



Camera di Commercio
Latina



PROGRAMMA PLURIENNALE

2010 - 2014

(art. 11 Legge 29 dicembre 1993, n. 580 e art. 4 DPR 2 novembre 2005, n.254)

Indice

Premessa	pag.	3
1. Scenari economici	pag.	4
2. Linee di intervento strategiche per il periodo 2010 – 2014	pag.	7
2.1 Potenziamento dei sistemi produttivi/distretti (nautica, chimico agroindustriale)	pag.	7
2.2 Internazionalizzazione (cooperazione nel Mediterraneo) e marketing territoriale	pag.	9
2.3 Innovazione a sostegno per la competitività	pag.	12
2.4 Politiche di filiera	pag.	15
2.5 Pubblica Amministrazione per le imprese	pag.	18
3. <u>Risorse ed impieghi</u>	pag.	20
3.1 Le risorse economiche	pag.	20
3.2 Gli impieghi delle risorse	pag.	21

Premessa

Con l'insediamento dei nuovi organi, avvenuto il 6 marzo 2009, ha avuto inizio un nuovo mandato istituzionale nel corso del quale il Consiglio, ai sensi dell'art. 4, del D.P.R. n. 254, del 2 novembre 2005, deve determinare gli indirizzi generali ed approvare il programma pluriennale della Camera di Commercio.

Il programma pluriennale si presenta, dunque, come un cruscotto a supporto dell'Ente camerale nel raggiungimento della propria mission istituzionale.

L'evoluzione della pubblica amministrazione, da un modello puramente erogatore di servizi a soggetto capace di interagire con tutti i soggetti del territorio, sia essi istituzionali che economici, per il raggiungimento degli obiettivi di sviluppo economico, ha fatto sì che l'Ente assuma impegni concreti in termini di definizione delle linee strategiche e programmatiche dell'ente.

In particolare, la nuova programmazione, che discende dalle scelte degli organi di recente insediamento, seppur tenendo in considerazione le strategie delineate negli anni precedenti, vede la sua "ratio" nelle linee d'indirizzo assunte dal Presidente in occasione del conferimento del suo mandato.

Punto nodale è l'aumento della competitività del tessuto economico imprenditoriale, quanto mai necessaria nel particolare momento congiunturale; attorno ad esso, sono state delineate le priorità strategiche, che devono essere necessariamente condivise dagli altri soggetti territoriali, perché soltanto l'unità d'intenti può rendere maggiormente efficace il raggiungimento dei risultati, evitando una duplicazione ed una dispersione di risorse che porterebbero soltanto ad iniziative frammentarie ed episodiche.

L'obiettivo ambizioso che l'Ente camerale si pone è quello di costruire attorno ai settori più rilevanti dell'economia provinciale, quali i comparti della nautica, dell'agroalimentare, del turismo, del chimico-farmaceutico, un modello virtuoso di crescita, i cui benefici possano essere condivisi dall'intero territorio, con un conseguente aumento del benessere economico diffuso.

L'ottenimento di tali finalità avverrà attraverso non le sole risorse camerali, ma anche attraverso il reperimento di risorse esterne, regionali, nazionali, comunitarie, perché la crescita sia partecipata, unitaria e condivisa.

La Camera di Commercio vuole proporsi nella veste di soggetto di stimolo e di aggregazione al fine di affrontare, congiuntamente a tutti gli attori provinciali e non solo, lo sviluppo dei temi che condizionano la crescita del benessere collettivo.

In tal modo, il soggetto pubblico potrà essere considerato non solo come organo burocratico e amministrativo, ma come reale agente di sviluppo locale, in prima linea nella programmazione e nella pianificazione della crescita di un territorio.

1. Scenari economici

La morsa della recessione mondiale è ormai opinione condivisa dai principali istituti di ricerca che si stia allentando, sebbene l'intonazione congiunturale dell'economia mondiale permanga debole, con una decelerazione in progressiva frenata a partire dal secondo trimestre.

Secondo gli economisti del Fondo Monetario Internazionale “..le misure adottate in risposta alla crisi sono state rapide e in qualche misura efficaci nel calmare i mercati finanziari e ristabilire il funzionamento dei mercati.” L'incertezza rimane sui tempi e sulla forza della ripresa; l'attenzione maggiore attualmente è rivolta alla exit strategy, che richiede, sempre secondo gli esperti del Fondo, un grande sforzo di coordinamento degli interventi dei singoli Paesi.

Nel 2009, il prodotto lordo mondiale dovrebbe contrarsi dell'1,7%, per poi accelerare al 2,5% nel 2010, grazie alla spinta dei paesi emergenti: tra questi i consueti Paesi asiatici, la cui crescita dovrebbe attestarsi al +6,4%.

L'ultimo rapporto presentato dai tre principali Istituti congiunturali europei⁽¹⁾ conferma “... la stabilizzazione del PIL dell'area Euro (-0,2% nel secondo trimestre), in netto miglioramento rispetto al risultato del trimestre precedente (-2,5% la variazione del PIL). Le attese formulate sono di una ripresa dell'attività economica nei prossimi trimestri”.

Nel contesto su esposto, anche l'economia italiana conferma i segnali di rallentamento meno pronunciato a partire dal secondo trimestre dell'anno in corso, sebbene i principali indicatori confermino ancora variazioni tendenziali negative. I livelli di attività del comparto manifatturiero sono ancora depressi, ma il centro studi di Confindustria afferma che “..l'industria italiana sta uscendo dalla recessione”⁽²⁾.

Anche per il mercato immobiliare italiano, come quello europeo, la crisi si avvicina ormai alla fine e si intravedono i primi segnali di ripresa; dunque, il settore si sta avviando ad una normalizzazione, sebbene permanga un contesto di flessione delle transazioni e dei prezzi di vendita⁽³⁾.

Le dinamiche regionali, monitorate fino al primo quadrimestre dell'anno in corso, mostrano “...una situazione complessiva difficile, gli effetti della crisi sono divenuti più evidenti rispetto alla fine del 2008, ma la situazione non può definirsi grave. La larga maggioranza delle aziende, pur con difficoltà, mantiene le posizioni di mercato, immaginando che la fase più acuta della crisi stia per terminare.” Nel Lazio, gli indici sintetici di performance hanno raggiunto il minimo dal 2006, segnalando così il ridimensionamento complessivo delle attività. Prevale in tutti i comparti un

¹ “Euro-zone economic outlook” a cura di IFO, INSEE e ISAE – 7 ottobre 2009

² “Indagine rapida sulla produzione industriale” a cura del Centro studi Confindustria, settembre 2009.

³ Sondaggio congiunturale Banca d'Italia Tecnoborsa, ottobre 2009

attendimento diffuso ed è ulteriormente aumentato il numero di aziende che riconosce di essere in difficoltà a causa di una domanda in calo⁽⁴⁾.

Le tendenze provinciali risultano in linea con il quadro regionale sopra descritto; difatti, nei primi quattro mesi di quest'anno, le imprese del campione di Ossefare confermano una situazione di forte difficoltà, in un contesto di domanda che si mantiene su livelli minimi e di ulteriore contenimento dei margini.

L'analisi per settori di attività economica evidenzia un considerevole arretramento delle attività turistiche; i comparti industriali risultano in ulteriore affanno, soprattutto in termini di fatturato, registrato in robusta contrazione. I servizi non mostrano grandi spostamenti in termini congiunturali, confermandosi il comparto con performance relativamente migliori rispetto agli altri settori; sebbene, il confronto in termini tendenziali confermi, come peraltro avviene per gli altri comparti, uno scenario di maggiori difficoltà.

Gli scenari su esposti, al di là della discrasia temporale di rilevazione degli indicatori di performance economica, più aggiornati a livello nazionale, mostrano chiaramente le diverse velocità di impatto della crisi nonché di reazione dei territori, in coda quello provinciale.

Difatti, in provincia di Latina, i segnali più evidenti della crisi sono stati avvertiti dalle imprese con largo anticipo: nel primo quadrimestre del 2008 si confermava ed accentuava la flessione congiunturale generalizzata a tutti i settori di attività economica, oltretutto già preannunciata a fine 2007; la robusta variazione tendenziale non positiva che il tessuto economico registrava in apertura 2008 anticipava il peggioramento congiunturale che a livello nazionale si è manifestato, con tutta la sua virulenza, con il fallimento della più importante banca d'affari americana Lehmann a settembre 2008.

Dunque, l'inasprimento delle condizioni di mercato, dovuto al rallentamento dell'attività economica dei principali paesi industrializzati, per effetto del contagio della crisi finanziaria internazionale all'economia reale, ha prodotti i suoi effetti sull'economia locale, con anticipo, facendosi sentire già nel corso del primo quadrimestre, in ragione, probabilmente di una condizione dell'economia locale affetta da talune criticità strutturali che, con la crisi internazionale, hanno condotto con maggiore velocità il sistema imprenditoriale alle attuali performance.

Tuttavia, occorre sottolineare che, nonostante la morsa della crisi, nonostante le crescenti incertezze, gli indicatori di demografia imprenditoriale dimostrano che le imprese locali resistono, pur percependo le difficoltà delle attuali condizioni, nell'attesa che il clima di fiducia migliori.

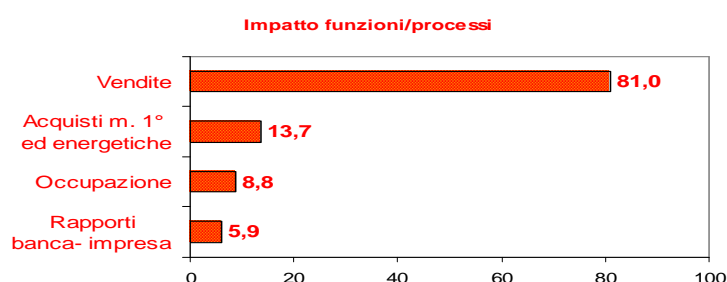
I dati di demografia imprenditoriale, molto attesi soprattutto con riferimento all'apertura del 2009 che avrebbe dovuto registrare i maggiori effetti della crisi internazionale in termini di mortalità imprenditoriale, restituiscono performance in linea con la consueta serie storica e confermano un

⁴ "Rapporto Censis -Unioncamere Lazio sulla situazione congiunturale regionale: 1° quadrimestre 2009 e previsioni per il 2° quadrimestre 2009"

tasso di sviluppo imprenditoriale in provincia di Latina costantemente superiore alla media nazionale.

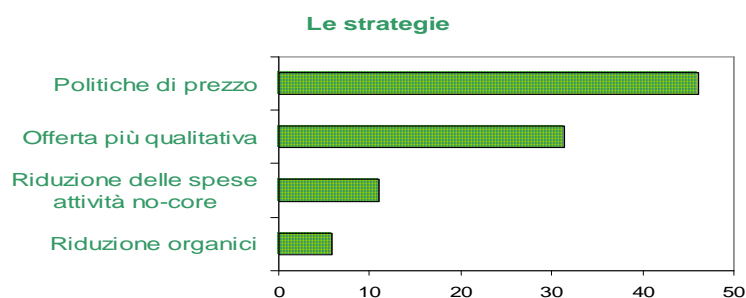
D'altronde, se è vero che in provincia di Latina si stanno accentuando i tratti salienti del tessuto produttivo pontino rispetto all'impresa italiana, con una più spiccata presenza della micro-impresa ed una "grande" impresa (con oltre 50 addetti) più "piccola"⁽⁵⁾, è probabile che proprio tale dimensione familiare "imponga" alle imprese di rimanere sul mercato, in virtù appunto del ruolo sociale, oltre che economico che svolgono.

Inoltre, le imprese locali ritengono che nel prossimo biennio l'attuale crisi economico-finanziaria avrà l'impatto più significativo sui livelli delle vendite, in considerazione della flessione dei consumi, sui costi di acquisto delle materie prime, sull'occupazione, nonché sui rapporti con il sistema creditizio.



FONTE: ELABORAZIONI OSSERFARE

Riguardo alle strategie che le imprese locali intendono approntare per contrastare gli effetti della crisi, contrazione dei margini, attraverso revisioni al ribasso dei listini, e innalzamento dei livelli qualitativi dell'offerta polarizzano le scelte degli operatori che si sono già orientati; seguono, a notevole distanza, la riduzione delle spese no core e la riduzione degli organici aziendali.



FONTE: ELABORAZIONI OSSERFARE

⁵ L'economia reale dal punto di osservazione delle camere di commercio. Rapporto Latina 2008. Osserfare.

2. Linee di intervento strategiche per il periodo 2010 - 2014

Nel premettere che l'iniziativa camerale non deve sovrapporsi alle iniziative ed ai progetti che i privati, ivi comprese le Associazioni di rappresentanza, sono in grado di svolgere autonomamente ed efficacemente, la linea di azione della Camera di Commercio di Latina dovrà essere orientata verso una politica di sostegno alle diverse attività economiche favorendo, da un lato, il rafforzamento e il radicamento delle iniziative e, dall'altro, i possibili rapporti sinergici tra le imprese dei vari settori con l'obiettivo di approfondire, in particolare, le tematiche di filiera per il consolidamento dell'esistente e per riavviare una nuova fase di sviluppo duraturo dell'economia. E', inoltre, indispensabile aumentare il grado di "appeal" del territorio al fine di richiamare nuovi investimenti dall'esterno e accrescere l'economicità delle condizioni al contorno del Sistema delle Imprese, tentando di ridurre i differenziali di costo con i territori concorrenti a livello nazionale e internazionale. In questa logica di iniziativa le funzioni amministrativo-istituzionali dell'Ente hanno grande rilevanza per le attività economico-produttive, la cui competitività dipende in buona misura anche dal livello organizzativo e di servizi in cui sono inserite e dalla rapidità delle risposte sia di diretto che di meno immediato interesse.

2.1 Potenziamento dei sistemi produttivi/distretti (nautica, chimico-farmaceutico, agroindustriale)

Potenziamento dei sistemi produttivi/distretti

L'importanza dei distretti risiede nella promozione dello sviluppo del sistema delle imprese locali attraverso azioni di rete che ne rafforzino le misure organizzative, l'integrazione per filiera, lo scambio e la diffusione delle tecnologie, lo sviluppo di servizi di sostegno e forme di collaborazione tra le diverse realtà produttive. La realtà dei distretti produttivi nel territorio provinciale può evolversi verso nuove opportunità e creare scenari potenzialmente attivi e vantaggiosi per il quadro economico locale. E' necessario, pertanto, stabilire gli elementi fondanti di uno strumento così vitale per il futuro del territorio e che possono essere individuati, a titolo esemplificativo, nello scambio di informazioni ed esperienze tra sistemi economici che presentano analoghe caratteristiche, allo scopo di garantire la diffusione di best practise, know-how e innovazione; nella promozione di relazioni con i centri decisori della politica industriale sia a livello nazionale che comunitario; nella individuazione di studi e ricerche in campo economico e tecnologico; nell'integrazione a rete della produzione come fattore territoriale di competitività; nella sensibilizzazione sulle necessarie politiche per lo sviluppo dei modelli produttivi locali.

L'obiettivo è il potenziamento della base produttiva e l'innovazione nelle aree produttive provinciali attraverso azioni quali:

- il rafforzamento della politica dei Sistemi Produttivi Locali, dei distretti industriali e tecnologici;
- la creazione di un incubatore d'impresa provinciale anche attraverso il monitoraggio e l'analisi della prima fase di vita delle imprese della provincia;
- il potenziamento della rete logistica aziendale attraverso la realizzazione di piattaforme logistiche comuni per la trattazione delle prime e ultime fasi di produzione;
- la realizzazione e completamento delle reti telematiche ai centri di ricerca e il trasferimento tecnologico alle aree produttive attualmente non raggiunte dalla banda larga né dagli operatori privati economici del settore;
- l'individuazione di nuove logiche distrettuali per un futuro riconoscimento del distretto floro-vivaistico, comprendente un polo di eccellenza nell'area di Campoverde (Aprilia).

Polo della nautica

Il settore della nautica e della cantieristica rappresentano, per l'economia della provincia di Latina, un polo in continua crescita sia in termini di imprese che di occupati. Il comparto in questione costituisce una potenzialità che può essere valorizzata solo attraverso un adeguato processo di programmazione negoziata che vede nella politica distrettuale il coinvolgimento dal basso di tutti gli attori interessati. La presenza non solo di importanti produttori ma anche di piccole realtà produttive di tipo artigianale e di numerose micro imprese dell'indotto spingono l'Ente camerale a prevedere iniziative ed azioni che mirano alla proiezione ed al rafforzamento del settore anche oltre i confini nazionali. E' necessario promuovere un processo strategico di cambiamento che superi gli attuali punti di debolezza e che sia in grado di supportare le imprese nei programmi di innovazione e sviluppo della competitività con progetti e servizi condivisi. L'idea è che, attraverso l'innovazione di processi, prodotti e la qualificazione delle risorse umane, le imprese possano migliorare la loro capacità di confronto con il vasto mercato internazionale del diportismo nautico in cui appaiono evidenti, insieme alla crisi, i segnali di un profondo mutamento della sua domanda di prodotti e servizi.

L'obiettivo finale è quello di diventare un vero e proprio polo attrattivo attraverso azioni di consolidamento industriale, ma anche di conoscenza, informazione e promozione attraverso fiere, workshop, festival:

- nautica è portualità
- nautica è crocieristica
- nautica è anche polo di regate internazionali.

Progetti di ampio respiro, dunque, che impongono un obiettivo immediato: la formazione. Dopo anni di assoluto dominio della cultura finanziaria nei processi economici, si sta finalmente

diffondendo una cultura della conoscenza che ripropone la centralità del sapere scientifico-tecnologico e che comporta una richiesta sempre più pressante di un'offerta formativa diversificata sul piano dei livelli della qualificazione nonché di nuovi prodotti ed elevati servizi da proporre sul mercato globale. Occorre, dunque, proseguire lungo il percorso già tracciato dall'Ente camerale in termini di riqualificazione ed orientamento professionale nel settore della nautica e in quelli ad esso direttamente collegati secondo una strategia di formazione in linea con le attuali direttive europee .

Nello specifico, la Camera di Commercio organizza, con il supporto finanziario della Regione Lazio, dell'Unioncamere Lazio, della CCIAA di Roma, del Comune di Gaeta e dell'Ente Fiera di Roma, lo Yacht Med Festival 2010, che rappresenta un progetto triennale 2010-2013 per il rilancio del comparto dell'economia del mare e del distretto della nautica all'interno dell'area del Mediterraneo.

L'obiettivo principale è quello di stabilizzare ed incrementare il fatturato sia delle imprese della nautica sia di quello delle altre filiere produttive di eccellenza attraverso un Format innovativo, quale il "Trade expo mediterraneo", capace di esaltare le peculiarità delle imprese laziali a confronto con il sistema mediterraneo.

Il Nuovo Format prevede sia il rafforzamento dell'area "Yacht", con un B2B tra imprese laziali, nazionali ed internazionali ed un B2C attraverso lo "Yacht Expo", l'"International Boat Drive Test" ed il "Nautical Business Forum", sia il lancio del 1° Forum Nazionale sui distretti della Nautica, primo confronto nazionale sulle tematiche e sulle problematiche del distretto, portando il sistema camerale e tutto il Golfo di Gaeta ad essere capofila di un percorso condiviso verso la creazione di una rete dei distretti della nautica italiana. Tra le principali novità del "Trade expo Mediterraneo", ci sarà proprio la "concezione" multietnica e polifunzionale della promozione delle eccellenze produttive, sia per promuovere il Made in Mediterranean attraverso l'esposizione dei prodotti d'eccellenza del mediterraneo sia come contenitore di eventi tematici, convegni, concerti, arte, ecc.

2.2 Internazionalizzazione (cooperazione nel Mediterraneo) e marketing territoriale

Politica dell'internazionalizzazione

Di pari passo ad una politica di Marketing territoriale è necessario che si sviluppi una intensa azione mirata all'internazionalizzazione delle imprese, una delle principali scommesse dell'Ente camerale, poiché il processo di apertura dell'economia e della società è oramai talmente consolidato da apparire irreversibile Negli ultimi quaranta anni è stata rilevata una crescente tendenza da parte delle imprese a dislocare i propri prodotti fuori dal mercato domestico. L'internazionalizzazione può quindi essere definita come la crescita delle imprese nei mercati

esteri e le modalità con cui può avvenire dipende da diversi fattori, quali: gli obiettivi aziendali; le caratteristiche dell'ambiente in cui si opera; la strategia prescelta, gli investimenti che l'impresa è disposta a fare ed i rischi che intende sostenere; il tipo di prodotto. Nell'attuale scenario di difficoltà economica e finanziaria locale, in cui l'aggregazione è diventata elemento indispensabile per competere sui mercati esteri, sono soprattutto le piccole aziende ad aver bisogno di essere sostenute nei processi di internazionalizzazione. Occorre, perciò, sviluppare sinergie gestionali ed economiche per ridurre i costi di produzione e mettere a disposizione degli operatori una metodologia alla portata delle realtà delle imprese coinvolte allo scopo di innalzare la competitività e l'immagine complessiva del territorio.

In relazione a ciò, appare efficace l'azione svolta dal Gruppo delle Strutture camerali per l'internazionalizzazione, di cui la Camera di Commercio di Latina è partner dal 2009, che ha redatto un programma di missioni congiunte per l'anno 2010 volto allo sviluppo della cooperazione bilaterale in Paesi con i quali è favorito l'interscambio con l'Italia grazie a fattori di carattere strutturale, economico, geografico, storico e culturale (es. Egitto, Tunisia, Spagna, Grecia, Russia, Cina, Emirati Arabi Uniti e Qatar). I settori coinvolti sono espressione dei sistemi produttivi del territorio e riguardano, principalmente, l'agroindustria, il florovivaismo, la nautica, la meccanica, l'agroalimentare, l'edilizia ed il sistema casa. Particolare interesse si intende riservare al mercato arabo che rappresenta una grande opportunità per crescita sostenuta, forti investimenti e posizione geografica strategica. La crescita costante di "free zone" testimonia la spinta all'innovazione e allo sviluppo nonché il dinamismo dovuto sia alle innegabili potenzialità del mercato interno che alla forte attrazione svolta nei confronti di una vasta area geografica che dai Paesi del Golfo si estende fino all'India e all'Africa del Nord.

Per quanto riguarda la strategia di internazionalizzazione oltre i confini europei, l'attenzione è focalizzata sul Sud America e, in particolare, sul Brasile che ha registrato la più forte espansione degli ultimi 30 anni, con la prospettiva, già concreta, di diventare un Paese leader dell'economia globale. Il Brasile, infatti, registra una costante crescita media del PIL grazie ai crescenti consumi del mercato interno e ad un export diversificato per produzione e Paesi di destinazione. Il consolidamento dei rapporti con la realtà brasiliana è suggellata dal recente gemellaggio tra le città di Latina e Farrouphila che, oltre alla comunanza della produzione di actinidia in termini quali/quantitativi, presentano un rapporto di complementarità tra i vari comparti dei rispettivi sistemi produttivi

In questo contesto, la recente Legge Regionale n. 5/2008 rappresenta una assoluta novità a livello legislativo regionale, perché disciplina per la prima volta gli interventi regionali a sostegno dell'internazionalizzazione delle piccole e medie imprese nel Lazio. E' proprio in questa direzione che la Camera di Commercio dovrà intervenire, utilizzando questo strumento

per Internazionalizzare le eccellenze, i Distretti, i Sistemi Produttivi, e tutte quelle aggregazioni settoriali e tematiche che sono e saranno capaci di creare “azioni di sistema”, progetti innovativi, progetti complessi ed integrati, sia per le imprese di dimensioni medio-grandi sia per quelle piccole.

Politica di cooperazione nel Mediterraneo

Va assecondata una vocazione delle nostre imprese nell’area del Mediterraneo dove la Camera di Commercio si è già da tempo attivata. Il 2010 è stato proclamato anno del libero scambio nel Mediterraneo. Si rafforzerà dunque il ruolo dell’Ente Camerale di supporto e di coordinamento pro-attivo di politica economica che deve guardare alla cooperazione internazionale nel suo “bacino naturale”. L’obiettivo è il consolidamento e l’ampliamento della rete di relazioni istituzionali per creare condizioni favorevoli di network partenariali tra gli attori pubblici e privati dello sviluppo socio-economico, culturale e scientifico dei territori interessati. E’, in sostanza, il consolidamento di un modello di governance dei processi di cooperazione istituzionale e internazionalizzazione economica per il rafforzamento della fase di apertura del sistema Latina in quello che si prefigura come il più importante mercato mondiale: il Mediterraneo. Le future strategie per lo sviluppo locale, dunque, non possono non tenere conto della necessità di dotare il territorio di relazioni sociali avanzate trans-territoriali e trans-nazionali forti, orientate ad una cooperazione che sfrutti in positivo le specificità interne esistenti sul fronte produttivo, tecnologico, organizzativo e finanziario.

Politica di Marketing Territoriale, Pianificazione Strategica

Il marketing territoriale può essere definito come un processo di comunicazione in cui il territorio viene assunto come risorsa. Tale processo richiede comprensione delle effettive esigenze dei potenziali investitori nonché un’attenta valutazione degli assets locali ed un attento esame della compatibilità tra strategia di impresa e sviluppo locale. Occorre, dunque, promuovere azioni di valorizzazione del territorio provinciale e creare le condizioni per la migliore connessione tra l’offerta territoriale e le diverse tipologie di domanda allo scopo di favorire la fruizione del territorio, rispettare la coerenza tra obiettivi prefissati e quelli di compatibilità ambientale, competitività economica e coesione sociale. La collaborazione ed il coordinamento sono elementi essenziali anche in tema di pianificazione: progettare il futuro di un territorio, infatti, è il disegno ambizioso che ogni amministrazione dovrebbe poter avviare con il contributo di studiosi, professionisti e di quanti sentono di poter dare un apporto allo sviluppo territoriale. Fermo restando il concetto di pianificazione, comunque, è necessario che l’Ente camerale focalizzi l’attenzione su precisi obiettivi e sulle azioni da realizzare per il

raggiungimento di risultati di eccellenza che accrescano il livello di competitività del territorio e l'incremento di valore dei sistemi che in esso operano. Dotarsi della strumentazione strategica ha evidenti vantaggi sia in termini di valorizzazione delle singole componenti dell'economia locale che di facilitazione all'accesso ai finanziamenti comunitari. Nella convinzione che non ci può essere competitività senza coesione, si ritiene necessario avviare, unitamente agli Enti locali interessati, ai Consorzi Industriali presenti in provincia, ed alle Società competenti (ad esempio l'Agenzia Sviluppo Lazio), una concreta azione d'immagine e di vera e propria vendita all'esterno delle "opportunità" di investimenti nell'area attraverso "pacchetti insediativi" contenenti le agevolazioni finanziarie ed il percorso burocratico amministrativo con tempi certi per le relative autorizzazioni.

2.3 Innovazione a sostegno della competitività

Politica del territorio, delle infrastrutture e dei trasporti

La politica delle infrastrutture sta assumendo in questi anni una importanza straordinaria: ad essa è affidato il compito della modernizzazione di un territorio poiché è indiscutibile che oggi un porto, un aeroporto, una stazione ferroviaria sono paragonati ai grandi elementi primari attorno ai quali un territorio articola se stesso. Diffondere la cultura delle infrastrutture per un nuovo esempio di crescita e sviluppo a livello locale è fondamentale poiché ogni grande progetto infrastrutturale, pur rispondendo a logiche settoriali e interessi sovralocali possono diventare risorse per la riqualificazione a livello locale, se inseriti in un processo decisionale di programmazione negoziata a cui partecipano tutti i soggetti interessati indipendentemente dalla gerarchia territoriale. L'Ente camerale, nella consapevolezza che l'assetto infrastrutturale è la chiave per la modernizzazione dell'economia locale, deve agire su un duplice fronte: da una parte concorrere al potenziamento e all'implementazione delle infrastrutture esistenti, dall'altra comprendere i cambiamenti in atto nei bisogni di mobilità e suggerire politiche volte a nuove soluzioni di trasporto, anche sintetizzando e superando le eventuali divisioni tra gli enti che hanno i compiti di programmazione e regolazione del settore. Puntare sulla realizzazione di reti di trasporto locale rapide ed efficienti, rafforzare la viabilità ordinaria, potenziare i trasporti su gomma; rivalutare il trasporto ferroviario; verificare la fattibilità in termini economici, sociali ed ambientali di una eventuale specializzazione dei voli per traffici commerciali.

Accesso al credito

La difficoltà di accesso al credito da parte delle aziende troppo spesso costringe gli imprenditori a ridimensionare i propri piani di sviluppo rinunciando all'acquisto di nuovi macchinari o tagliando i costi per la ricerca; nei casi più gravi l'unica arma a disposizione dell'azienda è

licenziare i dipendenti o chiudere l'attività, con gravi ripercussioni a livello occupazionale e in termini di ricorso agli ammortizzatori sociali. Sostenere il tessuto economico locale per permettere alle piccole e medie imprese di reagire facendo fronte ad una crisi che rischia di travolgerle: è questo l'impegno della Camera di Commercio che intende proseguire le azioni volte a favorire le concessioni di credito nel sistema bancario per il riequilibrio finanziario delle micro realtà imprenditoriali che hanno sede legale ed operativa nel territorio provinciale. E' preciso compito delle istituzioni, infatti, ideare ed adottare una politica di interventi che sia in grado di contenere la situazione di disagio economico e finanziario generale e restituire speranza al mondo del lavoro rilanciando l'economia locale e favorendo non solo il sostegno alle aziende in difficoltà ma anche la creazione di nuove imprese.

L'eccezionale situazione impone di intervenire immediatamente con misure straordinarie attraverso la creazione di un Fondo per operazioni di ricapitalizzazione delle imprese, un Fondo per il consolidamento dei debiti a breve e un Fondo Straordinario per l'accesso al Credito delle PMI. E' una progettualità che dovrà essere realizzata immediatamente, anche tenendo conto del Piano anticrisi messo in campo dallo Stato, dalla Regione Lazio e da quanto realizzato da altre Camere di Commercio.

Politica ambientale ed energetica

La Commissione Europea attribuisce un alto grado di priorità alle energie rinnovabili ed alla necessità di una migliore efficienza energetica nelle regioni dell'U.E.. Di fronte ad un fabbisogno in continuo aumento le tradizionali fonti di energia fossile, come il petrolio, non sembrano in grado di garantire un adeguato soddisfacimento in quanto le risorse sono limitate ed il loro sfruttamento genera numerosi impatti negativi sull'ambiente (inquinamento atmosferico, gas serra ecc...). La recente politica energetica perseguita a livello comunitario, dunque, pone tra i suoi obiettivi primari il raggiungimento della garanzia dell'approvvigionamento energetico riducendo gli impatti ambientali generati dai sistemi associati alla sua produzione. L'Italia è caratterizzata da un sistema di approvvigionamento debole causato da un forte squilibrio tra una richiesta di energia in costante crescita e un'offerta insufficiente, in gran parte di importazione. Il black out totale dell'estate 2003 e le continue gravi difficoltà riscontrate nella fornitura di energia evidenziano la cronicità del problema. La Camera di Commercio intende assicurare supporto agli enti competenti per la realizzazione di iniziative nel settore ritenendo che la diffusione delle informazioni nel mondo imprenditoriale locale, attraverso un'azione di sensibilizzazione all'utilizzo delle principali fonti energetiche rinnovabili (solare termico, solare fotovoltaico, biomasse, eolico, geotermico ecc...), all'efficienza dei consumi e alla riduzione degli sprechi, sia necessaria per la

costruzione di una piattaforma comune che abbia come obiettivo la sostenibilità perseguendo un equilibrio tra sviluppo economico, promozione sociale e salvaguardia dell'ambiente.

In particolare, in campo ambientale occorre sostenere la ricerca di soluzioni eco-compatibili in materia di smaltimento dei rifiuti (i dati relativi parlano di una produzione pro capite in continua crescita) in modo da superare la logica dell'emergenza e degli alti costi. L'obiettivo è un sistema di gestione provinciale allineato ai più avanzati indirizzi normativi e programmatici.

Ricerca e innovazione – Trasferimento sul tessuto imprenditoriale

Uno dei terreni di sfida più rilevanti nell'ambito della competitività imprenditoriale di un territorio è quello della ricerca scientifica sia dal punto di vista economico che sociale. La proiezione dei sistemi economici nei mercati globali impone alla nostra realtà territoriale la ricerca continua di soluzioni innovative capaci di fronteggiare e sostenere ritmi sempre più competitivi ed agguerriti. Di conseguenza, l'informazione e la conoscenza divengono fattori strategici fondamentali per la crescita economica poiché capaci di imporre costantemente la riformulazione e l'ideazione di tecnologie flessibili ed innovative. Anche nella politica pubblica l'innovazione ha assunto un ruolo fondamentale tanto da riservare specifici obiettivi e risorse per la ricerca e lo sviluppo senza dimenticare, però, che il fattore umano conserva un ruolo centralissimo per generare nuova occupazione, nuove professioni ed un miglioramento generale della qualità della vita. La Camera di Commercio mira a trasformare il territorio in un vero e proprio "Distretto della Conoscenza" e, pertanto, non può e non deve ignorare che gli investimenti nella scienza e nella interazione scienza-industria sono cruciali per l'innovazione e per la crescita economica, nella consapevolezza che il progresso scientifico risulta essenziale anche per risolvere problemi sociali di grande rilevanza (per esempio l'ambiente) rispetto ai quali esistono precisi bisogni ed aspettative da parte dei cittadini. Una conoscenza generale sui temi scientifici e tecnologici risulta fondamentale per le imprese produttrici e per la qualificazione dei loro prodotti: è facile, perciò, comprendere il motivo per cui da tempo il territorio invoca l'investimento pubblico e la sua assunzione a ruolo di stimolatore per nuove attività economiche.

A tal fine, in un quadro più ampio di sostegno alle attività di ricerca e trasferimento tecnologico alle imprese, si propone di lavorare per:

- l'inclusione del territorio della provincia di Latina all'interno del Distretto tecnologico delle Bioscienze, in corso di costituzione entro il 2009;
- l'attivazione del Polo di Innovazione Biotech;
- la realizzazione di un centro di eccellenza regionale per la ricerca nelle energie rinnovabili, con il coinvolgimento delle Università, del PALMER e del sistema produttivo del territorio.

2.4 Politiche di filiera

Sviluppo della filiera agricola e agroindustriale

Le imprese agroalimentari della provincia che in questi anni hanno perseguito strategie di sviluppo, lo hanno fatto accentuando i caratteri di qualità e tipicità dei loro prodotti, curando gli aspetti immateriali e puntando sull'export. Ora le aziende avvertono la necessità di agire anche sul fronte organizzativo ma, al tempo stesso, scoprono di essere troppo orientate al prodotto. In nome della competitività, anche le aziende agroindustriali devono affrontare una fase di rinnovamento materiale, migliorando processi produttivi, impianti e strutture. La condizione attuale del sistema, inoltre, è influenzata dalla riduzione dei fondi pubblici, dallo sviluppo continuo di nuove norme e dalla complessità burocratica, dalla pressione delle imprese e delle aree concorrenti, dallo strapotere della Grande Distribuzione e dalla difficoltà dei consumi. E' necessario, pertanto, che le politiche pubbliche si adeguino ai nuovi fabbisogni della realtà imprenditoriale locale affiancandola e sostenendola nel processo di miglioramento organizzativo (coordinamento della filiera, marketing, promozione, export, contatti con la Grande Distribuzione). Per tutto il sistema, nel suo complesso, appare evidente che senza azioni di integrazione sarà difficile nel futuro produrre maggiore qualità e valore aggiunto. E' indispensabile, quindi, rilanciare politiche in grado di individuare strategie complessive volte al sostegno dei programmi di filiera e all'incremento della competitività della stessa, anche attraverso: investimenti in infrastrutture tecnico-scientifiche, impianti e strumentazioni avanzate; miglioramento delle produzioni per garantire materie prima particolarmente qualificate per i successivi processi di trasformazione, con rispondenza ai requisiti di sicurezza alimentare; sviluppo di metodologie di qualificazione e certificazione delle produzioni agroalimentari nelle fasi di produzione, trasformazione e conservazione nonché lo sviluppo di processi innovativi e tecnologie per la tracciabilità di filiera; valorizzazione di produzioni tradizionali e tipiche.

Nell'immediato, lo sviluppo della filiera agricola e agroindustriale potrà essere perseguito, principalmente, attraverso:

- la realizzazione di progetti integrati territoriali ed in particolare di filiera, per garantire uno stretto legame fra le produzioni agricole locali e il sistema agroalimentare ed energetico per la trasformazione e la commercializzazione dei prodotti al fine di superare il frazionamento delle imprese agricole, favorire la crescita delle aziende attraverso meccanismi aggregativi e valorizzare le produzioni del territorio.
- l'approvazione del Piano di Sviluppo del "Distretto agroalimentare di qualità della Pianura Pontina e Fondana".

Sviluppo dei sistemi turistici locali

La costituzione di un Centro Studi per la Valorizzazione del Turismo presso l'Ente camerale ha lo scopo di monitorare ed analizzare le dinamiche dei principali fenomeni economici, culturali, ambientali ed enogastronomici del territorio al fine di rendere il fenomeno turistico motore principale dello sviluppo locale. Tale obiettivo viene perseguito in modo integrato coinvolgendo istituzioni, enti e associazioni che in un quadro di coordinamento unico consentono di governare le attività prioritarie individuate, indirizzando la crescita verso finalità mirate e condivise. Nel settore del turismo provinciale occorre consolidare la fase evolutiva già avviata e tesa al delicato passaggio da un turismo di massa, caratterizzato dai grandi numeri, dalla concentrazione e dalla standardizzazione, al turismo "dell'esperienza" basato sulla conoscenza, l'interazione, l'esplorazione e il confronto. In questa prospettiva il turismo provinciale è destinato ad assumere ancora di più che in passato un ruolo di agente di sviluppo non soltanto economico del territorio: ecoturismo, turismo culturale, rurale e religioso sono infatti le nuove tematiche in cui si declina il complesso fenomeno turistico. In considerazione di una offerta sempre più eccedente e di una domanda sempre più esigente, è necessario inventare formule, sperimentare idee e proposte puntando su conoscenza ed esperienza, due fattori importanti che rappresentano vere e proprie leve di apprendimento e di innovazione.

Il turismo religioso, culturale, etico e responsabile allora, formeranno un nuovo format per uno sviluppo integrato del territorio, con una particolare attenzione alla Green Economy; l'idea progettuale è proprio quella di esaltare la vocazione turistica del territorio anche attraverso l'integrazione con altre filiere leader operanti nel contesto provinciale, con la definizione di strategie di programmazione ed intervento condivise, oltre un percorso di sviluppo integrato per la valorizzazione del patrimonio culturale, comprendendo anche borghi, immobili di pregio storico/culturale, parchi naturali ed aree protette, del turismo religioso, congressuale e nautico.

Le priorità condivise, nell'ambito di un piano strategico sul turismo, possono essere:

- costituzione di uno o più Sistemi Turistici Locali per avviare azioni di promozione mirate e il sostegno alla riqualificazione e ampliamento dell'offerta turistico ricettiva. Attivare un Sistema turistico locale vuol dire dei quattro elementi fondamentali del sistema: 1) identificazione dell'ambiente di riferimento con le sue caratteristiche fisiche, artistiche, culturali, storiche, produttive e sociali; 2) definizione di un fine comune; individuazione delle parti interessate alla realizzazione degli obiettivi; 4) valutazione delle relazioni esistenti tra le parti al fine di creare valore aggiunto al sistema;
- creazione di nuovi modelli di gestione e promozione integrata per la valorizzazione del patrimonio nelle aree di particolare pregio dal punto di vista naturale, culturale e artistico;

- potenziamento del Centro Studi sul Turismo della Camera di Commercio che potrà diventare, anche attraverso i suoi “Laboratori Sperimentali”, il vero catalizzatore di una serie di azioni basate sull’innovazione e l’economia della conoscenza, rappresentando allo stesso tempo un “progetto Pilota” innovativo e replicabile su scala regionale. La struttura, che nonostante la recente costituzione ha già ottenuto il riconoscimento della Presidenza del Consiglio Regionale e dell’Assessorato al Turismo della Regione Lazio, dovrà implementare le proprie attività dotandosi di specifiche competenze in grado di fornire una specializzazione settoriale ed apportare un utile e concreto contributo al territorio in materia di turismo integrato, abbracciando gli ambiti della ricerca, studio, sviluppo e innovazione, promozione della conoscenza, formazione e creazione di una rete strutturale allo scopo di interagire sinergicamente per il raggiungimento degli obiettivi comuni.

Politiche per il commercio e lo sviluppo di un sistema integrato dei centri naturali commerciali

Nati come sistemi polifunzionali privati, i centri naturali commerciali stanno indirizzando le recenti politiche pubbliche settoriali. Esperienze di questo tipo sono diffuse già dagli anni '60 soprattutto in Canada e Giappone ma ora, nell'epoca dei consumi di massa, queste nuove forme di distribuzione stanno sviluppandosi in molti Paesi dell'Unione Europea. La ratio alla base di tale tendenza risiede nella necessità di garantire alle piccole e medie imprese commerciali (il cui problema di sviluppo non è certo risolto dalla deregolamentazione introdotta con la riforma del commercio per i punti vendita fino a 250 mq) condizioni idonee per competere in un quadro di progetti e strategie più ampie in termini di riqualificazione territoriale delle città, dei servizi, delle infrastrutture, dei rapporti con le altre attività economiche e non, di valorizzazione del ruolo sociale dei centri urbani e di sviluppo del turismo culturale. Ciò che distingue il progetto dei Centri Commerciali Naturali dal marketing tradizionale è che il primo accresce il territorio non attraverso investitori esterni ma utilizzando investimenti delle aziende appartenenti al territorio stesso; questo implica che il consumo attratto da un Centro Commerciale Naturale non può essere incompatibile o insostenibile per il sistema locale né può colonizzarlo o stravolgerlo perché ciò significherebbe indebolire l'identità del territorio in cui è collocato. Al tempo stesso è indispensabile garantire al consumatore la percezione che l'offerta di quel territorio è ben organizzata, efficiente, ospitale, attrezzata. In particolare, le azioni programmate riguardano:

- valorizzazione del centro storico e creazione in tempi brevi le migliori condizioni per una adeguata accessibilità, realizzando interventi di riqualificazione anche dell'arredo urbano;

- accrescere la qualità dell'offerta globale; proponendo, fra l'altro, anche la vendita dei prodotti agroalimentari tipici;
- lanciare un marchio d'area, così creando uno strumento di aggregazione per una maggiore competitività del commercio tradizionale.

2.5 Pubblica Amministrazione per le imprese

Da alcuni anni le attività anagrafiche ed amministrative delle Camere di Commercio sono state interessate da una vera e propria svolta, rappresentata in particolare dalla **Telematizzazione** del Registro delle Imprese, svolta che troverà definitivo completamento con l'utilizzo obbligatorio dal 1° aprile 2010 della procedura c. d. COMUNICA; da quel momento le denunce ed il deposito degli atti al Registro delle Imprese, anche per le ditte individuali, viaggeranno esclusivamente sul "Web".

Il Registro Imprese telematico ha innovato profondamente le logiche e le modalità di offerta del servizio, dando prova della capacità del sistema camerale di reinterpretare questa funzione (già prevista dal codice civile e per cinquant'anni disattesa) in chiave moderna, coniugando l'esigenza di garanzia e sicurezza dell'informazione, con i principi emergenti di semplificazione, efficienza, efficacia ed economicità dell'azione amministrativa e innescando forti spinte al cambiamento nell'intera organizzazione.

Il percorso di rinnovamento avviato proseguirà con ulteriore slancio nei prossimi anni, affiancandosi – anche per supportarla e stimolarla – all'azione generale di riforma della Pubblica Amministrazione promossa a livello centrale.

L'aspetto più importante che si intende confermare nel prossimo futuro è quindi il ruolo che l'Ente camerale dovrà svolgere, in quanto Pubblica Amministrazione, nel promuovere lo sviluppo del territorio, **anche attraverso la qualità e l'efficienza dei propri servizi anagrafico-certificativi alle imprese locali.**

La qualità dei servizi della Pubblica Amministrazione è infatti un fattore di competitività e di attrattività per il territorio: diversamente, prevale nell'opinione pubblica la percezione di una burocrazia "pesante", il cui costo costituisce un onere per la collettività.

Come istituzione di riferimento per il sistema delle imprese, la Camera intende farsi interprete di queste istanze e, attraverso il confronto con i rappresentanti del sistema economico e le istituzioni del territorio, imprimere una spinta al processo di "alleggerimento" della burocrazia, ma al tempo stesso generare valore per il sistema economico, attraverso l'eccellenza dei servizi.

Per raggiungere tale obiettivo strategico, la Camera agirà nelle seguenti direzioni:

Efficienza e riduzione dei tempi dell’Azione amministrativa.

Sarà necessario migliorare, in misura significativa, anche attraverso l’utilizzo di **tecnologie più avanzate e processi di reingegnerizzazione delle procedure**, i tempi di conclusione dei procedimenti; ciò interesserà tutti gli ambiti dell’attività Amministrativa ed i rapporti con le altre pubbliche Amministrazioni. (Enti locali , Uffici giudiziari, fiscali, previdenziali etc.)

Semplificazione degli adempimenti.

Un passo significativo verso la semplificazione è rappresentato senza dubbio dall’introduzione digitale della **comunicazione unica per la nascita dell’impresa**, che dovrà essere inviata al Registro delle Imprese e sostituirà tutti gli adempimenti relativi all’inizio dell’attività dell’impresa, anche ai fini previdenziali, assistenziali e fiscali.

L’esperienza pionieristica realizzata con la firma digitale, la carta dei servizi e la posta elettronica certificata ha portato dunque a riconoscere le Camere come interlocutore efficace per il sistema delle imprese e a privilegiare il canale telematico del Registro delle Imprese anche per alcuni adempimenti relativi ad altre Amministrazioni centrali (Agenzia delle Entrate, INPS, INAIL e Ministero del lavoro).

Le **strategie** sopra descritte, imporranno necessariamente per i prossimi anni precise azioni e programmi indirizzati a:

- una più intensa diffusione della firma digitale e del sistema Telemaco pay;
- una maggiore qualità e tempestività delle informazioni all’utenza, soprattutto tramite Web ed attivazione di call-center specializzati;
- la collaborazione con le istituzioni pubbliche e gli Enti locali in materia di e. government e di interazione telematica;
- lo sviluppo delle attività “ CRM “ (Customer Relationship Management);
- l’implementazione della telematica anche in altri ambiti dell’attività amministrativa (albi e ruoli, metrologia legale ecc.)
- la gestione telematica dei flussi documentali interni anche attraverso processi di dematerializzazione e work-flow;
- la gestione on-line di acquisto di beni e servizi (e. procurement).

3. Risorse ed impieghi

3.1. Le risorse economiche

Nel quinquennio in esame, le risorse economiche del sistema camerale della provincia pontina sono ipotizzate in moderata crescita, con dinamiche più accentuate per i contributi e trasferimenti derivanti dalla compartecipazione ad iniziative promozionali della Camera di Commercio; è infatti intenzione dell'Ente coinvolgere sempre più, tramite protocolli di intesa, soggetti istituzionali provinciali, regionali e nazionali.

- le risorse provenienti dal sistema imprenditoriale sotto forma di diritto annuale, principale componente delle entrate camerali, sono interessate da eventuali adeguamenti derivanti essenzialmente dal saldo positivo fra cancellazioni e nuove iscrizioni al Registro Imprese, non essendo ipotizzabili consistenti incrementi dei valori unitari delle contribuzioni;
- i diritti di segreteria, in linea con il trend storico manifestato negli ultimi anni, evidenzieranno una contenuta crescita lineare di tale fonte;
- i proventi derivanti dai contributi, rimborsi e gestione di servizi sono stimati in moderata crescita, in particolare per il consolidamento delle attività di natura commerciale;
- le gestioni finanziaria e straordinaria evidenziano un complessivo saldo positivo; la gestione finanziaria, in particolare, si prevede in pareggio, in controtendenza rispetto agli ultimi esercizi che hanno chiuso con un margine in utile, in vista della possibilità di contrarre un nuovo mutuo per finanziare le previste ristrutturazioni immobiliari, soprattutto della ex sede camerale di via Armando Diaz; la gestione straordinaria, invece, si prevede che mantenga un andamento complessivamente positivo, per effetto della puntuale prosecuzione, relativamente alle annualità pregresse, del processo sanzionatorio finalizzato al recupero del diritto annuale non corrisposto.

3.2. Gli impieghi delle risorse

L'impiego delle risorse dovrà tener conto dei seguenti elementi:

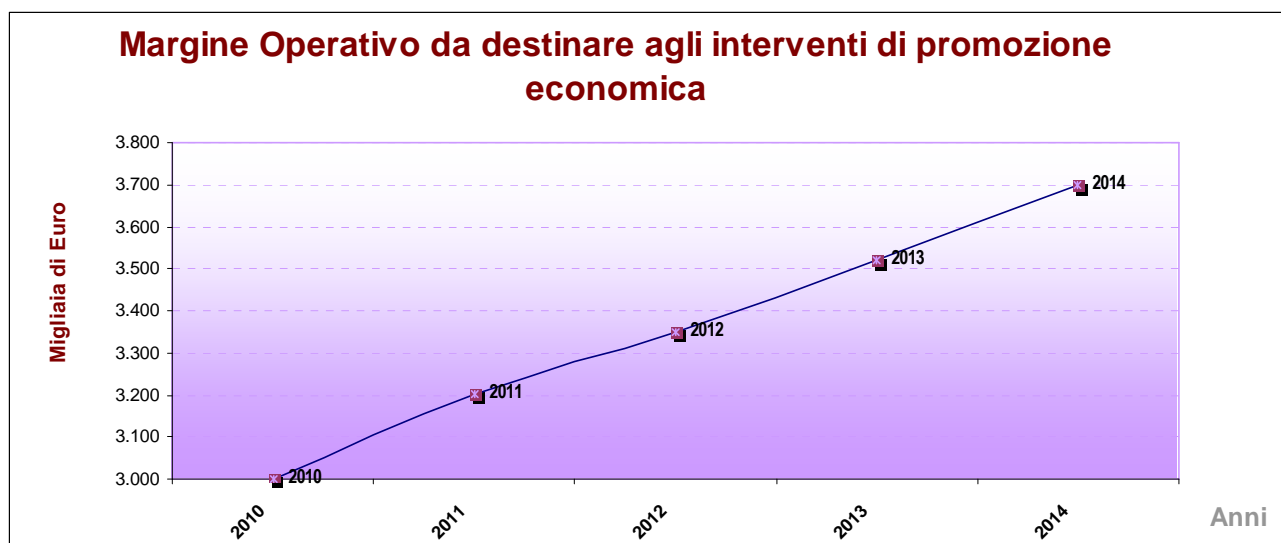
- gli oneri per il personale dipendente segneranno una sostanziale stabilità nei prossimi esercizi. Gli incrementi di spesa dovuti ai rinnovi contrattuali saranno infatti assorbiti dal ridotto turn over del personale;
- la misura degli oneri di funzionamento per il mantenimento della struttura, si stima in aumento misura pari almeno al tasso d'inflazione nei rinnovi contrattuali di fornitura, seppur verrà posta in essere una politica di ulteriore razionalizzazione ed efficienza organizzativa delle risorse impiegate, al fine di contenere l'entità degli oneri di autogoverno.

RISORSE IMPIEGHI 2010/2014

RISORSE	2010	2011	2012	2013	2014
DIRITTO ANNUALE	10.075.000	10.200.000	10.300.000	10.400.000	10.500.000
DIRITTI DI SEGRETERIA	2.219.000	2.250.000	2.280.000	2.310.000	2.340.000
ALTRI PROVENTI	1.059.000	1.110.000	1.170.000	1.230.000	1.300.000
GESTIONE FINANZ. E STRAORD.	95.000	100.000	100.000	100.000	100.000
- TOTALI FONTI -	13.448.000	13.660.000	13.850.000	14.040.000	14.240.000

IMPIEGHI	2010	2011	2012	2013	2014
PERSONALE	3.772.500	3.780.000	3.800.000	3.800.000	3.800.000
FUNZIONAMENTO	3.106.000	3.110.000	3.120.000	3.130.000	3.140.000
AMMORTAMENTI E ACCANTONAMENTI	3.569.500	3.570.000	3.580.000	3.590.000	3.600.000
- TOTALE IMPIEGHI -	10.448.000	10.460.000	10.500.000	10.520.000	10.540.000

MARGINE OPERATIVO (A-B)	3.000.000	3.200.000	3.350.000	3.520.000	3.700.000
--------------------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------



Le disponibilità sopra evidenziate dal margine operativo costituiscono, dunque, il potenziale da destinare agli interventi di promozione economica a sostegno delle imprese della provincia.