

Economia pontina

n. **375**
dicembre 2006



La Camera presenta
il nuovo logo



Nasce il Centro Studi
sul Turismo

Quadrimestrale della Camera di Commercio Industria Artigianato Agricoltura di Latina
Poste Italiane S.p.A. Spedizione in Abbonamento Postale 70% - D.C.B. Latina
prezzo euro 0,60 COPIA OMAGGIO



ACCESSIBILITA' E DINTORNI

**La Camera
di Commercio
si rinnova:
un nuovo logo
e un sito
accessibile**



Accessibilità e dintorni

La Camera di Commercio si rinnova: un nuovo logo e un sito accessibile.

È definita accessibilità la capacità dei sistemi informatici, nelle forme e nei limiti consentiti dalle conoscenze tecnologiche, di erogare servizi e fornire informazioni fruibili, senza discriminazioni, anche da parte di coloro che a causa di disabilità necessitano di tecnologie assistive e configurazioni particolari. Ne parla esaurientemente la Legge Stanca 04/2004, che ha spinto le amministrazioni pubbliche centrali ad adeguare il proprio sito secondo queste nuove regole.

I vantaggi possono essere di tipo diretto, come la possibilità di ampliare l'utenza, superando il *digital divide*, e di tipo indiretto, dove, con l'applicazione dei principali standard web, si permette l'integrazione di utenti che hanno software obsoleti, connessioni lente, usano palmari o telefonini, si migliora la manutenibilità dei siti e l'indicizzazione nei motori di ricerca.

Parlando di utenti occorre dunque allargare la propria visione e cogliere l'opportunità di rivolgersi anche agli utenti disabili, quelle persone che hanno una condizione di svantaggio vissuta in conseguenza di una menomazione che limita o impedisce l'adempimento di un ruolo normale, in dipendenza dell'età, del sesso e dei fattori sociali e culturali dell'individuo, e agli utenti anziani, che costituiscono l'80% della popolazione attuale.

Le disabilità più diffuse, in relazione alla possibilità di fruire un sito, sono:

- la disabilità uditiva, legata al problema della necessaria sottotitolazione dei



file audio e testi con frasi semplici;

- la disabilità motoria, riferita principalmente a problemi con i dispositivi di ingresso dei comandi

- la disabilità cognitiva (disturbi dell'attenzione, del linguaggio - più diffuse dislessia e discalcolia - e neurologici), che fa emergere problemi con l'informazione male organizzata nei siti, animazioni, effetti a forte intermittenza o con pulsazioni dell'immagine in certi range di frequenza

- la disabilità visiva, legata alla necessità di dover ricorrere a dispositivi particolari come gli screen reader

- infine, i problemi per gli ipovedenti (presbiopia, degenerazione maculare, retinite pigmentosa, retinopatia diabetica, daltonismo, glaucoma) che rilevano problematicità quando i testi sono scritti troppo piccoli o senza contrasto tra testo e sfondo e necessitano di software specifici.

Le tecnologie assistive sono strumen-

tazioni e soluzioni tecniche, hardware e software, che permettono alla persona disabile, superando o riducendo le condizioni di svantaggio, di accedere alle informazioni e ai servizi erogati dai sistemi informatici.

Il processo di cambiamento e ammodernamento della P.A. inizia con il diritto di accesso agli atti pubblici e di partecipazione, trasparenza ed efficienza dell'azione amministrativa introdotte dalle ben note L. 142/90, L.241/90, fino alla L.150/2000.

Per i siti della P.A. è fondamentale che le informazioni siano organizzate in maniera coerente, non segmentate per singole pagine e che dalla home page l'utente possa reperire l'informazione che cerca in modo agevole e veloce.

Il passaggio ben noto agli esperti della materia è dal sito vetrina, dove predominano gli aspetti grafici ed gli effetti speciali a scapito della leggibilità e ric-

UN PO' DI CRONISTORIA DELLA NORMATIVA...

2001, circolare del Dipartimento della Funzione Pubblica,

"Linee guida per l'organizzazione, l'usabilità e l'accessibilità dei siti web delle Pubbliche Amministrazioni"

I siti devono essere accessibili

sett 2001, circolare dell'Aipa

"Criteri e strumenti per migliorare l'accessibilità dei siti web e delle applicazioni informatiche a persone disabili"

disabilità e tecnologie assistive, accessibilità delle applicazioni software

magg 2002, direttiva

"Direttiva della Presidenza del Consiglio dei Ministri per l'uso corretto del dominio .gov.it"

tutti i siti devono essere conformi al livello A di accessibilità previsto dal WAI del consorzio W3C

dicembre 2002

Disegno di Legge Campa Palmieri

Norme per il diritto di accesso ai servizi e alle risorse telematiche pubbliche e di pubblica utilità da parte dei cittadini diversamente abili

2003 - Anno del disabile

nasce l'Organismo di coordinamento nazionale composto dai rappresentanti di ministeri, regioni, enti locali e associazioni

Febb 2003

Proposta di Legge C3713

(Labate ed altri)

Disposizioni in materia di diritto di accesso ai servizi e alle risorse informatiche pubbliche per i cittadini diversamente abili

Magg 2003

Disegno di Legge Stanca

Ott 2003

Disegno di Legge Stanca dalla Camera al Senato

Genn 2004

Legge 04/2004

Disposizioni per favorire l'accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici. Tutti i siti che saranno realizzati, o rinnovati, in futuro dalle pubbliche ammini-

strazioni dovranno rispettare i requisiti di accessibilità.

Per i privati il provvedimento non genera un obbligo.

Tutti i libri di testo delle scuole, ove possibile, saranno resi disponibili in formati leggibili al computer da non vedenti o ipovedenti.

Il possesso dei requisiti di accessibilità è necessario per

1) i contratti stipulati dalle P.A. per la realizzazione e la modifica dei siti internet

2) la concessione di contributi pubblici statali a soggetti privati per l'acquisto di beni e servizi informatici destinati all'utilizzo da parte di lavoratori disabili

Il MIT, attraverso DIT e CNIPA, svolge funzioni di verifica e valutazione accessibilità per quei soggetti privati che richiedano la valutazione accessibilità dei propri siti o del materiale informatico.

La Presidenza del Consiglio dei Ministri – DIT, anche attraverso il CNIPA, effettua il monitoraggio dell'attuazione della Legge Stanca. L'inosservanza delle disposizioni di legge comporta responsabilità dirigenziale e responsabilità disciplinare. (Il codice della PA digitale, non la Legge Stanca, impone di scrivere sul sito tutti i nominativi dei responsabili/referenti dei vari settori).

Marzo 2005

Decreto del Presidente della Repubblica n.75 del 1/03/2005

Il regolamento di attuazione della legge (elaborato insieme ad associazioni di persone disabili, sviluppatori competenti in materia di accessibilità, produttori di software e hardware) detta i criteri generali per l'accessibilità nei servizi informatici, le modalità di attribuzione della certificazione di accessibilità dei siti privati e i controlli, sui privati e sui soggetti pubblici.

11 luglio 2005 :

firmato dal Ministro Stanca il decreto che stabilisce le linee guida recanti i requisiti tecnici e i diversi livelli per l'accessibilità e le metodologie tecniche per la verifica dell'accessibilità dei siti Internet, nonché i programmi di valutazione assistita utilizzabili a tale fine.

chezza dei testi, al sito accessibile e relazionale, ispirato alla comunicazione a due vie con il cittadino, dove l'accessibilità si sovrappone all'usabilità.

Una recente indagine sperimentale sui siti delle P.A., condotta dalla Fondazione Ugo Bordoni, ha evidenziato problemi legati alla struttura delle pagine (troppo dense di link e testi), alla scalabilità dei caratteri (troppo piccoli o troppo spessi o troppo sottili...), alla qualità dei colori (colore dello sfondo bloccato e contrasti poco consoni a una lettura agevolata), alle immagini (occorre dar una descrizione testuale dell'immagine, con l'attributo ALT), alla chiarezza del linguaggio e del testo (parole troppo tecniche, acronimi, testi lunghi, introdurre glossario nel sito) e alla mancanza di aiuti per la navigazione (laddove sarebbe necessario fornire informazioni sulla posizione dell'utente durante la navigazione nel sito, come fanno i *breadcrumbs*, barre di navigazione che mostrano agli utenti dove si trovano in relazione alla gerarchia del sito).

In termini di "progettazione universale" l'approccio è quello in cui i sistemi, i servizi e le applicazioni non sono progettati per essere gli stessi per tutti gli utenti, ma per essere abbastanza intelligenti da adattarsi alle richieste degli utenti potenziali o, quando ciò non sia possibile o troppo costoso, tali da permettere un facile interfacciamento con adattamenti speciali. (v.design universale).

Questa tendenza alla convergenza sarà accompagnata da una nuova classe di linguaggi, che permetteranno l'utilizzo

di interfacce visuali e vocali sullo stesso dispositivo: per sfogliare una pagina web si potranno utilizzare comandi vocali, tastiera e mouse, touch screen, penna (riconoscimento della scrittura), movimenti della mano (*haptic device*), verso un linguaggio multimodale.

L'obiettivo supera la semplice fruibilità, intesa come la caratteristica dei servizi di rispondere a criteri di facilità e semplicità d'uso, di efficienza, di rispondenza alle esigenze dell'utente, di gradevolezza e di soddisfazione nell'uso del prodotto.

Il nuovo sito della Camera di Commercio di Latina insegue questa nuova traccia che la normativa lascia intravedere come evoluzione e futuro.

Ecco perché si è voluto fortemente un nuovo sito: non per rifarsi il trucco o indossare un nuovo vestito, bensì per spogliarsi di quei balzelli e fronzoli che non appartengono ad una amministrazione moderna e innovativa.

E il nuovo logo della Camera di Commercio di Latina rispecchia questa direzione: semplice, lineare, una stilizzazione della torre del Comune di Latina, alla cui base sono state inserite delle onde, al fine di favorire un'integrazione grafica con il brand di Unioncamere nazionale, che

Tecnologie Assistive per disabili motori:	accesso facilitato di Windows; tastiere ridotte; tastiere espanse, tastiere personalizzabili, tastiere virtuali, griglia copritastiera, baschetto per il capo, sostegni per braccio o avambraccio, sistema di riconoscimento del parlato, mouse piatti a sfioramento, schermo tattile o touch screen, trackball, joystick, pedaliera.
Tecnologie Assistive per non vedenti:	screen reader (Jaws, Windows Eyes, Hal, Outspoken e Virgo), barra Braille, sintesi vocale. Stampanti Braille, scanner
Tecnologie Assistive per ipovedenti:	ingranditori di schermo, videoingranditori (CCTV)

richiama la prua di una nave.

Un rinnovamento non solo d'immagine, per relazionarsi come parte di un sistema unico più forte e più solidale.

Eleonora Verzin
Ufficio Comunicazione e URP
0773/672250
urp@lt.camcom.it



W3C: World Wide Web Consortium

Fondato da **Tim Berners-Lee** nell'ottobre 1994 oggi conta 450 membri e uno staff di 70 persone che lavorano per contribuire a **sviluppare il web al massimo del suo potenziale** (software inclusi). Le sedi principali sono: MIT (nord America), ERCIM (Europa), Keio University (Asia).

Le **W3C Recommendation** sono specifiche tecniche su cui esiste un accordo internazionale maturato attraverso la cooperazione di esperti e standard *de facto* non conseguenti a posizione dominante sul mercato. dalla costituzione del *working group working draft* (primo documento tecnico) *last call working draft* (rapporto tecnico

pubblico) *candidate recommendation* (prevede una call for implementation) *proposed recommendation* (dopo adeguata esperienza implementativa) *w3c recommendation* (documento definitivo distribuito al pubblico). Obiettivi strategici del W3C sono:

- 1) accesso universale
- 2) web semantico (RDF, XML, XML Schema, XML signatures)
- 3) fiducia (web of trust)
- 4) interoperabilità (linguaggi informatici e protocolli aperti, non proprietari)
- 5) capacità evolutiva
- 6) decentralizzazione
- 7) multimedia più eccitante (creatività)

Il W3C ha definito **14 linee guida** per l'accessibilità, ognuna delle quali ha

un **numero**, un **obiettivo** e un **check point**, con livello di priorità 1 (MUST), 2 (SHOULD) o 3 (MAY).

A - Il livello di conformità "A": conforme a tutti i punti di controllo di Priorità 1.

AA - Il livello di conformità "doppia A": conforme a tutti i punti di controllo di Priorità 1,2.

AAA - Il livello di conformità "tripla A": conforme a tutti i punti di controllo di Priorità 1,2,3.

News dalla Camera

Diritto Annuale:

Chi non ha ancora pagato il diritto annuale 2006 può effettuare il pagamento del tributo entro il 20 giugno 2007, aggiungendo gli interessi legali pari al 2,50% e una sanzione ridotta pari al 6%, ciò allo scopo di evitare le previste sanzioni tributarie che possono variare da un minimo del 30% ad un massimo del 100% del diritto omesso.

I codici da inserire sul modello F24 sono i seguenti: LT (cod. ente locale) 3850 (tributo) 3851 (interessi) 3852 (sanzioni). Dal 1° gennaio 2007 tutti i versamenti a mezzo F24 dovranno essere eseguiti necessariamente in maniera telematica presso gli intermediari abilitati.

Comitato Imprenditoria Femminile:

Il Comitato per la Promozione dell'Imprenditoria Femminile ha un nuovo Presidente, Stefania Petrianni, che si accinge a guidare una serie di azioni programmate per il 2007, anno delle pari opportunità, volte a rafforzare il ruolo della donna nell'imprenditoria.



Registro Imprese:

Da oggi è fruibile, per circa il 50% delle imprese attive del Registro Imprese, l'informazione statistica aggiornata del numero addetti d'impresa al 2005.

L'adeguamento dei dati degli addetti, con le informazioni rilevate da INPS, è stato eseguito in un'unica soluzione ed ha coinvolto oltre 3 milioni, tra società di capitale e di persone del Registro Imprese, pari a circa il 50% delle imprese del Registro Imprese non cessate prima del 1/1/2005.

Le informazioni, fornite da INPS, sono caricate nel Registro Imprese e rese disponibili, a solo fine statistico, nel blocco Attività dell'impresa, in sostituzione, se presente, della corrispondente informazione rilevata nel 2001.

Club del Gusto:

E' stato siglato il 1° settembre scorso il protocollo d'intesa tra la Camera di Commercio e la Provincia di Latina per stipulare una nuova collaborazione mirata al raggiungimento degli obiettivi che il Club del Gusto, l'associazione di aziende e ristoranti tipici della provincia nata diversi anni fa con il coordinamento della Camera di Commercio di Latina, intende intraprendere per la valorizzazione dell'enogastronomia tipica del Lazio e, in particolare, della provincia di Latina, stimolando un sempre maggiore consolidamento tra la ristorazione e la filiera agroalimentare locale.

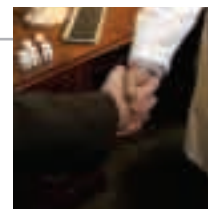


Cooperazione:

Nella sede della Camera di Commercio di Latina, in Via Carlo Alberto, è stato istituito lo sportello "Cooperare Cooperando", curato dalla Confcooperative e dalla Legacoop, con ricevimento tutti i giorni, dal lunedì al venerdì, dalle ore 8.30 alle ore 12.30. Nello stesso orario funziona lo sportello "N.I.S. -Nuova Impresa Sociale". Il pubblico potrà essere ricevuto anche presso le sedi delle strutture provinciali delle due Associazioni coinvolte nell'iniziativa, negli orari di ufficio delle stesse, ovvero dal lunedì al venerdì, la mattina dalle ore 9.00 alle ore 13.00 ed il pomeriggio dalle ore 15.00 alle ore 18.00.

Progetto A.I.D.A.

La Camera di Commercio di Latina e il Pa.L.Mer., Parco Scientifico e Tecnologico del Lazio Meridionale, di cui l'Ente camerale è socio, hanno predisposto un progetto finalizzato a favorire l'introduzione dell'innovazione tecnologica nelle piccole e medie imprese della provincia, istituendo un Fondo rotativo, pari a € 200.000,00, volto ad agevolare le aziende che intendano realizzare programmi di attività volte ad innovare il prodotto e il processo aziendale.



Osserfare

**Il Consuntivo
per il II Quadrimestre 2006
e le previsioni
per il III Quadrimestre**



La Camera di Commercio di Latina quale “socio di qualità” delle imprese pontine, svolge funzioni di supporto e promozione degli interessi generali dell’economia locale nel campo dell’assistenza all’ingresso in nuovi mercati, nonché attraverso la realizzazione di analisi, ricerche di mercato e focus di approfondimento.

Nella prospettiva di fornire un servizio ad alto valore aggiunto creando un punto di osservazione e riferimento per il tessuto produttivo locale, sono state potenziate ed implementate le iniziative di “Osserfare”, l’Osservatorio Economico Statistico Congiunturale. Tra gli appuntamenti dell’osservatorio merita particolare attenzione la “giornata dell’economia”, evento di portata nazionale che ha lo scopo di presentare

i report congiunturali e strutturali sui diversi settori economici, nonché indagini qualitative di approfondimento per il monitoraggio di tematiche rilevanti per il contesto locale. Il nuovo Osservatorio provinciale per lo sviluppo delle politiche economiche e sociali, nato dalla firma del protocollo d’intesa tra la Camera di Commercio di Latina e la Provincia di Latina per dar vita. Tale osservatorio rappresenta lo strumento operativo per aggiornare il quadro conoscitivo specifico sulle dinamiche economiche e sociali che si sviluppano a livello territoriale. In questa prospettiva di crescita e di maggiore radicamento dell’osservatorio economico sul territorio provinciale si cercherà di mettere in campo, per l’appuntamento del 2007, un restyling della giornata dell’economia. In particolare, si cercherà di passare da una mera analisi e lettura dei dati dell’economia pontina, quindi da una fase di semplice monitoraggio, ad una fase più dinamica di progettazione, abbozzando soluzioni e proposte per l’uscita dalle possibili criticità evidenziate. Ed è proprio in questa fase che si cercherà di coinvolgere maggiormente nei circuiti decisionali gli addetti ai lavori, attraverso le associazioni di categoria, inserendo nella giornata dell’economia 2007 testimonianze dirette di esperienze di eccellenza nelle imprese locali e, soprattutto, mettendo a confronto modelli di sviluppo diversi.

Luigi Garullo
(Consigliere Camerale incaricato)

L’economia provinciale si presenta ben agganciata al sistema paese manifestando, nella parte centrale dell’anno, una dinamica congiunturale tendenzialmente in recupero, pur in un quadro di generale deficit rispetto alla situazione nazionale. Entrambi gli indicatori relativi a domanda e fatturato guadagnano oltre un punto percentuale rispetto al quadrimestre precedente, ma restano ancora di segno

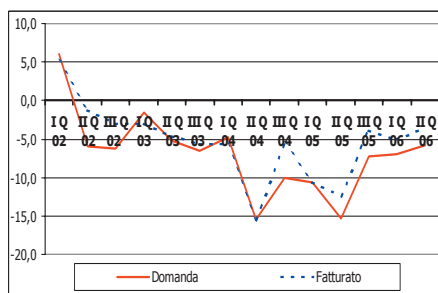
negativo, posizionandosi sul -5,8% e -3,7% rispettivamente. Il confronto con le corrispondenti rilevazioni degli ultimi due anni conferma, comunque, l’immagine di un’economia certamente meno traballante e debole (i saldi¹ relativi alle variabili di performance nei periodi estivi precedenti oscillavano tra il -12,4% e il -15,6%). A determinare simili dinamiche contribuiscono diffusamente tutti i macrosettori di

attività economica, ad eccezione del commercio che delude fortemente le aspettative, manifestate dagli operatori a inizio anno, periodo nel quale si prospettava da parte degli imprenditori del settore un superamento della fase di perdurante criticità che gravava sul comparto.

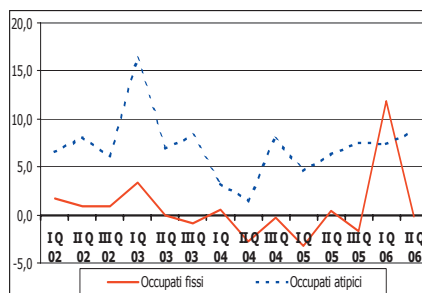
Le performance migliori provengono, al contrario, dal terziario per cui le imprese locali dei servizi dichiarano un sensibile



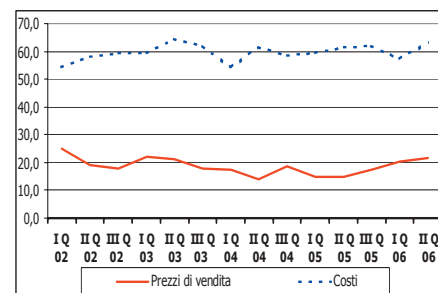
L'andamento della domanda e del fatturato
(saldo %)



L'andamento delle forme di occupazione
(saldo %)



L'andamento dei prezzi di vendita e dei costi di produzione
(saldo %)



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Osserfare

recupero sia in termini di clientela, con il saldo che torna positivo dopo circa due annualità (+6,3% dal precedente -1,4%), che di fatturato, in crescita dalla sostanziale stabilità espressa nei primi mesi dell'anno (+4,0% da +0,4%).

Per gli altri due settori si parla di tenuta costellata di alcune note favorevoli. La stagione estiva 2006 si contraddistingue, rispetto alle precedenti, per una buona performance del comparto turistico, per il quale si riduce drasticamente la quota di imprese che hanno percepito contrazioni nel numero di clienti e nella redditività (i saldi negativi si riducono di circa un terzo rispetto alla rilevazione corrispondente del 2005, attestandosi al -7,9% e -6,4% per domanda e fatturato rispettivamente), aiutate anche da condizioni meteorologiche più favorevoli; appare più chiara la progressione dell'industria, almeno in termini di domanda, sebbene il fatturato resti complessivamente fermo sui livelli dell'anno precedente.

Il mercato del lavoro sembra essere attraversato da una fase di assestamento, dopo i progressi di inizio anno. Il saldo dell'occupazione fissa si ferma sui livelli del primo quadrimestre (-0,2% da +3,4%), prevalentemente per effetto delle scelte operate dalle imprese del turismo e del commercio.

Tornano, invece, a crescere le preferenze nei confronti delle forme di lavoro flessibile, con l'indicatore che si porta al +8,7%, frutto di dinamiche settoriali fortemente

contrastanti per cui a trainare la dinamica espansiva sono gli operatori dell'industria e dei servizi, mentre si riduce il ricorso all'occupazione atipica da parte delle imprese turistiche e commerciali. Nell'economia pontina anche l'ultimo quadrimestre sembra, quindi, confermare la tendenza ad una sostituzione dell'impiego fisso con altro temporaneo, nonostante gli strumenti di stabilizzazione introdotti dal legislatore. Fanno eccezione turismo e commercio, dove le performance negative degli anni monitorati non sembrano portare ad espansioni significative della base occupazionale.

Le variabili competitive riprendono a viaggiare nella stessa direzione: prezzi e costi accelerano, infatti, in corrispondenza di questo secondo quadrimestre. Per i primi si tratta oramai del quarto ritocco consecutivo, che porta il saldo a raggiungere il valore più alto dal 2003 (+21,5%), determinato, in particolar modo, dagli incrementi dei prezzi attuati dagli operatori turistici, nonché dalle attività commerciali. Tutto ciò, a fronte di costi aziendali percepiti in ulteriore inasprimento da un numero crescente di imprese (il saldo sale al +63,0% dal precedente +57,4%).

In questo contesto, permane critica la situazione finanziaria delle aziende locali che lamentano una liquidità in contrazione (-21,8%), pur se con ritmi leggermente meno pressanti rispetto all'anno passato, soprattutto per le imprese del turismo, in relazione alle quali si dimezza il valore

dell'indicatore negativo, attestato intorno al -10% nel corso del 2006.

LE PREVISIONI

Ancora una volta, a conferma di un atteggiamento che si ripete nel tempo, le aspettative di fine anno risultano permeate da un minore ottimismo rispetto al periodo estivo. Gli indicatori relativi alla domanda e al fatturato tornano a scendere, permanendo comunque positivi (+1,8% e +6,6% rispettivamente), come non accadeva da due anni, e secondo una dinamica che interessa diffusamente tutti i settori di attività economica. A soffrire maggiormente un peggioramento del clima di fiducia sono le imprese del commercio che rivedono al ribasso le prospettive di crescita formulate nei mesi precedenti (i saldi tornano negativi e pari a -4,2% da +5,3%, per la domanda, e -1,3% da +4,8%, per il fatturato), anche a fronte di una situazione congiunturale che non accenna a consolidarsi. Più contenuto, invece, il ridimensionamento delle aspettative per gli operatori del terziario e dell'industria, specialmente in termini di redditività.

(1) Il saldo rappresenta la differenza tra la percentuale di esercizi che dichiarano un aumento per un dato indicatore dell'attività economica dell'azienda (rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente) e la quota di quelli che invece rilevano una diminuzione (sempre rispetto al periodo corrispondente dell'anno precedente).

R

elazione previsionale e programmatica del Consiglio Camerale al Preventivo economico 2007

“La relazione previsionale e programmatica aggiorna annualmente il programma pluriennale di cui all’art. 4 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 relazione previsionale e programmatica rappresenta, inoltre, il presupposto fondamentale per la predisposizione del preventivo economico 2007 e del relativo budget direzionale, così come articolato e strutturato ai sensi del DPR 254/2005. Eccone alcuni stralci:

L’Ente camerale intende continuare a svolgere la sua attività preponderatamente orientata ad assumere il ruolo di Agente di sviluppo locale, in stretta sinergia con gli altri attori di tale importante azione (Regione Lazio, Provincia di Latina, Enti locali, Associazioni imprenditoriali, Organismi del sistema camerale, Società partecipate).

Ma in parallelo a questo irrinunciabile obiettivo, si pongono altre importanti azioni connesse alla “mission” della Camera quale soggetto erogatore di servizi pubblici di natura amministrativa; in tal senso, nel prossimo esercizio, l’azione dell’Ente sarà caratterizzata in linea generale dai seguenti aspetti istituzionali:

- prosieguo dell’attività di semplificazione e miglioramento dei rapporti con l’utenza, anche attraverso l’eventuale

attivazione di nuove procedure e sportelli telematici;

- applicazione delle norme di contenimento della spesa pubblica e di snellimento dell’attività amministrativa (Registri, Albi e Ruoli) emanati nel corso del 2006 dal legislatore, con particolare riferimento al D.L. 4 luglio 2006 n. 223 (Bersani) convertito, con modificazioni, nella legge 4 agosto 2006 n. 248;

- utilizzo nella procedura di acquisto di beni e servizi e di progettazione ed esecuzione di lavori, delle modalità e dei criteri sanciti dal nuovo Codice dei contratti pubblici, in vigore anche per gli Enti camerali dal 1° luglio 2006 a seguito dell’approvazione del D.lvo 12 aprile 2006 n.163;

- adozione dall’esercizio 2007 dei nuovi schemi di bilancio introdotti dal nuovo regolamento di contabilità per gli Enti camerali (DPR 257/2005);

- miglioramento dell’attività di comunicazione agli utenti, anche con l’utilizzo di nuovi sistemi di informazione immediata (Progetto CRM) e su reti telematiche (Internet, Intranet);

- razionalizzazione dei processi di erogazione dei servizi attraverso una revisione dell’organizzazione interna delle risorse umane, tecniche ed informatiche.

Università

...la definizione di canali formativi indirizzati all’orientamento dei giovani collocati nella fascia post-scuola superiore e pre-università, ...l’introduzione di percorsi didattici qualificati legati alla formazione universitaria di base e successivi al diploma di laurea.

Formazione

In provincia, la risposta ad un’economia

sempre più orientata all’informazione ed alla conoscenza è garantito dalla società partecipata STEP e dalla Agenzia per i servizi formativi per il lavoro della provincia di Latina (partecipata per il 20% del capitale sociale dall’Ente camerale e per il restante 80% dalla Provincia)...

A tali strumenti, sicuramente utili per intensificare i legami con il mondo produttivo, si aggiungono progetti per realizzare azioni integrate con Università, scuole, associazioni di categoria ed Enti appartenenti ad altri paesi dell’Unione Europea, con riferimento alla formazione post-diploma e post laurea e alle diverse metodologie didattiche...

Ricerca

La convinzione che l’innovazione e la ricerca costituiscano un’esigenza imprescindibile ed un importante fattore strategico per il tessuto imprenditoriale locale, è alla base del progetto di attivazione sul territorio di un corso di laurea specialistica in Ingegneria informatica, ambientale e meccanica...

Ambiente

Occorre, dunque, che la Camera di Commercio inauguri una stagione di impegni sia sul versante associativo che su quello dei rapporti istituzionali animata da un unico e costante obiettivo: allargare la platea delle aziende sensibili ai sistemi di ecogestione attraverso mirate azioni di sensibilizzazione...

Energia

La formula sperimentale di Alea delle micro centrali che generano da un unico processo di combustione sia energia meccanica (trasformata in energia elettrica da un generatore) che energia termica, da installare presso quattro siti

industriali della provincia già individuati (di cui uno già operativo e funzionante), appare una soluzione di reale interesse per il territorio che dovrebbe essere sostenuta e consolidata con adeguate forme agevolative (es. Consorzio Intrafidi). E' auspicabile, inoltre, che tale sistema possa essere applicato anche al comparto florovivaistico e, più in generale, al sistema agricolo pontino...

Ulteriori interventi in tema di ricerca di fonti energetiche alternative possono riguardare la concessione di contributi camerali in conto interessi ...e l'ipotesi di incentivi per la realizzazione di impianti a biomassa, ossia produzioni energetiche di origine agricola che rendono possibili il riscaldamento utilizzando apparecchiature alimentate con i prodotti più disparati provenienti dalle attività agricole, compresi quelli di scarto.

Distretti

...Attualmente, le ipotesi progettuali in materia riguardano:

- a) distretti rurali ed agroalimentare di qualità;
- b) sistemi produttivi industriali (chimico farmaceutico ed agroindustriale);
- c) sistema produttivo locale della nautica;
- d) distretto culturale "Città di Fondazione".

Credito

Si conferma l'interesse ed il sostegno al Consorzio Intrafidi. Il Consorzio ha raggiunto un importante traguardo con l'ingresso della Provincia di Latina nella compagine consortile, che ha comportato un afflusso di risorse importanti per proseguire l'attività sul territorio a favore del tessuto economico provinciale.

L'importo complessivo del monte fidejussioni deliberato dalla Provincia di Latina ammonta infatti ad € 3.500.000,00, il che ha consentito di stipulare una serie di nuove convenzioni con vari Istituti di credito dislocati sul territorio.

Le attività convenzionate con gli Istituti di Credito locali sono numerose e strategico appare il rapporto con Unionfidi Lazio s.p.a..

L'anno 2007 prevede una più incisiva presenza sul territorio da parte del Consorzio, unitamente ad un maggior coin-

volgimento della struttura nell'attività di promozione dello stesso...

Studi ed informazione economico-statistica

Nel corso del 2007 l'Osservatorio camerale dovrà proseguire il suo percorso di crescita e di affermazione a livello locale, ampliando il più possibile gli ambiti di indagine anche ad altri aspetti rilevanti per la nostra provincia, oltre quelli consueti...

A tal proposito, si rammentano gli accordi con la Provincia di Latina che hanno previsto un percorso consulenziale di accompagnamento da parte di Osserfare ai fini della costituzione di un Osservatorio sul mercato del lavoro; il protocollo d'intesa siglato con l'Osservatorio Epidemiologico Pontino, dell'Assessorato alla Sanità del Comune di Latina, per la realizzazione dell'indagine sulla mortalità nel comune di Latina, interamente condotta dai tecnici di Osserfare; nonché la collaborazione con la Consulta provinciale per l'immigrazione della Prefettura di Latina, per l'analisi delle dinamiche e dell'impatto socio-economico a livello locale dei fenomeni migratori in provincia di Latina...

E' proprio in questa logica che, in occasione della Giornata dell'Economia 2006, si è siglato il protocollo d'intesa con la Provincia di Latina, istitutivo dell'Osservatorio Provinciale per lo Sviluppo delle Politiche Economiche e Sociali (OPSPES)...

Valorizzazione della filiera turistica

...Potenziare le azioni volte al superamento delle problematiche di assetto territoriale e, in particolare, infrastrutturale presenti in ambito provinciale, nella consapevolezza che il sistema dei trasporti è uno dei settori chiave per la modernizzazione dell'economia locale...In tale contesto si colloca l'interesse condiviso dalla Provincia di Latina, dal Comune di Latina e dalla Regione Lazio, in merito all'intenzione di insediare presso il capoluogo pontino un Aeroporto Civile...La Regione Lazio ha già approvato un documento programmatico con cui vengono tracciate le linee guida dell'assetto aeroportuale regionale e, nello specifico, per la provin-

cia di Latina si fa riferimento al traffico charter e low cost, trasferito dall'aeroporto di Ciampino. A tale scopo, l'Ente camerale, interessato alla progettazione e alla gestione di grandi infrastrutture, rivestendo un ruolo trasversale e concreto, ha affidato all'Università di Roma "La Sapienza" - Dipartimento Idraulica Trasporti e Strade, lo studio di fattibilità per l'aeroporto di Latina...Parallelamente occorre stimolare e promuovere le condizioni necessarie per la nascita e lo sviluppo delle attività portuali-turistiche non solo riferite all'ambito del Golfo di Gaeta ma anche all'area nord del territorio provinciale, da individuare nella zona Marina di Latina, a tutt'oggi priva di spazi e servizi adeguati... Infine, un riferimento alla viabilità stradale che rappresenta la spina dorsale del trasporto merci e del movimento escursionistico, a sostegno della quale occorre prevedere prioritariamente...l'eliminazione dei disagi creati dalla strozzatura che paralizza il traffico a sud del territorio provinciale, il collegamento del sistema autostradale locale alle grandi direttrici nazionali ed europee, la creazione di un'intersezione orizzontale verso l'Adriatico.

- Costituzione di un Centro Studi per la valorizzazione del turismo locale...una struttura in grado di monitorare ed analizzare le dinamiche dei principali fenomeni culturali, economici, ambientali ed enogastronomici che investono la provincia di Latina e che risultano funzionali alla progettazione dei Sistemi Turistici Locali...in particolare in materia di Ricerca; Studio; Sviluppo ed innovazione; Crea-



zione ed implementazione della rete di strutture che devono interagire; Promozione della conoscenza; Formazione.

- Creazione di un Convention Bureau per perseguire lo sviluppo congressuale del territorio...e coordinare il sistema di offerta locale, selezionare i servizi, verificare il livello qualitativo e farsene garante nei confronti della clientela; documentare e promuovere la destinazione congressuale, mettendo a disposizione del cliente un'informazione completa; contribuire alla qualificazione professionale dell'intero sistema; interagire con le istituzioni locali...

Sviluppare la portualità turistica e la nautica.

L'industria cantieristica navale e nautica da diporto in provincia di Latina, muove i primi significativi passi negli anni '70, e già dieci anni dopo viene qualificato come comparto industriale di "eccellenza".

...negli ultimi cinque anni, la crescita delle imprese legate alla cantieristica navale e nautica da diporto in provincia è stata superiore al 50%, confermando la presenza di un indotto articolato e qualificato.

Tale generale trend di crescita, peraltro, in controtendenza rispetto alla quasi totalità dei comparti manifatturieri della provincia dove, invece, si assiste alla continua cessazione di attività industriali, non può che confermare la natura fortemente strategica dell'industria cantieristica navale e nautica.

Un passaggio necessario per la conservazione e lo sviluppo del vantaggio competitivo che caratterizza il settore, riguarda

la valorizzazione del ruolo del territorio... L'Ente camerale, da qualche mese, ha avviato ogni azione utile per la valorizzazione e l'implementazione del settore prevedendo piani strategici per lo sviluppo integrato dell'economia legata alla risorsa mare. L'obiettivo più importante è il riconoscimento di un sistema produttivo locale della cantieristica navale e nautica da diporto in provincia di Latina (ai sensi della L.R.36/2001)...occorre comunque programmare attività di supporto alla competitività dell'intero sistema produttivo... al riguardo, l'Ente camerale oltre a confermare la propria partecipazione all'annuale Salone Nautico di Genova con uno stand istituzionale che consente agli operatori una viva partecipazione alle strategie di internazionalizzazione, intende realizzare nel 2007 un Workshop in provincia di Latina, capace di attrarre operatori nazionali ed esteri, in collaborazione con l'Unioncamere, l'Istituto per il Commercio Estero e le CCIAA di Napoli e Salerno, a supporto dell'immagine e dello sviluppo commerciale del comparto, così da dare visibilità alle caratteristiche che contraddistinguono i prodotti nautici "Made in Latina".

Innovazione e qualità del sistema produttivo locale

La Camera di Commercio, attraverso la sua partecipata Step S.p.a. consortile, nell'ambito del Fondo perequativo nazionale 2003 ha condotto una ricerca sui settori agroalimentare e meccatronica, per capire il fabbisogno di innovazione tecnologica.

Da tale ricerca è emerso un fabbisogno di informazione che dovrebbe essere colmato...Inoltre, potrebbe essere attivato una sorta di Osservatorio sull'Innovazione...Potrebbe essere dato un impulso ai brevetti attraverso incentivazioni alle imprese, consistenti in servizi reali, attraverso il supporto tecnico dei centri dell'intelligenza (con i quali potrebbero essere stipulati degli accordi in tal senso) e un piccolo contributo finanziario a copertura delle spese...

Commercializzazione e internazionalizzazione delle imprese

Per il 2007 l'azione camerale dovrebbe concretizzarsi in:

- diplomazia commerciale: la costruzione

di opportune relazioni con le istituzioni estere, come le camere di commercio, le ambasciate, i consolati funge da potente stimolo per accrescere le opportunità delle imprese...

- creazione di un network di esperti dei mercati internazionali, nei vari campi (dal marketing alla contrattualistica, dai sistemi dei pagamenti a quello doganale), che possa fornire un'assistenza alle imprese desiderose di fare il salto di qualità...

- sostegno all'attività della partecipata SECI Spa

La società, com'è noto, ha lo scopo di favorire e promuovere l'internazionalizzazione delle imprese della provincia di Latina e la collaborazione fra le imprese...le attività programmate e fortemente volute dagli amministratori camerali e vertici aziendali si sono fin dal principio concentrate sull'attivazione di rapporti di collaborazione con organismi istituzionali siti nei Paesi che, in accordo con le linee di programmazione dell'internazionalizzazione della Regione Lazio, sono risultati più appetiti dal tessuto imprenditoriale laziale, quali Egitto, Cina, Polonia, Tunisia, Marocco...

Inoltre, sono state consolidate le attività dei consorzi "Agro dei Miti" e "Florlatina"... Pertanto, proseguirà l'attività seminariale e saranno sviluppati i rapporti con le Camere di Commercio estere ed in particolare con gli uffici ICE dislocati all'estero, al fine di approntare nuovi modelli di sinergia volti allo sviluppo di collaborazioni nei settori principali dell'economia, quali l'agroalimentare, il florovivaismo, la nautica e l'artigianato artistico.

Dovranno essere studiate forme di collaborazioni con organismi nazionali di credito e assicurazione all'esportazione, quali Simest e Sace e attivati ulteriori tavoli di confronto con le Associazioni di categoria per la definizione di progetti specifici per comparto economico.

E' strategico, peraltro, valorizzare il rapporto di collaborazione con la Provincia di Latina, per la costruzione di un'immagine unitaria sui mercati nazionali ed esteri ed una ottimizzazione delle risorse...

- ...logistica integrata ...e' un processo



che la Camera di commercio intende sostenere con interventi che aiutino le imprese della provincia ... in modo da realizzare un valore aggiunto alla gestione del personale.

- aggregazione di imprese

Contribuire a favorire i processi di aggregazione, attraverso la fusione o la costituzione di Consorzi tra imprese.

- sviluppo dell'imprenditoria femminile

Il Comitato Imprenditoria Femminile di Latina...la cui mission è la tutela, formazione, supporto e stimolo alle Imprese al femminile, ...ha l'obiettivo di creare condizioni favorevoli allo sviluppo imprenditoriale,...pertanto, tra i punti programmatici, sui quali il Comitato intende impegnarsi figurano:

1. Azioni salienti inerenti la Rappresentanza che riguarderanno tre punti princi-

pali: a) interventi inerenti l'Anno europeo delle Pari Opportunità quali incontri e manifestazioni collegate agli obiettivi dell'Anno, tra cui una manifestazione di apertura dell'iniziativa; campagne di informazione ed educative ed altre misure a livello nazionale, volte a divulgare i principi e i valori, compresa l'organizzazione di premi e competizioni; sondaggi e studi, diversi da quelli svolti in ambito comunitario. B) Azione di collegamento con gli altri Comitati c) Interventi presso gli Enti Pubblici e Locali

2. Per quanto riguarda la Ricerca e la Formazione, il Comitato ha puntato su ... una Ricerca: un Monitoraggio ed una Mappatura territoriale delle nostre imprese, soprattutto relativa ai fabbisogni ed alle necessità ...

3. Riguardo alla Promozione, il Co-

mitato non può rinunciare ad Athena Workshop, ...Nell'ambito della manifestazione si intende istituire un Riconoscimento ... al fine di premiare la partecipazione delle Imprese e far emergere le punte di eccellenze.

- tutela dei consumatori

Sarà posta la massima attenzione alle problematiche inerenti la tutela dei consumatori, individuando nuove iniziative a vantaggio degli stessi ivi comprese le attività relative agli strumenti di giustizia alternativa (arbitrato, conciliazione) attraverso attività formative, controllo sulla qualità delle produzioni, ulteriori regolamenti tipo per attività economiche di maggiore coinvolgimento.

PREVENTIVO ECONOMICO ANNO 2007

VOCI DI ONERI/PROVENTI	VALORI COMPLESSIVI		FUNZIONI ISTITUZIONALI				TOTALE (A+B+C+D)
	PREVISIONE CONSUNTIVO	PREVENTIVO ECONOMICO	Organi istituzionali e segreteria generale	Servizi di supporto	Anagrafe e servizi di regolazione del mercato	Studio, formazione, informazione e promozione economica	
	AL 31.12.2006	2007	(A)	(B)	(C)	(D)	
GESTIONE CORRENTE							
A) Proventi correnti							
1) Diritto annuale	7.480.000	7.680.000	-	7.680.000	-	-	7.680.000
2) Diritti di segreteria	2.300.000	2.335.000	-	-	2.278.000	57.000	2.335.000
3) Contributi trasferimenti	470.000	490.000	-	190.000	300.000	-	490.000
4) Proventi da gest. Beni e servizi	171.000	172.000	-	127.000	-	45.000	172.000
5) Variazione rim.	- 12.800	- 38.000	-	- 38.000	-	-	- 38.000
TOTALE PROVENTI CORRENTI (A)	10.408.200	10.639.000	-	7.959.000	2.578.000	102.000	10.639.000
B) Oneri correnti							
6) Personale	4.088.086	3.860.296	561.002	827.497	1.866.623	605.174	3.860.296
7) Funzionamento	3.339.934	3.298.827	532.492	1.294.953	1.137.242	334.140	3.298.827
8) Interventi Economici	3.000.000	3.630.000	-	-	-	3.630.000	3.630.000
9) Ammortam. ed accantonam.	603.000	669.877	126.490	142.131	292.644	108.612	669.877
TOTALE ONERI CORRENTI (B)	11.031.020	11.459.000	1.219.984	2.264.581	3.296.509	4.677.926	11.459.000
RISULTATO GESTIONE CORRENTE (A-B)	- 622.820	- 820.000	- 1.219.984	5.694.419	- 718.509	- 4.575.926	- 820.000
C) GESTIONE FINANZIARIA							
10) Proventi finanziari	128.000	105.000	-	105.000	-	-	105.000
11) Oneri finanziari	110.000	115.000	-	115.000	-	-	115.000
RISULTATO GESTIONE FINANZIARIA	18.000	- 10.000	-	- 10.000	-	-	- 10.000
D) GESTIONE STRAORDINARIA							
12) Proventi straordinari	-	-	-	-	-	-	-
13) Oneri straordinari	300.000	-	-	-	-	-	-
RISULTATO GESTIONE STRAORDINARIA	- 300.000	-	-	-	-	-	-
AVANZO / DISAVANZO ECONOMICO D'ESERCIZIO (A-B +/- C +/- D)	- 904.820	- 830.000	- 1.219.984	5.684.419	- 718.509	- 4.575.926	- 830.000
PIANO DEGLI INVESTIMENTI							
E) Immobilizzazioni immateriali	-	30.000	-	30.000	-	-	30.000
F) Immobilizzazioni materiali	-	530.000	-	530.000	-	-	530.000
G) Immobilizzazioni finanziarie	-	40.000	-	-	-	40.000	40.000
TOTALE INVESTIMENTI (E+F+G)	-	600.000	-	560.000	-	40.000	600.000

Seci nel mondo

Le esportazioni delle imprese pontine, secondo gli ultimi dati, hanno un trend positivo. L'export pontino è del 27,3% dell'intera Regione Lazio. Latina è seconda solo a Roma. Un processo, quello dell'internazionalizzazione delle PMI della Provincia di Latina, che negli ultimi anni ha subito una crescita esponenziale, grazie all'operato di **SECI S.p.A. Consortile**. La società partecipata dalla Camera di Commercio di Latina, nasce, infatti, con l'intento di assistere le aziende pontine nel percorso mirato allo sviluppo delle proprie attività all'estero, incentivando i rapporti di interscambio commerciale finalizzati non solo all'import/export, ma anche a possibili delocalizzazioni delle attività produttive.

Affiancare le aziende passo dopo passo nelle varie fasi di sviluppo del processo di internazionalizzazione è, dunque, l'obiettivo principale che SECI si pone offrendo alle imprese servizi di consulenza personalizzata sul commercio estero capaci di spaziare dalla contrattualistica alla fiscalità internazionale, dal marketing territoriale ai finanziamenti ed agevolazioni del caso, con la fornitura di statistiche dettagliate e reports di affidabilità sulle aziende estere.

Assistenza, consulenza, ricerca e studio: questi i servizi offerti da SECI nell'ottica di promuovere e commercializzare i prodotti delle imprese orientate ai mercati internazionali, contribuendo al contempo alla diffusione di una cultura economica capace di favorire l'azione e la localizzazione di investimenti esteri all'interno della provincia di Latina.

In linea con le politiche dell'ente camerale, intese a valorizzare gli scambi commerciali con l'estero ponendo al centro del sistema economico i rapporti con il Mediterraneo e con i mercati emergenti, puntando soprattutto sul turismo e sull'agricoltura, SECI ha organizzato nell'ultimo semestre del 2006 una serie di incontri, seminari, convegni ed appuntamenti B2B per analizzare rischi ed opportunità offerte dai mercati internazionali. Nell'ambito del nuovo piano di sviluppo che vede le imprese ponti-



ne proiettate verso i mercati esteri più promettenti, a seguito dei successi già ottenuti con i seminari tematici su **Cina, Polonia ed Egitto**, è stato organizzato a fine settembre un convegno dal tema **"Mediterraneo prossimo venturo: internazionalizziamo le PMI locali"**. Un incontro nato dall'esigenza di vagliare potenziali sbocchi di cooperazione commerciale con la Tunisia ed analizzare le reciproche opportunità economiche e di investimento. Evento cui ha partecipato, quale presenza di spicco, l'Ambasciatore della Tunisia in Italia – **S.E. Habib**

Mansour, intervenuto al dibattito per sottolineare la dinamica promettente che accompagna l'evoluzione del partenariato tunisino-italiano consolidato dal 2004, anno dell'entrata in vigore del trattato di amicizia, di buon vicinato e di cooperazione.

Attraverso l'organizzazione e la partecipazione a fiere, manifestazioni e workshop le aziende della provincia di Latina aderenti ai progetti di internazionalizzazione promossi da SECI hanno avuto, in questi mesi, l'opportunità di avvicinare realtà estere di particolare interesse come è accaduto ad ottobre presso la *Maison de l'Isere di Parigi*. In tale occasione una delegazione pontina costituita da aziende di spicco nei settori produttivi di eccellenza, quali il turismo, la nautica e il settore agroalimentare, grazie ad un *workshop* organizzato congiuntamente alla Provincia di Latina, hanno incontrato buyers francesi tra gli operatori della grande distribuzione organizzata, di quella tradizionale e del circuito HORECA (ristoranti, alberghi).

Occasioni create per far conoscere ed apprezzare le ottime produzioni di vino, olio, pasta e conserve agroalimentari della nostra provincia, tra cui non si può non annoverare le partecipazioni promosse da SECI a fiere di livello mondiale, come il Salone Internazionale dell'Agroalimentare **SIAL PARIGI 2006**, tenutosi dal 22 al 26 ottobre scorso nella capitale francese. La più prestigiosa manifestazione biennale del settore agroalimentare, in cui notevole apprezzamento ha riscosso la qualità delle pro-

duzioni pontine esposte dalle aziende aderenti al **Consorzio Agro dei Miti**.

Forte interessamento da parte di buyers della grande distribuzione, di hard discount, dei cash & carry, nonché grossisti ed importatori, hanno suscitato anche altri prodotti, tra cui spicca l'IGP Kiwi Latina, che, grazie al supporto offerto da SECI, ha ultimamente presentato un programma promozionale mirato al mercato degli States.

Per poter concretizzare attività di export incontrando tutti i circuiti di distribuzione e sviluppando il proprio volume d'affari con operazioni Business to Business in un altro promettente mercato, quello polacco, il 15 e 16 novembre a Varsavia, SECI ha partecipato con il *Progetto Orto dei Miti* alla più importante fiera del settore ortofrutticolo internazionale: **AGF POLAND 2006 – International Fruit & Vegetable Trade**. Una manifestazione che ha rappresentato un'importante opportunità di promozione per il settore ortofrutticolo "made in Latina" che, grazie al supporto offerto congiuntamente dai due Assessorati della Provincia di Latina, quello all'Agricoltura e quello alle Attività Produttive, punta allo sviluppo dell'internazionalizzazione del sistema imprenditoriale pontino. Attraverso il *Progetto Orto dei Miti*, si è messa in atto una sinergica strategia di concretizzazione dei processi di sviluppo commerciale di piccole attività agricole appartenenti al territorio provinciale. Un piano complesso articolato in quattro macro-azioni, la cui 1^a fase è stata già realizzata in giugno, con la partecipazione ad un *workshop* a Varsavia, in

cui rappresentanti del mondo imprenditoriale agricolo, affiancati da figure istituzionali di SECI e Provincia di Latina, hanno avuto l'opportunità di incontrare un folto numero di operatori commerciali polacchi, importatori, distributori e responsabili di piattaforme logistiche dando vita a proficui rapporti di scambio commerciale. Alla 2^a fase del progetto, che coincide con l'evento fieristico *AGF Poland*, seguirà una 3^a fase di incoming di operatori polacchi, prevista dal 12 al 15 dicembre prossimo, in cui le aziende agroalimentari pontine apriranno le porte delle loro filiere per offrire una visita organizzata dei propri sistemi di produzione che si concluderà con un *workshop b2b*. Il 4^a ed ultimo step, cui giungeranno le aziende nei primi mesi del 2007, prevede un piano di promozione e distribuzione dei prodotti pontini da attuare attraverso l'organizzazione di

una "settimana di degustazione" presso appositi *corner* ubicati all'interno dei supermercati appartenenti alle più grandi catene di distribuzione di nazionalità polacca. Si tratta di un progetto notevole cui partecipano complessivamente 21 O.P. (Organizzazioni di produttori) in rappresentanza di oltre mille aziende che operano nel settore orticolo della nostra provincia (con un fatturato complessivo di circa 200 milioni di euro all'anno) che, dunque, assume un certo spessore sotto il profilo economico-territoriale facendo prevedere sin d'ora allettanti prospettive di sviluppo e crescita.

Lucia De Blasio
SECI Latina
via C. Alberto, 22 - Latina
tel 0773.40741



Centro Studi Turismo

**da una precisa condivisione tra
la Camera di Commercio e la Provincia
di Latina nasce il Centro Studi per la
valorizzazione del Turismo locale**

La Camera di Commercio è da sempre impegnata per la valorizzazione del settore del turismo provinciale in tutte le sue componenti di filiera e le sue politiche di sviluppo.

Oggi per lo sviluppare in modo organico le potenzialità e le vocazioni turistiche del territorio pontino servono strategie di intervento, strategie condivise.

L'obiettivo è di concretizzare il "passaggio dalla vocazione al sistema turistico", l'Ente camerale, in questo contesto si propone, quindi, come il riferimento centrale per monitorare il fenomeno del turismo in tutte le sue componenti, coinvolgendo in questo percorso la Provincia, le Comunità Montane e Isolane, i Comuni, i Parchi e le Riserve Naturali, le Università, i Consorzi di Bonifica, le Associazioni, gli altri Enti preposti e soprattutto le imprese e i suoi operatori.

La Camera di Commercio, ponendosi un obiettivo ambizioso, ha istituito un Centro Studi sul Turismo ed un suo Laboratorio Sperimentale sul Turismo, per svolgere un ruolo di coordinamento e di cabina di regia, per studiare il fenomeno turistico e per creare la piattaforma programmatica per lo sviluppo condiviso della provincia di Latina.

Il turismo da oggi sarà interpretato come contenitore di tutte le risorse territoriali e come modello e volano di sviluppo della provincia.

Raccogliere, analizzare, monitorare, non solo i dati del settore, ma organizzare nuove funzioni progettuali capaci di dare una chiave di lettura al territorio funzionale alla messa in rete delle risorse per creare eccellenze, sperimentando nuovi modelli di sviluppo sia per Aree omogenee che per tematismi tramite il

Laboratorio Sperimentale sul Turismo, con l'obiettivo ambizioso della messa a sistema delle reti interne ma con la pretesa di traghettare la provincia di Latina nel sistema dell'Area del Mediterraneo, proponendosi come capofila di questa tematica.

Coordinare la conoscenza presuppone, infatti, un approccio professionale ed integrato in grado di sviluppare approfondimenti tematici, settoriali e geografici, evitando dispersione di risorse e duplicazione di progetti.

Coordinare la conoscenza presuppone, inoltre, la capacità di analisi e di valorizzazione dell' Turismo integrato condiviso in tutte le sue componenti, con riferimento alla cultura, all'ambiente, agricoltura, all' enogastronomia, alla nautica etc.

L'esperienza della legge per la Valorizzazione integrata Turismo/Ambiente/Cultura, attività di programmazione a cui la Camera di Commercio ha partecipato insieme alle tre Comunità Montane, rispettivamente, la XIII dei Monti Lepini, la XVII dei Monti Ausoni e la XXII dei Monti Aurunci, e che ha visto protagonisti ben 27 Comuni, la Provincia, l'Ente camerale, gli Enti Parco, ecc., è sicuramente positiva, ma necessita di un punto di osservazione unico che sappia analizzare punti di forza e di debolezza e razionalizzare le risorse.

L'inserimento in un unico circuito turistico dei diversi Comuni dei Monti Lepini, Ausoni ed Aurunci, è uno dei nuovi veri obiettivi da perseguire.

Questa operazione ha richiesto l'adeguamento dell'offerta storico-artistica, ambientale ed eno-gastronomica alle necessità della domanda turistica, ol-

tre alla creazione di percorsi di visita con segnaletica particolareggiata ed informativa sia di "avvicinamento" che "illustrativa" sui vari punti del territorio, realizzando una "messa a sistema" dell'offerta.

Questa operazione, appunto, impone oggi un nuovo obiettivo: implementare un nuovo modello di fare turismo, capace, in una competizione tra territori a vocazione turistica, di catturare "flussi turistici", attraverso una comunicazione mirata che valorizzi il territorio e le sue capacità di accoglienza anche attraverso politiche promozionali efficaci in grado di procurare un ritorno effettivo delle azioni compiute.

Occorre, quindi, sempre più la capacità di fare scelte condivise ai vari livelli istituzionali, dove ognuno è chiamato a fare la sua parte, nell'utilizzare le risorse finanziarie e le nuove leggi.

In questo senso è positivo l'approccio della Regione Lazio che sta legiferando una Testo coordinato di riordino sulla tematica del turismo, introducendo la definizione dei Sistemi Turistici Locali, rivedendo e disciplinando la presenza promozionale della Regione Lazio in Italia ed all'estero.

Appare necessario creare un nuovo modello di destinazione turistica che dovrà avere tre caratteristiche: integrata, raggiungibile e fruibile in termini di collegamento longitudinale e trasversale legando le peculiarità di ogni soggetto valorizzandone al massimo, al fine di creare attrattività.

La Camera di Commercio di Latina si candida, in questo contesto, ad assumere un ruolo di coordinamento nel "processo di integrazione" tra territori e

risorse finanziarie, tra cultura e Sistemi Turistici Locali.

L'obiettivo è, dunque, creare nuove sinergie tra i vari Sistemi come ad esempio il Sistema collinare ed il Sistema balneare, fare confluire gli sforzi e le risorse in un'unica direzione; oggi la politica si deve impegnare a sviluppare strategie di Governance tra i vari livelli istituzionali, "legare Turismo, Mare e Economia" in modo tale da portare ricchezza dalla costa all'interno del territorio fino alla collina.

Oggi i territori hanno il dovere di valorizzare le proprie vocazioni, i propri giovani, la propria cultura in un processo di concertazione dove ognuno deve fare la propria parte, questo è l'impegno della Camera di Commercio, partendo dal coordinamento e la diffusione della conoscenza sia interna al territorio sia a carattere nazionale, ma specialmente a carattere internazionale ed in particolare nell'Area Mediterranea, per favorire la qualificazione e l'internazionalizzazione di tutti gli attori della provincia di Latina. E' in questo contesto e nell'ambito delle iniziative di promozione economica, in particolare per il settore turistico, che la Camera di Commercio di Latina ha inteso costituire il Centro Studi sul Turismo, in totale accordo con la Provincia di Latina.

Ciò nella considerazione che il Turismo, nell'ottica della sua sostenibilità territoriale e mediterranea, è uno strumento di crescita e di sviluppo con forte valenza territoriale, capace di sviluppare le attività economiche, creare occupazione e benessere.

Per rendere il "fenomeno turistico" motore di sviluppo territoriale, va oportu-

namente studiato, monitorato, indirizzato e gestito in modo integrato, coinvolgendo tutti gli operatori, istituzioni, enti e associazioni che, in un quadro di coordinamento unico, consentano di governare le macroattività per indirizzare la crescita verso obiettivi di sviluppo da raggiungere armonicamente in un'ottica di sostenibilità piena, consentendo una gestione razionale e strategica orientata a risultati di breve, medio e lungo periodo.

In particolare il Centro Studi sul Turismo perseguirà le seguenti finalità e linee metodologiche:

Finalità del progetto

Il centro studi sul turismo, attraverso la creazione ed il coordinamento di una serie di competenze specifiche caratterizzate da una specializzazione settoriale, è il catalizzatore finale delle attività camerali sul tema del turismo, facendo convergere gli sforzi in modo congiunto in materia di:

- Ricerca
- Studio
- Sviluppo ed Innovazione
- Creazione ed implementazione della rete di strutture che andranno ad integrare
- Promozione della conoscenza
- Formazione

Si tratta quindi di realizzare una reale innovazione di processo e di servizio per consentire di gestire il Turismo come sistema integrato su base territoriale e Mediterranea con un unico centro di supervisione e controllo.

Il progetto intende, quindi, raggiungere

le seguenti finalità:

1. monitorare la fenomenologia turistica creando gli strumenti e/o i link con le opportune banche dati per avere dati validati in tempi rapidi che consentendo di verificare le correlazioni "causa/effetto";

2. coordinare le azioni di promozione e sviluppo definendo l'efficacia / efficienza delle azioni intraprese in base a opportuni indicatori di performance.

Gestione dinamica dei fenomeni di crescita turistica correlata alla dinamica evolutiva della domanda / offerta in funzione delle azioni intraprese;

3. razionalizzare le iniziative di marketing e promozionali per stimolare la crescita del turismo in modo organico e razionale, nel quadro quindi di una strategia coerente con i punti precedenti massimizzando i profitti derivanti da ogni azione mirata attuale o futura grazie all'analisi dei risultati raggiunti al punto precedente;

4. interagire con tutti gli attori territoriali al fine di condividere e progettare la piattaforma programmatica per lo sviluppo turistico;

5. fornire alla imprese il giusto valore aggiunto per poter attuare, implementare e migliorare le proprie performance in termini di programmazione, condividendo un network continuo e condiviso.

CENTRO STUDI TURISMO

Via Umberto I, 80

tel. 0773/672209

centrostuditurismo@lt.camcom.it

Latina a Cannes

La Camera di Commercio di Latina sbarca a Cannes per partecipare alla 29esima edizione del Festival International de la Plaisance sulla nautica

Alla ventinovesima edizione del Festival International de la Plaisance di Cannes, il più importante salone nautico galleggiante d'Europa, svoltosi dal 13 al 18 settembre 2006, hanno partecipato anche la Camera di Commercio di Latina, la Provincia di Latina (Assessorato Attività Produttive) e la Seci.

La partecipazione istituzionale è motivata dalla volontà di supportare l'evoluzione delle potenzialità del comparto nautico e promuovere l'immagine di tutte le imprese provinciali in un ambito internazionale, coerentemente con l'impegno che la Camera di Commercio, unitamente alla Provincia di Latina ed al Consorzio di sviluppo industriale del sud-pontino, ha preso per la costituzione di un sistema produttivo locale della cantieristica navale e della nautica da diporto.

Tra le 547 imbarcazioni in acqua (Vieux Port e Port Canto) ed i 460 espositori (dei quali il 47% stranieri) erano presenti, per la provincia di Latina, oltre al Consorzio del Golfo, (un consorzio che raggruppa più di 40 imprese del settore nautico locale):

il Gruppo InRizzardi (leader assoluto a livello internazionale che non ha certo bisogno di presentazioni, e che in fiera ha presentato, per il marchio "Rizzardi", il Cr 63 e InCredibile 45, per il brand Posillipo il Technema 95, e, per il marchio Italcraft, l'X 54), il Cantiere Navale Off-Shore (specializzato

in produzioni di nicchia che gli sono valse anche la vittoria di titoli mondiali di velocità, oltre che titolare di un prestigioso progetto di formazione nautica con la scuola di pilotaggio di off-shore),

i Cantieri Navali CASA (impresa che nasce da una lunga esperienza imprenditoriale in ambito nautico unita ad una forte passione per il mare, riprodotta nel suo Casa 54 e 46), UNICA Yacht (presente in fiera con il suo Unica 42, un omaggio alle grandi imbarcazioni sportive d'oltre oceano), Bimax (in fiera con l'Estasi 10,30, un modello evoluto in chiave stilistico-tecnologica nelle tendenze d'oltre oceano) e Surface System Solution (impresa produttrice di trasmissioni per motori marini).

I responsabili delle imprese presenti, soddisfatti per essere affiancati ad un appuntamento così importante dalla presenza istituzionale, hanno sottolineato come lo sviluppo del comparto passa necessariamente per lo sviluppo della portualità, la creazione di servizi infrastrutturali navali che garantiscano alle imprese lo sbocco a mare delle produzioni, e, quindi, per l'auspicabile incremento della collaborazione tra imprese e istituzioni, latitanti da troppo tempo in un settore dalle enormi potenzialità.

In realtà Cannes non rappresenta un evento sporadico, perché

nei progetti della Camera di Commercio di Latina, oltre alla partecipazione al Salone Nautico di Genova (dal 7 al 15 ottobre 2006) con uno stand istituzionale di 150 mq, (nell'area MondoinVela, settori D5-D11-E4-E10) ancora una volta in collaborazione con la Provincia di Latina, c'è l'organizzazione di una fiera interregionale per la filiera produttiva della cantieristica navale e nautica da diporto da realizzarsi in provincia nel 2007, in collaborazione con l'Unioncamere, l'ICE, la CCIAA di Salerno, l'Eurosportello di Napoli, la Camera di Commercio italiana di Nizza, la Regione Lazio, Unioncamere Lazio e la Provincia di Latina.

La filiera della nautica a Latina vede aprirsi nuovi spiragli: dalla sottoscrizione del protocollo di intesa per una cooperazione con la Camera di Commercio Italiana di Nizza, volta alla promozione internazionale della cantieristica navale, della nautica da diporto, del turismo nautico e, quindi, della portualità nel Mediterraneo, alla volontà espressa di pianificare una serie di azioni concrete per sostenere il settore nautico in ambito internazionale.

Nell'ambito delle attività volte allo sviluppo, promozione e supporto del comparto provinciale di eccellenza della cantieristica navale e nautica da diporto, l'Ente Camerale, in collaborazione con la Provincia di Latina, ha pubblicato il volume, "Latina provincia di Mare", offrendo sia uno spaccato sulla nascita della cantieristica navale provinciale sia le dinamiche più recenti e le performance del comparto, oltre le barriere ed i vincoli vissuti dall'intero sistema produttivo locale nel suo sforzo di innovare e competere sui mercati nazionali ed internazionali.



Latina a Genova

La Camera di Commercio di Latina al Salone di Genova, che registra oltre 324 mila presenze. Soddisfatti gli operatori economici che hanno partecipato alla 46esima edizione del Salone Nautico Internazionale di Genova.

Si è tenuto, dal 7 al 15 ottobre 2006, alla Fiera di Genova, il quarantaseiesimo Salone Nautico Internazionale, la manifestazione numero uno al mondo nel settore, che quest'anno ha visto partecipare insieme la Camera di Commercio di Latina, la Provincia e l'APT in un unico stand di oltre 150 mq.

Anche per gli organizzatori è stata un'edizione straordinariamente brillante che ha segnato una svolta strategica per la leadership internazionale della manifestazione, forte dei suoi 1.650 espositori (+7% sul 2005), di cui il 36% esteri, e delle 2.200 barche esposte (+9%), di cui 430 in acqua. Oltre il 60% delle barche esposte apparteneva alla fascia dei natanti mentre 76 erano navi da diporto tra i 24 e i 43 metri.

La proiezione finale sulle presenze è di 324 mila. Straordinario il valore del giro d'affari stimato da UCINA: 1 miliardo di euro, vale a dire il 30-40% del valore della produzione annuale di imbarcazioni in Italia. Accreditati 1.300 giornalisti, in arrivo da trentuno Paesi: *Argentina, Australia, Belgio, Bolivia, Croazia, Finlandia, Francia, Germania, Giappone, Gran Bretagna, Grecia, Irlanda, Israele, Malta, Montenegro, Norvegia, Paesi Bassi, Polonia, Portogallo, Repubblica Ceca, Romania, Russia, Serbia, Slovenia, Spagna, Stati Uniti, Svezia, Svizzera, Tunisia, Turchia, Ungheria.*

Grande soddisfazione è stata espressa dal Presidente della Camera di Commercio Vincenzo Zottola: "Le sinergie e la collaborazione tra le istituzioni permetteranno il conseguimento di obiettivi più ampi e condivisi che, in stretta collaborazione con le imprese della nostra provincia, potranno tradursi nella programmazione di uno sviluppo duraturo del comparto, attraverso la razionalizzazione delle risorse, l'ottimizzazione delle competenze e la massimizzazione dei risultati".

"Oltre ai vantaggi attesi dal riconoscimento del costituendo sistema produttivo locale

– prosegue il Presidente della Camera di Commercio – è intenzione della Camera di Commercio e degli Enti partner, la Provincia su tutti, la realizzazione di un importante workshop sulla filiera della cantieristica navale e nautica da diporto, in collaborazione con l'Ice, l'Unioncamere e l'Unioncamere Lazio per la promozione delle eccellenze settoriali del territorio."

Inoltre, proprio a Genova, sono stati presi accordi per l'organizzazione di un incontro per le imprese volto ad illustrare le possibilità di finanziamenti istituzionali a favore dell'internazionalizzazione delle imprese. A breve, infatti, verrà organizzata, dalla Camera di Commercio e dalla Seci, una giornata studio che vedrà la partecipazione dei responsabili del Ministero per il Commercio Internazionale, dell'Ice, della Sace e della SIMEST.

L'eccellenza dei cantieri della provincia di Latina è stata apprezzata dai numerosi visitatori del Salone e dai clienti che hanno scelto i cantieri provinciali per i loro acquisti. Presenti: Best Brain (Liburna 45), Bimax (linea Estasi e Genesi), Cant. Nav. CASA (54 e 46 HT), Cant. Nav. Di Donna (linea Serapo), Italcraft (38 Sarima), Jolly Drive, Marine Building & Service, Mas Marmi, Off Shore (Super Classic 40 Open), Cant. Nav. Parente (Delfino 60), Cant. Nav. Parisi (Ponza 900 e Ponza 75), Cant. Nav. Rizzardi (CR Incredibile 45), Cant. Nav. Posillipo (Technema 85 e 95), Poseidon (Nemesis 28), RT Marine, F.lli Aprea (Sorrento 50), Unica Yatch (unica 42). Di rilievo la presenza di Allufer Tempesta per gli oblò, Stamegna per i gruppi elettrogeni marini e Surface System Solution per i motori e trasmissioni marine.

Ottimo il binomio cantieristica navale e nautica da diporto con il turismo nautico promosso dall'Apt, che ha potuto raccontare le bellezze naturali ad un pubblico di tutto rispetto, diportisti in primis. A corollario le apprezzate degustazioni di prodotti tipici locali, organizzate tutti i giorni alle ore



13.00 con la collaborazione delle aziende aderenti al Club del Gusto.

"Il successo del Salone – ha aggiunto ancora il presidente Zottola – è di buon auspicio per tutti i programmi che l'Ente ha intenzione di attuare per lo sviluppo del settore. La Camera di Commercio è orgogliosa di aver partecipato, con la Provincia di Latina e l'Apt di Latina, ad una vetrina così importante e di aver accolto nel proprio stand un buon numero di imprenditori locali, peraltro spesso impegnati nelle loro trattative. L'impegno dell'Ente è ora quello di progettare, tanto nelle attività espositive quanto in quelle più strategiche legate all'internazionalizzazione, percorsi per la salvaguardia del primato raggiunto dalle locali imprese, sia in ambito nazionale che estero."

"La nautica – conclude Zottola – ha dimostrato negli ultimi anni di poter giocare un ruolo strategico nell'economia del nostro territorio, soprattutto per la capacità di creare indotto, e l'interessamento dei rappresentanti delle Istituzioni locali a questo Salone lo ha dimostrato. La necessità è che possa tradursi in un tavolo tecnico attivo operativamente per continuare a sostenere gli operatori del comparto e sollevarli dalle problematiche anche gestionali. Il nostro impegno continua ad essere quello di avviare un dialogo per un vero patto per la crescita. Auspicabile ora l'intervento della Regione, per far decollare il sistema produttivo locale sul quale Camera e Provincia hanno investito i propri sforzi e il proprio impegno."

Reporting sociale

2005

Contesto

Il panorama dei bilanci sociali realizzati dalle Camere di Commercio italiane risulta, in base allo studio effettuato nel 2005 da parte di Unioncamere, assai composito. Pur essendo uno strumento recentemente introdotto nella Pubblica Amministrazione, delle 103 Camere di Commercio presenti sul territorio nazionale, almeno 12 enti camerali hanno già pubblicato un'edizione del documento. Nel 2006 è stata prevista l'uscita di altri 10 bilanci sociali, dei quali 8 sono alla loro prima edizione. Al termine del 2006, dunque, saranno 20 le Camere di Commercio ad aver realizzato un'esperienza di bilancio sociale, che rappresentano il 19,4% del totale. Inoltre, 29 Camere di Commercio hanno in programma di realizzare il bilancio sociale, di cui 20 per la prima volta. Ciò significa che le Camere di Commercio che hanno approcciato il bilancio sociale sono in totale 40, pari al 38,8% sul totale.

Finalità

Il Bilancio Sociale per una CCIAA rappresenta un documento di sintesi che integra il Bilancio Consuntivo e rappresenta una fonte per la comunicazione del valore generato dall'attività propria dell'Ente Camerale per la collettività e per alcuni "interlocutori sociali", "portatori d'interesse" definiti anche "stakeholder". Il bilancio sociale, racconta dei fatti e non solo delle cifre, si rivolge a tutta la platea degli stakeholder e non solo agli addetti ai lavori. Serve a gestire il consenso e quindi a comunicare, ma anche ad ascoltare.

Ogni amministrazione pubblica, in quanto titolare di una funzione di tutela di interessi e di soddisfazione di bisogni di cittadini e privati, ha l'onere di rendere conto di quanto operato nei propri ambiti di competenza.

L'impegno della Camera di Commercio di Latina

A tal fine, l'Ente Camerale di Latina nel mese di settembre 2006 ha inteso avviare, con il supporto metodologico della società di consulenza GMG, l'iniziativa sperimentale di elaborare il primo reporting sociale con riferimento a quanto svolto nel 2005, quale strumento di rendicontazione diverso e aggiuntivo rispetto al bilancio consuntivo di esercizio, che possa rendere più trasparenti e leggibili, da parte del destinatario finale, i valori etici, i risultati raggiunti e la coerenza tra questi.

Questa iniziativa esprime la volontà della nuova legislatura camerale di far diventare la rendicontazione sociale un adempimento annuale che affiancherà e valorizzerà il bilancio economico della Camera di Commercio.

Il Reporting sociale rappresenta, infatti, lo strumento di sintesi per la rendicontazione delle attività svolte da un'organizzazione nei confronti dei propri portatori di interesse, coerente con una nuova visione delle imprese o degli enti istituzionali che si integrano con il contesto sociale in cui operano, e dal quale ricevono anche continui stimoli e impulsi. Esso ha l'obiettivo di comunicare e trasferire all'esterno la conoscenza sui fini istituzionali, le logiche strategiche, le modalità e le politiche applicate per meglio

comprendere la distribuzione del valore sociale prodotto.

Organizzazione del Reporting sociale (edizione sperimentale 2005)

Questo è il primo Reporting sociale della Camera di Commercio di Latina e rappresenta, quindi, un primo passo verso un più ampio progetto di accountability o di rendicontazione e responsabilità, ispirato ad un modello basato sul coinvolgimento diretto degli stakeholder, al fine di dare conto degli esiti del lavoro sin qui svolto dalla Camera, anche attraverso una comparazione tra gli impegni assunti e i risultati già raggiunti. In quanto primo passo, si è ritenuto opportuno impostare il sistema informativo per la raccolta e organizzazione dei dati con stretto riferimento al solo esercizio 2005 quale anno zero.

Per quanto riguarda il modello di riferimento e l'articolazione del documento, questo è organizzato in **tre sezioni** in coerenza con le linee guida per la redazione del bilancio sociale, emanate con la direttiva del Ministero per la funzione pubblica datata 17 febbraio 2006, valide per le amministrazioni pubbliche.

Nella prima sezione, **l'identità istituzionale**, viene descritto l'Ente individuando la missione istituzionale, i valori e le strategie stabilite, oltre all'assetto organizzativo con una descrizione della mappa organica delle risorse umane impiegate. Viene rappresentata anche la macro organizzazione collegata all'ente camerale, intesa come rete di imprese collegate e controllate ed enti del sistema camerale nazionale con cui collabora o si avvale



per il perseguimento dei propri obiettivi. L'esame del contesto socio-economico della provincia di Latina e alcuni dati di riferimento concludono la prima sezione.

Nella seconda sezione, il **rendiconto economico**, vengono riportati i risultati espressi nel consuntivo di bilancio 2005, riclassificati secondo la configurazione a valore aggiunto, inteso come ricchezza prodotta dall'ente a favore dei propri stakeholders al netto dei costi di struttura e del saldo della gestione accessoria. Determinato il valore aggiunto globale (VAG), viene data evidenza della sua destinazione rispetto alle principali macro aree di servizi tipiche dell'ente.

Nella terza sezione, la **relazione sociale**, rispetto al sistema economico-produttivo nel suo complesso, vengono identificati gli stakeholders remunerati dalle attività dell'ente e destinatari dei servizi e delle politiche per lo sviluppo.

In base a tale impostazione, sono stati considerati quali stakeholders principali dell'ente camerale, tre macro raggruppamenti: il **sistema imprese** nel suo

complesso di aziende operanti nei diversi settori merceologici, il **sistema economico sociale** e i **partner per lo sviluppo**.

Nella relazione sociale vengono analizzati più approfonditamente i tre principali macro-raggruppamenti (vedi tabella). Rispetto al valore aggiunto globale (VAG) destinato al sistema economico-produttivo nel suo complesso, nel documento verrà data maggiore evidenza della destinazione del valore rispetto ai principali settori merceologici del sistema imprese, raggruppamento principale destinatario delle politiche e dei servizi dell'ente camerale.

Più in generale, per ciascuna macro-categoria vengono inoltre esaminate le linee strategiche, le politiche applicate ed i risultati conseguiti dall'ente nel corso del 2005.

Il valore aggiunto globale (VAG) determinato, inoltre, comprende comunque la remunerazione della **pubblica amministrazione** tramite gli oneri fiscali, l'ente

camerale stesso e le **risorse umane** impiegate quale fattore produttivo essenziale per l'espletamento delle iniziative dell'ente (stakeholder interno).

La relazione sociale guida, infine, verso una lettura delle attività istituzionali svolte dall'ente camerale, mostrando tramite alcuni dati statistici, i risultati raggiunti nelle singole aree di servizio.

Come enunciato nel focus del 2005 sul tema del bilancio sociale da parte di Unioncamere, la rendicontazione sociale si configura come uno strumento attraverso il quale la Camera di Commercio veicola e comunica il valore pubblico derivante dalle proprie attività e le modalità con cui lo si è creato. Nel bilancio sociale si racconta come avviene il governo delle relazioni con gli stakeholder. Ne consegue che il bilancio sociale per la Camera di Commercio di Latina non potrà limitarsi ad essere un mero esercizio di comunicazione, ma dovrà rappresentare una modalità innovativa di interlocuzione con i propri portatori d'interesse.





www.stepspa.it

La Forza di coesione, un motivo di successo

FORMAZIONE

per investire sul proprio futuro

STEP ha fatto della formazione aziendale uno dei punti cardine della propria attività con l'obiettivo di aggiornare e riqualificare le risorse umane, vero motore delle imprese. In questo ambito STEP offre tre diverse tipologie di servizi:

- seminari interaziendali a catalogo per tecnici, quadri e dirigenti
- formazione del personale su commessa con interventi mirati secondo le specifiche esigenze aziendali
- formazione aziendale cofinanziata attingendo a risorse pubbliche

Queste le principali aree di intervento: IGIENE, AMBIENTE E SICUREZZA, QUALITÀ E MANAGEMENT, AMMINISTRAZIONE FINANZA E CONTROLLO, ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DELLA RISORSE UMANE, MARKETING E VENDITE, INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY, CAD - GIS, LINGUE STRANIERE.

CONSULENZA

l'ottimizzazione delle risorse

Attraverso un network di professionisti qualificati, STEP si pone come interlocutore di riferimento per le imprese nell'ambito della consulenza. Gli interventi si snodano in un percorso personalizzato nel quale si definiscono, realizzano e sostengono nel tempo i processi di cambiamento delle aziende committenti, in una logica di risoluzione dei problemi. Queste le principali aree di intervento:

QUALITÀ

STEP progetta e realizza percorsi di

assistenza alle aziende per l'attivazione di Sistemi di Qualità fornendo il metodo, la documentazione, l'addestramento e la necessaria assistenza per ottenere nel tempo le certificazioni UNI EN ISO.

IGIENE, SICUREZZA E AMBIENTE

STEP offre una assistenza completa alle aziende nel percorso di valutazione e realizzazione di Sistemi per la sicurezza e la salute nei luoghi di lavoro nonché di Sistemi di gestione ambientale certificati.

CONTROLLO DI GESTIONE

STEP fornisce consulenze nell'ambito della pianificazione e del controllo di gestione per consentire di monitorare, analizzare e correggere i processi produttivi, economici e commerciali.

MARKETING

STEP fornisce consulenze aziendali per aiutare le imprese a consolidare ed espandere la propria quota di mercato attraverso la realizzazione di analisi di settore e piani di sviluppo del proprio business.

INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY

STEP offre una serie di consulenze e di servizi nel settore dell'ICT che vanno dalla sicurezza informatica alle integrazioni dei diversi sistemi Internet e Intranet/Office automation (collegamento in rete all'interno dell'azienda stessa).

CENTRO SERVIZI CAD-GIS

STEP è in grado di produrre e fornire servizi di ingegneria informatica rivolti alle aziende che vogliono adottare metodologie e tecnologie innovative di processo e di prodotto. Le consulenze

vengono anche realizzate per quegli Enti Locali che intendono migliorare la conoscenza del territorio su cui operano, così da migliorare la gestione delle proprie competenze, attraverso la metodologia offerta dall'utilizzo dei Sistemi Informativi Territoriali.

ORIENTAMENTO

lo stage : punto d'incontro tra i giovani e l'azienda

Raccordare il sistema formativo con il mondo delle imprese. È l'obiettivo del progetto nato dalla Camera di Commercio di Latina e realizzato da STEP, allo scopo di agevolare il passaggio dei giovani verso il mercato del lavoro, rafforzando al contempo la competitività dei sistemi produttivi locali attraverso una migliore valorizzazione delle risorse umane. Lo sportello offre : Servizi per tirocini formativi e di orientamento; Analisi dei fabbisogni professionali e formativi delle imprese; Orientamento all'ingresso e reingresso nel mondo del lavoro.



CERTIFICAZIONE

un grande traguardo

Nel 1998 STEP ha ottenuto la CERTIFICAZIONE ISO 9001 ponendosi tra i primi Centri di Formazione Italiani in grado di vantare il raggiungimento di questo importante traguardo.

Le nostre SEDI OPERATIVE sono state ACCREDITATE dall'Amministrazione Regionale del Lazio per la realizzazione di interventi di Orientamento e Formazione Professionale finanziati con risorse pubbliche

SUL TERRITORIO

al servizio delle imprese

Ai fini del potenziamento dello sviluppo locale e della valorizzazione del territorio pontino nasce la necessità, da parte di STEP, di essere **presente nei punti strategici della provincia**.

Nel crescente sviluppo della struttura organizzativa sono state realizzate nuove sedi, dislocate strategicamente dal punto di vista geografico, le quali garantiscono a STEP una massiccia presenza sul territorio, offrendo anche sotto il profilo logistico una efficiente rete di servizi.

Oltre alla sede principale, in pieno centro storico a **Latina**, sono operative ormai da qualche anno anche le altre due strutture, a **Latina Scalo** e a **Formia**, fornite delle più moderne strumentazioni tecnologiche ed informatiche.

LATINA

Via Diaz, 3
Cent. 0773.4411
Segr. 0773.441231
fax 0773.663674
e-mail: stepspa@stepspa.it

LATINA SCALO

Via Carrara, 12/a
tel. 0773.820035
fax : 0773/633979
e-mail: ltscalo@stepspa.it

FORMIA

Via Vitruvio, 1
Tel. 0771.23435
fax 0771.322394
e-mail: formia@stepspa.it

GAETA

località Vivano, snc
presso Centro Intermodale
tel. 0771/472759 – 472327
fax 0771/712154



UNI EN ISO 9001

Certificazione di qualità per la progettazione e realizzazione di interventi formativi indirizzati ai giovani e agli operatori aziendali.



CISCO NETWORKING ACADEMY

Programma in grado di fornire soluzioni per il networking (internet e reti di ogni genere). I corsi, tenuti da istruttori certificati CCAI (Cisco Certified Academy Instructor), sono rivolti alle aziende, ma anche ai giovani e ai professionisti.



PATENTE EUROPEA

Nell'ambito della Formazione Informatica STEP è Test Center per la Patente Europea del Computer.

E.C.M.

Educazione Continua
in Medicina



E.C.M. – Educazione Continua in Medicina

Nell'ambito dei programmi di Educazione Continua in Medicina (E.C.M.) STEP è ente accreditato per organizzare e svolgere attività formativa, sia teorica che pratica, finalizzata all'aggiornamento della professionalità degli operatori del settore della Sanità.

Dal Registro Imprese

L'Ente camerale apri pista e traino al cambiamento nel processo di digitalizzazione dei servizi nella P.A. L'evoluzione di tre progetti: la posta elettronica certificata, il registro europeo delle imprese e la carta nazionale dei servizi.

1. L'E-MAIL E LA POSTA ELETTRONICA CERTIFICATA

L'e-mail è ormai lo strumento di comunicazione elettronica più utilizzato per lo scambio di comunicazioni, il cui principale vantaggio è quello dell'immediatezza. La Posta Elettronica Certificata (PEC) è un sistema di posta elettronica nel quale è fornita al mittente documentazione elettronica, con valenza legale, attestante l'invio e la consegna di documenti informatici. "Certificare" l'invio e la ricezione - i due momenti fondamentali nella trasmissione dei documenti informatici - significa fornire al mittente, dal proprio gestore di posta, una ricevuta che costituisce prova legale dell'avvenuta spedizione del messaggio e dell'eventuale allegata documentazione. Nel caso in cui il mittente smarrisca le ricevute, la traccia informatica delle operazioni svolte, conservata per legge per un periodo di 30 mesi, consente la riproduzione, con lo stesso valore giuridico, delle ricevute stesse. Attualmente sono cinque gli indirizzi della posta elettronica certificata della Camera di Commercio di Latina: cciaa.latina@lt.legalmail.camcom.it; area.aff.istituzionali@lt.legalmail.camcom.it; area.anagrafica@lt.legalmail.camcom.it; area.amm-contabile@lt.legalmail.camcom.it; cpa.latina@lt.legalmail.camcom.it;

2. IL REGISTRO EUROPEO DELLE IMPRESE

EBR - European Business Register - è il Gruppo Europeo di Interesse Economico costituito dai gestori dei registri delle imprese di 14 paesi: Austria, Belgio, Danimarca, Estonia, Finlandia, Francia,

Germania, Grecia, Irlanda, Italia, Lettonia, Norvegia, Spagna e Svezia. EBR offre un servizio unificato di accesso in tempo reale alle informazioni ed ai documenti ufficiali disponibili sulle imprese dei 14 paesi europei. I prospetti informativi disponibili sono: a) Scheda Impresa (è il profilo standard che contiene i dati anagrafici, legali ed amministrativi delle imprese); b) Lista titolari di cariche (è l'elenco delle persone fisiche o giuridiche che amministrano l'impresa); c) 3) atti e bilanci (si tratta degli atti, statuto incluso, e dei bilanci depositati); 4) Scheda Persona (è il profilo standard che raggruppa le informazioni relative ad una persona e la lista delle cariche che essa ricopre in una o più imprese).

3. CARTA NAZIONALE DEI SERVIZI

Lo sviluppo del piano di e-gov prevede la disponibilità estesa di uno strumento nazionale di autenticazione in rete. Per tale motivo il processo di diffusione di tale strumento viene accelerato affiancando al progetto della Carta di Identità Elettronica (CIE) quello della Carta Nazionale dei Servizi (CNS). La CNS è una sorta di "bancomat" contenente i dati identificativi della persona che, attraverso un codice personale (PIN), può accedere ai servizi in rete e dialogare on-line, da casa o dall'ufficio, con la Pubblica Amministrazione ottenendo documenti, servizi e informazioni.

La CNS, rilasciata dalla Camera di Commercio, contiene:

- il certificato della Carta Nazionale dei Servizi che consente di accedere alla Banca dati del Registro delle Imprese (previa attivazione il servizio

Telemaco), per ottenere gratuitamente informazioni relative alla propria posizione, attraverso la richiesta di visure, atti e bilanci depositati;

- il certificato di sottoscrizione per la Firma Digitale che consente di firmare digitalmente i documenti informatici e le pratiche da presentare (deposito atti, bilanci, iscrizioni, variazioni ecc.) su supporto informatico o via Internet (con il servizio Telemaco) al Registro delle Imprese.

Per entrambi gli utilizzi è necessario munirsi di un lettore di smart card e del programma di firma digitale Dike.

Registro Imprese
Via Umberto I, 80
0773/672214



Autorizzazione Tribunale di Latina
23.3.1959 n. 363, Anno 2000 Chiuso in
redazione Agosto 2006

Amministrazione: C.C.I.A.A. Via Umberto I,
80 Latina - Tel. 0773.6721 Fax 693003

DIRETTORE RESPONSABILE:
Antonio Rampini

CONSIGLIO CAMERALE

PRESIDENTE:
Vincenzo Zottola

GIUNTA: **Chinappi Erasmo; Ciccirelli Marcello;**

Fiacco Giuseppe; Parnolfi Vincenzo; Picca Marco; Salvadori Alessandro; Santori Daniela; Sorrentino Pina; Vaccarella Enzo.

CONSIGLIO: **Addessi Vincenzo; Barrucci Carlo; Bellini Fabrizio; Carcasole Angelo; Chinappi Aldo Erasmo; Ciccirelli Marcello; D'Arco Francesco; Del Vicario Loris; Di Cocco Italo; Donati Angelo; Fiacco Giuseppe; Galetto Enzo; Gargano Giovanni; Garullo Luigi; Marini Paolo; Moretto Silvano; Neri Patrizia; Paluzzi Alfredo; Parnolfi Vincenzo; Pezzano Francesco; Picca Marco; Salvadori Alessandro; Santori Daniela; Sorrentino Giuseppe; Tartaglione Tommaso; Vaccarella Enzo.**

REVISORI DEI CONTI:

Avallone Raffaele; Occhigrossi Domenico; Ruggieri Francesco.

DIRIGENZA:

Segretario generale
Antonio Rampini.

Vicesegretari generali

Leonardo Guanci (vicario); Domenico Spagnoli; Pietro Viscusi.

COMITATO DI REDAZIONE

Vincenzo Zottola, Antonio Rampini, Luigi Garullo, Eleonora Verzin.

PROGETTO GRAFICO ed IMPAGINAZIONE:

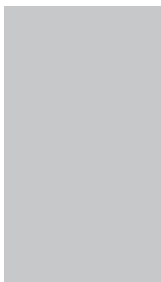
PensieroDesign - Formia
ILLUSTRAZIONE DI COPERTINA:
Ambroselli Massimo

STAMPA:

Graficart snc - Formia

È consentita la riproduzione degli scritti qui pubblicati, purché ne sia citata la fonte e l'editore.

TIRATURA 45.000 copie



Una volontà: fare sistema.

Il sostegno che la Camera di Commercio può offrire alle imprese si fa concreto grazie alla sinergia costante di consorzi, associazioni, società e sportelli nati per soddisfare i bisogni delle realtà imprenditoriali della provincia di Latina. Una rete di strumenti operativi snelli e sicuri che promuovono lo sviluppo del territorio. Insieme, per crescere.

Centro Studi sul Turismo

Integrazione e Innovazione nasce per coordinare, armonizzare ed analizzare le dinamiche turistiche della provincia di Latina

SECI

Società dedita alla internazionalizzazione, ovvero alla consulenza, assistenza, ricerca e studi sui prodotti delle imprese orientate ai mercati esteri

CONSORZIO INTRAFIDI

strumento di assistenza al credito per le imprese della provincia pontina

EUROSPORTELLI

sportello dedicato allo sviluppo di iniziative e opportunità comunitarie

Centro
Studi
sul
Turismo

SECI

EURO
INFO CENTRE

Latina
EURO
SPORTELLI

Latina
EURO
SPORTELLI

STEP
SOCIETÀ DI CONSULENZA

STEP

società di consolidata esperienza nell'offerta formativa e di servizi mirati ai bisogni aziendali

PUNTO NUOVE IMPRESE

sportello di assistenza, con orientamento e business planning, per la costituzione di nuove realtà imprenditoriali

OSSERFARE

L'Osservatorio Economico per la conoscenza delle dinamiche economiche statistiche congiunturali del territorio

CLUB DEL GUSTO

associazione che promuove il turismo enogastronomico provinciale anche attraverso la diffusione dei marchi Azienda Tipica e Ristorante Tipico



**Camera di Commercio
Latina**

LATINA Via Umberto I, 80
Tel. +39 0773.6721 Fax +39 0773.693003

www.cameradicommerciolatina.it
cciaa.latina@lt.camcom.it
cciaa.latina@lt.legalmail.camcom.it

www.cameradicommerciodilatina.it
il portale leader
dell'economia pontina



150.000
VISITATORI