFFARI OUTGOING ED INCOMING.**

La promozione internazionale rappresenta il settore operativo prioritario della Camera di Commercio e di Aspin ed è diretto a promuovere le opportunità che i mercati esteri offrono alle aziende italiane, attraverso tre assets principali di attività:

### **1) FIERE INTERNAZIONALI**

Individuazione dei mercati più interessanti e potenzialmente più ricettivi nei confronti dei prodotti offerti dalle PMI nei diversi settori, attraverso la realizzazione di ricerche di mercato;

Organizzazione, coordinamento logistico e operativo, assistenza nella partecipazione ad eventi promozionali internazionali come fiere e show room;

Servizio di Rappresentanza nell'ambito di manifestazioni internazionali di promozione.

### **2) INCOMING**

Programmazione di incontri d'affari e visite aziendali in Italia presso le sedi delle aziende partecipanti.

Questo tipo di intervento è estremamente efficace quando la visita presso la sede produttiva è ritenuta strategica per avviare un rapporto di business internazionale.

In questo modo sono stimolati non solo attività di importazione o esportazione ma anche di joint venture ed investimenti diretti.

### **3) MISSIONI D'AFFARI**

Per mezzo dei contatti istituzionali con le reti italiane all'estero (Camere di Commercio italiane all'estero, Uffici ICE, Desk del sistema camerale italiano all'estero, Ambasciate e Consolati, etc.), Aspin organizza missioni d'affari all'estero con alto livello di specializzazione, dedicate al massimo ad uno o più settori industriali. Ciascuna missione viene preceduta da una fase di valutazione del profilo dell'azienda interessata a partecipare e da un matching con la potenziale controparte estera. A conclusione dell'evento Aspin assicura il follow up necessario a consolidare l'esito degli incontri realizzati.

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

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

Le iniziative saranno finalizzate ad ampliare e perfezionare le competenze delle imprese in materia di commercio internazionale in raccordo con il programma di promozione estero che Aspin andrà a realizzare nel corso del 2013. Gli interventi formativi e di aggiornamento riguarderanno anche specifici approfondimenti su "nuovi" Paesi, con focus tenuti direttamente dai Rappresentanti delle Camere di Commercio italiane all'estero, dell'ICE e delle Ambasciate.

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

Negli ultimi anni il tema delle reti di impresa ha acquisito un ampio spazio nel dibattito e l'indagine scientifica sulle sue caratteristiche ha consentito di definire le reti di impresa quale modello di governo delle relazioni stabili, contrattuali ed organizzative, tra imprese, che favoriscono gli investimenti e, quindi, la crescita economica.

Ma le reti di impresa rappresentano anche un nuovo ed efficace modello di accesso ai mercati esteri. Oggi la competizione globale richiede una certa massa critica, velocità e flessibilità nelle decisioni, un forte grado di innovazione tecnologica, nonché la capacità di saper raggiungere anche i mercati più lontani. Se tutto ciò è difficile e complesso per una singola impresa, diventa fattibile se si fa massa critica pur mantenendo l'equilibrio e il bilanciamento di una struttura non complessa.

Dopo i positivi risultati conseguiti con il progetto SIRI – Servizi Integrati per le Reti di Impresa – nel corso del 2012, Aspin si è resa promotrice di una nuova progettualità che ha coinvolto oltre dieci strutture camerali

italiane aggregate su un progetto di potenziamento delle reti internazionali che vede Frosinone capofila.

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

Nello specifico, gli obiettivi progettuali riguardano:

Sensibilizzazione dei territori attraverso il coinvolgimento, l'informazione e la formazione di tutti gli attori del processo di costituzione di una rete.

Promozione delle reti di impresa internazionali, supportando un raggruppamento di imprese del territorio nell'accesso a mercati esteri. Oltre alla realizzazione di focus group con gli imprenditori per la raccolta dei fabbisogni specifici, verranno realizzate attività di analisi e programmatiche.

Rafforzamento della presenza dell'istituto del contratto di rete per innescare circuiti collaborativi stabili.

Sviluppo e potenziamento del sistema integrato di servizi rivolto alle imprese ed ai professionisti di tutti i territori coinvolti, finalizzato a promuovere lo strumento delle reti di imprese e favorire la stesura dei contratti di rete. Questa fase prevede l'estensione, a tutte le Camere del partenariato, ed il potenziamento dei servizi già offerti dalla piattaforma tecnologica S.I.R.I. ([www.piattaformasiri.com](http://www.piattaformasiri.com)).

## **PROMUOVERE L'AUMENTO DELLE NUOVE IMPRESE ESPORTATRICI**

### **SIAFT MATRICOLE**

Le imprese della provincia di Frosinone mostrano una spiccata propensione all'internazionalizzazione, grazie al forte spirito imprenditoriale che ha permesso loro di affrontare i diversi cicli economici. Il tessuto produttivo è caratterizzato prevalentemente da piccole e medie imprese, le quali, nonostante le dimensioni contenute, sono riuscite, negli ultimi anni, a conquistare una posizione strategica sui mercati internazionali, sfruttando con abilità gli elementi distintivi del proprio territorio di origine e traendo anche stimolo dal supporto operativo della Camera di Commercio e di Aspin.

Con questo progetto, di respiro nazionale, la Camera di Commercio di Frosinone attraverso l'Azienda Speciale Aspin intende favorire l'aumento delle imprese impegnate in percorsi di apertura internazionale e di dimensionamento strategico.

L'obiettivo principale dell'iniziativa è, da un lato, quello di avvicinare le imprese "matricole" ed affiancarle nel nuovo percorso di espansione commerciale all'estero, offrendo una articolata tipologia di servizi e strumenti suddivisa in momenti di informazione- formazione- promozione ed assistenza, e dall'altro lato incrementare il numero di imprese che hanno già rapporti stabili con i mercati esteri. Lo scopo ultimo è quello di accrescere il grado di apertura internazionale dell'intero sistema delle imprese ed anche territoriale della provincia di Frosinone.

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

Il progetto si inserisce nella logica di sviluppo dei sistemi di offerta turistica come servizio alle imprese turistiche e della filiera ed intende dare continuità e potenziare l'iniziativa progettuale sviluppata nel corso del 2012. La Camera di commercio, attraverso la cooperazione con l'Azienda Speciale ASPIN, ha voluto. Lo scorso anno, qualificare e valorizzare l'offerta turistica extra alberghiera locale e metterla in connessione diretta con gli analoghi network internazionali per conferirle visibilità e fruibilità anche oltre confine. Il successo ottenuto suggerisce l'estensione delle azioni sviluppate anche alle attività alberghiere ed a tutte le strutture connesse all'ospitalità italiana locale che valorizzano il patrimonio turistico generando, al contempo, attrazione e richiamo. Fondamentale sarà l'interconnessione tra l'offerta ricettiva ed il patrimonio naturale locale, le tradizioni e la storia, anche attraverso la realizzazione e promozione di guide, strade, percorsi integrati fino alla organizzazione "full time" di interi periodi di soggiorno. Una delle azioni strategiche del progetto riguarderà l'istituzione dello sportello SPOT. Uno sportello fisico e virtuale, con l'obiettivo di rafforzare ulteriormente la centralità del ruolo della Camera di Commercio quale "ponte" con e tra le imprese, considerando sia quelle propriamente turistiche

sia quelle coinvolte nella lunga filiera sul territorio.

\*\*\*\*\*

#### Risultati attesi

Mantenimento delle aziende fidelizzate che utilizzano i servizi della Camera di Commercio attraverso Aspin  
Incremento complessivo delle aziende che partecipano alle azioni di promozione internazionale, in particolare alle azioni del sistema camerale ed ai progetti complessi  
Incremento degli esiti positivi delle azioni di promozione internazionale e degli altri servizi offerti da Aspin.

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

#### Iniziative programmatiche:

2.5.1.1 Progetti e azioni per la promozione delle specificità settoriali (Aspin)

2.5.1.2 Fiere internazionali (Aspin)

2.5.1.3 Incoming (Aspin)

2.5.1.4 Missioni d'affari (Aspin)

2.5.1.5 Promuovere l'aumento delle nuove imprese esportatrici – SIAFT matricole (Aspin)

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

#### Iniziative programmatiche:

2.5.2.1 Iniziative di sostegno delle Reti di impresa sui mercati internazionali (Aspin)

2.5.2.2 Progetti speciali di innovazione e design per l'impresa internazionale (Aspin)

**2.5.3 Obiettivo strategico:** Riaffermare fortemente sui territori il ruolo della Camera di commercio quale "casello d'entrata" delle imprese sui mercati internazionali

#### Iniziative programmatiche:

2.5.3.1 Sviluppo di uno sportello per l'internazionalizzazione: servizi di informazione, certificazione, assistenza tecnica specialistica e di formazione (Aspin, Servizio Commercio Estero)

### **3. IL TERRITORIO - Competitività e attrattività del territorio**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## Area strategica 3.1

### 3.1 Marketing territoriale

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

#### Risultati attesi

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

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

##### Iniziative programmatiche:

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

3.1.1.2 Avvio di iniziative di coordinamento per il recupero dei siti urbani

3.1.1.3 Attivazione di iniziative per sensibilizzare e promuovere la costituzione di un Portale Unico della Ciociaria

3.1.1.4 Iniziative di coordinamento con altri soggetti istituzionali per diffondere le informazioni sulle opportunità di recupero dei siti industriali

## Area strategica 3.2

### 3.2 Filiera del turismo e valorizzazione integrata del territorio

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

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

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

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

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

#### Risultati attesi

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

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

#### Iniziative programmatiche:

**3.2.1.1 Riesame del progetto Medioevo in Ciociaria**

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

**3.2.1.3 Selezione e sostegno di eventi di ampia risonanza per l'animazione del territorio**

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

---

### **3.2.2 Obiettivo strategico: Valorizzazione del patrimonio locale**

#### **Iniziative programmatiche:**

##### **3.2.2.1 Partecipazione a fiere specializzate nel settore turistico, enogastronomico, nell'artigianato artistico, e nelle altre produzioni**

## **Area strategica 3.3**

### **3.3 Valorizzazioni delle produzioni locali**

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

#### **Risultati attesi**

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

---

### **3.3.1 Obiettivo strategico: Valorizzazione delle eccellenze enogastronomiche ed artigianali**

#### **Iniziative programmatiche:**

##### **3.3.1.1 Progetti finalizzati**

##### **3.3.1.2 Organizzazione di un evento per la valorizzazione delle produzioni artigianali (Innova)**

---

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

#### **Iniziative programmatiche:**

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

##### **3.3.2.2 Attivazione di una Sala Panel**

## Area strategica 3.4

### 3.4 Green economy

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

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

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

#### Risultati attesi

Sviluppo di nuovi ambiti di business nel settore agricolo

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

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

##### Iniziative programmatiche:

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

3.4.1.2 Progetto speciale sulla green economy (Innova)

## Area strategica 3.5

### 3.5 Infrastrutture

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

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

Si tratta di un ambito nel quale la Camera di Commercio ha investito molto in questi anni, con iniziative progettuali e politiche, al fianco delle altre istituzioni ed organizzazioni territoriali, con la partecipazione in enti di gestione di infrastrutture a rilevante interesse economico, a cominciare dal sistema dei trasporti. Il piano per la realizzazione dell'Aeroporto di Frosinone è stata 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 e propria politica infrastrutturale, capace di generare una progettualità 'mirata', pensata per cogliere opportunità ed economie di dimensione proprie dell'area vasta e per ridurre la perifericità del territorio sui cui interviene.

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

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

Le priorità saranno legate 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.

## Risultati attesi

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

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

### Iniziative programmatiche:

**3.5.1.1 Azioni istituzionali finalizzate alla rimodulazione e al rilancio del progetto Aeroporto**

**3.5.1.2 Azioni istituzionali finalizzate alla rimodulazione e al rilancio del progetto Interporto**

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

**3.5.1.4 Realizzazione di uno studio per il miglioramento della mobilità delle persone nei collegamenti con Roma**