



Camera di Commercio  
Latina



# Rapporto sociale

---

***Obiettivi di mandato e primi risultati 2009***

Quadro programmatico 2010 - 2014







## [ Accendiamo il dialogo ]



### La rendicontazione sociale per un dialogo costruttivo

Vicina al territorio più di qualsiasi altro organismo deputato al sostegno ed al rilancio dell'economia, l'ente camerale è certamente chiamato ad assolvere un ruolo essenziale per la provincia ed il suo Sistema Impresa, ponendosi come interprete ed interlocutore per la rilevazione delle esigenze degli operatori economici e dei cittadini-consumatori (stakeholder).

Con l'insediamento dei nuovi organi, avvenuto il 6 marzo 2009, ha avuto inizio un nuovo mandato istituzionale nel corso del quale, per rispettare il suo impegno istituzionale, l'ente camerale intende offrire servizi amministrativi e di regolazione del mercato sempre più efficienti ed accessibili, unitamente ad iniziative di promozione per lo sviluppo economico del territorio sempre più mirate ed efficaci.

L'ambizione della Camera di Commercio di Latina è però, anche, quella di *migliorare il sistema di dialogo con i propri stakeholder*, condividendo programmi, priorità ed obiettivi strategici, rendendo i risultati conseguiti più leggibili e trasparenti in linea con i moderni principi della rendicontazione sociale.

Perché ciò avvenga è necessario dotarsi di strumenti adatti, in particolare una informazione completa che nutra la trasparenza degli atti e delle scelte, e che concorra allo sviluppo del dialogo tra imprese, associazioni, istituzioni e cittadini.

Per tale ragione, con questo breve rapporto sui primi risultati preconsuntivi registrati nel 2009 e sul quadro programmatico 2010-2014, al quale seguirà un bilancio sociale completo, intendiamo dare avvio ad un sistema di informazione verso i nostri stakeholder ed in generale verso i protagonisti dello sviluppo economico locale, che spieghi in modo concreto e comprensibile il valore sociale prodotto dall'ente camerale.

Attraverso questo rapporto desideriamo, quindi, illustrarvi i seguenti aspetti:

- **primi risultati conseguiti nel 2009**
- **priorità d'intervento per il 2010**
- **obiettivi programmatici per il periodo 2010-2014**

# [ Primi risultati conseguiti nel 2009 ]

Agricoltura	21 %	nr. 11.951
Commercio	28 %	nr. 15.996
Costruzioni	13 %	nr. 7.773
Manifatturiero e Artigianato	9 %	nr. 5.075
Servizi	21 %	nr. 12.119
Turismo	7 %	nr. 4.138
Altri	1 %	nr. 764
		nr. 57.816

Composizione iscritti 2009, fonte Osserfare

## Il Valore Aggiunto generato

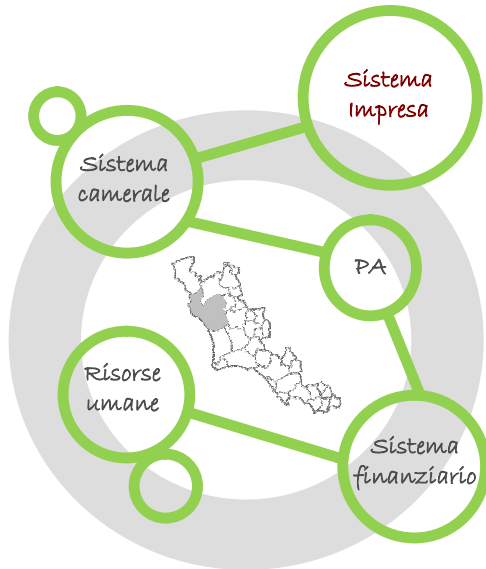
Nell'ottica della rendicontazione sociale l'ente intende innanzitutto illustrarvi la composizione delle fonti finanziarie disponibili che, dai dati preconsuntivi 2009, sono state pari a 10,5 mln di euro al netto di svalutazioni, derivanti in particolare dai proventi per diritto annuale. Al 2009, nella provincia di Latina, risultano iscritte 57.816 unità produttive, (83% le attive, fonte osserfare) comprese le sedi locali distaccate, con una media contributiva per diritto annuo di 126 euro ciascuna. Di seguito si riporta il riepilogo delle fonti a disposizione dell'ente, definite quale **valore globale della produzione**.

Proventi attività tipica	Precon. 2009	2008
Diritto Annuale	7.333.000	7.454.335
Diritti di Segreteria	2.199.500	2.287.141
Contributi e trasferimenti	903.930	767.311
Proventi da gestione beni e servizi	207.000	125.412
Variazioni rimanenze	-43.650	18.692
<b>Valore Globale della Produzione</b>	<b>10.599.780</b>	<b>10.652.891</b>

Pertanto, il valore della produzione, al netto dei costi di struttura e di funzionamento, genera il **Valore Aggiunto Globale (VAG)** che viene distribuito ai propri stakeholder come valore sociale sotto forma di spese per servizi e iniziative economiche.

Nel 2009, in base ai dati preconsuntivi (precon.) tale valore è risultato pari a circa **9 mln** di euro, cioè l'**86% delle fonti gestite**, contro gli 8,4 mln del 2008, registrando un confortante incremento.

Determinazione del VAG	Precon. 2009	2008
<b>Valore Globale della Produzione</b>	<b>10.599.780</b>	<b>10.652.891</b>
(-) Costi di Struttura	-1.329.660	-1.047.076
(+/-) Saldo Gest. Finanz. (Se Positiva)	18.318	42.982
(+/-) Saldo Gestione Straordinaria	-379.000	-262.329
(-) Fondo spese future	-47.000	-150.000
(-) Ammortamenti	-327.100	-305.915
(-/+ Risultato di gestione)	543.993	-499.612
<b>Valore Aggiunto Globale Netto</b>	<b>9.079.331</b>	<b>8.430.941</b>



### La distribuzione del valore agli stakeholder

Nella logica di distribuzione del valore sociale vengono individuati, nella figura in alto, gli stakeholder dell'ente camerale a cui è destinato il *valore aggiunto globale* generato dall'ente (VAG). Come esposto nella tabella che segue, il totale VAG, è destinato per il **71%** al **Sistema Impresa** pari a **5,9 mln** di euro. Il restante 29% viene invece distribuito agli altri stakeholder: la *Pubblica Amministrazione (PA)*, che viene remunerata tramite il pagamento delle imposte e dei tributi, il *Sistema Camerale*, mediante le quote ed i contributi associativi annuali, le *Risorse Umane* di supporto alla struttura ed infine il *Sistema Finanziario e Creditizio*, che, dato il saldo positivo della gestione finanziaria sia per il 2009 che per il 2008, risulta nullo.

Distribuzione VAG per Stakeholder	Precon. 2009	2008
Sistema Impresa	5.960.134	5.362.749
Pubblica amministrazione	411.000	380.000
Sistema camerale	791.366	745.008
Risorse umane	1.916.831	1.943.185
Sistema finanziario	-	-
<b>TOTALE</b>	<b>9.079.331</b>	<b>8.430.941</b>

### Il valore dei servizi istituzionali al Sistema Impresa

La remunerazione del **Sistema Impresa** avviene mediante l'erogazione dei tre servizi istituzionali tipici di ogni camera di commercio :

- **Promozione del territorio**
- **Servizi amministrativi e certificativi**
- **Regolazione del mercato**

Nel dettaglio riportato di seguito emerge il peso preponderante che, anche nel 2009, hanno avuto le iniziative per la **promozione del territorio**, pari al **70%** del VAG distribuito al Sistema Impresa. Il valore aggiunto distribuito tramite ciascun servizio include l'incidenza dei costi del personale direttamente impiegato e delle spese per organi istituzionali (espressione dei diversi comparti economici).

Il valore dei nostri Servizi	Precon. 2009	2008
Promozione del territorio	4.188.256	3.609.532
Servizi amministrativi e certificativi	1.629.174	1.512.472
Regolazione del mercato	142.704	130.800
<b>VAG Sistema Impresa</b>	<b>5.960.134</b>	<b>5.362.749</b>



## Il valore aggiunto per categoria d'intervento

Nel 2009 l'ente camerale ha destinato alle *iniziative di promozione del territorio* un importo pari a 4,1 mln di euro.

In particolare le risorse sono state utilizzate per categorie d'intervento che vanno dal sostegno all'internazionalizzazione, al marketing territoriale, ad interventi per favorire l'accesso al credito alle pmi.

### Promozione del territorio

#### Valore aggiunto per categorie d'intervento

	Precon.2009	2008
Formazione e Orientamento	233.852	201.483
Innovazione e qualità	268.090	231.060
Studi e informazione economica	371.208	319.784
Internazionalizzazione	404.994	349.042
Sostegno accesso al credito	1.108.039	955.150
Marketing territoriale	1.802.073	1.553.013
<b>TOTALE</b>	<b>4.188.256</b>	<b>3.609.532</b>

Le iniziative di **Marketing territoriale**, che rappresentano il valore più rilevante, **pari al 42%** del totale delle iniziative di promozione, includono una serie di progetti coerenti con le priorità e gli obiettivi strategici programmati, che hanno previsto, in particolare, interventi per il potenziamento delle tre filiere produttive della provincia riconosciute a livello regionale: *agro industria, nautica e cantieristica da diporto e chimico-farmaceutico*.

Notevole spazio hanno ricevuto anche quelle iniziative di marketing territoriale per la valorizzazione dei settori tradizionali dell'*agricoltura*, con promozione di prodotti IGP e DOP, oltre alla strategica valorizzazione dei *sistemi turistici locali*, alla salvaguardia dei beni culturali, ambientali, paesaggistici, storici ed artistici. Una importante fetta di valore aggiunto, **pari al 32%**, è stato destinato, inoltre, ai servizi di **Sostegno nell'accesso al credito**, a testimonianza del contributo concreto dell'ente camerale per il rilancio dell'economia, che includono i costi e gli accantonamenti per le garanzie prestate alle pmi locali mediante l'organismo camerale preposto, il Consorzio Intrafidi.



Agricoltura	12,1 %	504.831
Agro-industria	10,4 %	435.505
Artigianato Artistico	6,2 %	261.030
Chimico-farmaceutico	5,5 %	229.149
Commercio	13,8 %	577.002
Costruzioni	4,7 %	196.803
Manifatturiero	13,9 %	582.954
Nautica	17 %	712.066
Servizi	6,5 %	274.269
Turismo	9,9 %	414.649
		<hr/> 4.188.256

### Il valore aggiunto per comparto economico

Fin dall'insediamento, i nuovi vertici camerali hanno affrontato l'attuale stato di crisi economica, con l'obiettivo di delineare un percorso condiviso con gli altri soggetti istituzionali del territorio (regione, provincia, comuni, associazioni di categoria).

Attraverso l'attivazione mirata di tavoli tecnici e numerose indagini di campo, è stato tracciato un piano di azione comune finalizzato allo sviluppo di progettualità e servizi a supporto del sistema imprenditoriale pontino.

Le iniziative poste in essere già nel 2009 hanno contribuito a sostenere diversi comparti che, oltre a fruire come tutte le imprese della provincia dei tradizionali servizi amministrativi e di regolazione del mercato offerti dalla camera, hanno potuto beneficiare di quelle iniziative di promozione mirate a dare nuovo slancio all'economia pontina.

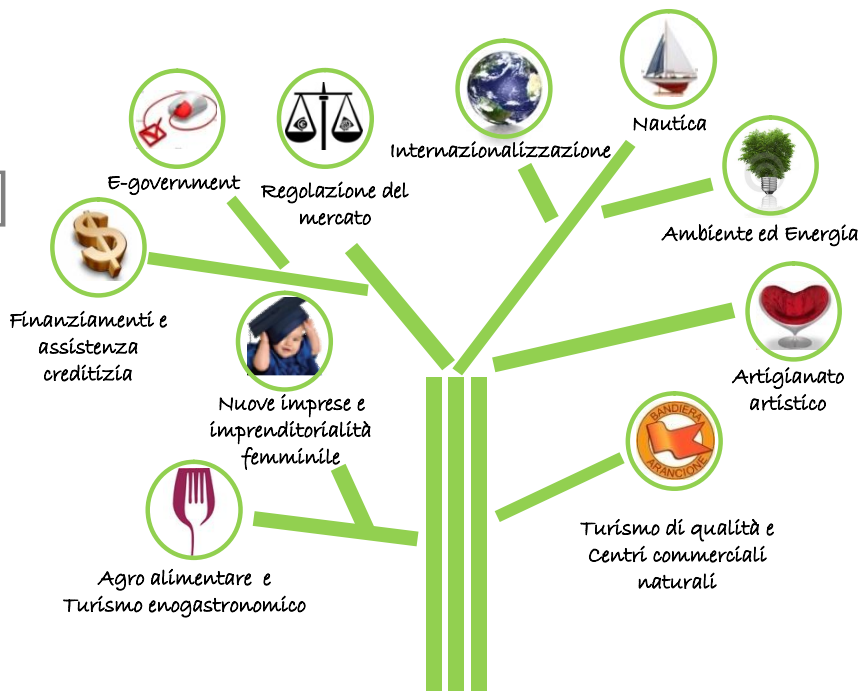
La politica d'intervento dell'ente camerale ha sostenuto i distretti monosettoriali, ad oggi ancora strategici per la crescita del territorio, con il 33% dei servizi di promozione.

Le progettualità realizzate sono state orientate al mantenimento dell'occupazione nelle grandi imprese del **settore farmaceutico**, oggi in crisi, ed il potenziamento dei distretti industriali emergenti, piccole e flessibili imprese operanti nell'indotto della **nautica** o della **filiera agroalimentare**. Proprio nel settore della nautica e della cantieristica da diporto, che coinvolge, tra l'altro, numerose imprese *artigiane*, il valore aggiunto nel 2009 è stato pari al 18% dei servizi di promozione, a dimostrazione del massimo impegno per l'acquisizione di quel vantaggio competitivo per la provincia a riconosciuta vocazione marinara.

Tutto questo è direttamente legato allo sviluppo integrato del turismo, dei servizi e del commercio con la promozione di manifestazioni locali come lo Yacht Med Festival, senza trascurare il valore crescente dei comuni dell'entroterra per i quali l'obiettivo sono le bandiere arancioni del turismo certificato. Nel 2009 è proseguito, inoltre, il supporto alla produzione tipiche locali, anche attraverso le azioni del Club del Gusto e particolare attenzione è stata rivolta alle politiche di formazione attraverso il risanamento e lo sviluppo della società dedicata STEP S.p.A.

# [ Priorità per il 2010 ]

## Le nostre 10 carte da giocare



### Le iniziative prioritarie in programma per il 2010

Sulla base del risultato di esercizio ottenuto nel 2009, l'ente camerale, per il 2010, conta di mantenere stabile il peso delle risorse economiche destinate al sostegno ed alla promozione delle imprese locali, destinando un importo di circa 3 mln di euro agli interventi di promozione a sostegno dell'economia locale, al netto del personale che verrà impiegato.

Ben consapevoli delle maggiori criticità del modello economico pontino, quali le poche imprese locali che riescono ad avere mercato fuori dall'ambito regionale, l'eccessiva piccola dimensione di certe realtà dagli alti potenziali, le linee guida del programma 2010 trovano fondamento nei principi dell'**"apertura economica"**. Per rispondere alle sfide della globalizzazione e della competizione occorre però una forte coesione sociale e istituzionale sulle scelte fondamentali.

In particolare, il mandato dell'ente camerale, a sintesi di quanto dettagliatamente esposto nel programma approvato in giunta, ha focalizzato su **10 ambiti specifici ritenuti strategici** la sua azione a sostegno dell'economia locale.

Internazionalizzazione	consolidare il <i>Made in Latina</i> su mercati nazionali e internazionali
Finanziamenti e assistenza creditizia	favorire l'acquisizione di risorse finanziarie anche comunitarie, nazionali e regionali
Nautica	valorizzare la vocazione marittima della provincia e la cantieristica da diporto
Ambiente ed Energia	incentivare politiche premianti su progetti a sostegno di ambiente ed energie rinnovabili
Turismo di qualità e centri commerciali naturali	valorizzare il rilevante patrimonio artistico, culturale, storico, ambientale e sportivo nonché i centri commerciali naturali
Agroalimentare e turismo enogastronomico	valorizzare i prodotti tipici locali, le filiere e promuovere la strada dei vini
Artigianato artistico	promuovere le rassegne espositive ed il potenziamento dei centri di eccellenza
Regolazione del mercato	promuovere i contratti tipo e la conciliazione
Nuove imprese e imprenditorialità femminile	sostenere la nuova imprenditoria locale
E-government	promuovere la modernizzazione dei servizi





## [ Obiettivi programmatici 2010-2014 ]



### *Dalle radici dell'agroalimentare al rilancio del turismo e delle opere infrastrutturali*

#### **Dalle radici dell'agroalimentare, i germogli della crescita**

Il programma pluriennale predisposto per il periodo 2010-2014 e approvato lo scorso novembre dal Consiglio Camerale (ai sensi dell'art. 4, del D.P.R. n. 254/2005), ha determinato gli impegni concreti e le linee strategiche e programmatiche degli interventi futuri della Camera di Commercio.

Dunque, la nuova programmazione, che discende dalle scelte degli organi di recente insediamento, seppur tenendo in considerazione le strategie delineate negli anni precedenti, rappresenta il cruscotto di orientamento dell'ente camerale nel raggiungimento della propria mission istituzionale e di mandato.

Le strategie delineate imporranno necessariamente per i prossimi anni precise azioni e programmi indirizzati. I settori coinvolti sono espressione dei sistemi produttivi del territorio e riguarderanno, principalmente, l'agroindustria, il florovivaismo, la nautica, la meccanica, l'agroalimentare, il turismo integrato, l'edilizia ed il sistema casa.

L'ente camerale ha, pertanto, stabilito gli elementi fondanti del suo mandato portandoli alla vostra conoscenza.

Nautica	valorizzazione della vocazione marittima della provincia e della cantieristica da diporto
Internazionalizzazione e marketing territoriale	promozione del territorio sui mercati nazionali e internazionali
Politiche di filiera	sviluppo della filiera agricola e agroindustriale per rafforzare l'identità agropontina
Commercio	politiche per il commercio e lo sviluppo di un sistema integrato dei centri naturali commerciali
Ambiente ed Energia	politiche premianti su progetti ambiente ed energie
Innovazione	promozione del polo biotech e inclusione del territorio provinciale nel polo bioscienze
Infrastrutture	promozione grandi opere infrastrutturali per la modernizzazione del territorio
Turismo di qualità	costituzione di uno o più Sistemi Turistici Locali valorizzando: turismo storico, ambientale, sportivo
Credito	azioni per il sostegno nell'accesso al credito
Modernizzazione PA	completa telematizzazione del Registro Imprese e miglioramento efficienza servizi camerali

Queste sono le linee di condotta che desideriamo condividere con tutti voi, perché soltanto l'unità d'intenti può rendere maggiormente efficace il raggiungimento dei risultati, evitando una duplicazione e dispersione di risorse che porterebbero soltanto ad iniziative frammentarie ed episodiche. Questa è la nostra sfida.

*Per concludere, una considerazione che vogliamo condividere: un progetto di rendicontazione sociale, che questo rapporto anticipa in estrema sintesi, deve includere una fase interlocutoria con i propri stakeholder per una riflessione il più possibile comune e partecipata.*

*Pensiamo che avere le vostre opinioni rappresenti la qualità, la vera essenza di questo lavoro.*

*Ecco perché vogliamo intraprendere con voi un costante confronto, perché il dialogo avviato con questo rapporto sociale resti acceso in modo proficuo.*

**Il Presidente**  
Vincenzo Zottola

**Il Segretario Generale**  
Antonio Rampini



Elaborazione aggiornata al 15 dicembre 2009



CAMERA DI COMMERCIO  
INDUSTRIA, ARTIGIANATO E AGRICOLTURA  
LATINA

Via Umberto I, n. 80 - 04100  
Tel. 0773 67 21  
Fax 0773 69 30 03  
[www.cameradicommerciolatina.it](http://www.cameradicommerciolatina.it)