DELIBERAZIONE N. 10 DEL 31 .10.2012

Oggetto: **Relazione previsionale e programmatica Anno 2013 – DGC n. 67 del 22.10.2012 – Approvazione**

Il Presidente, relatore sull'argomento in oggetto, introduce l'argomento e riferisce quanto segue: Si chiede la valutazione del Consiglio della seguente proposta di deliberazione relativa all'approvazione della Relazione previsionale e programmatica per il 2012, predisposta dalla Giunta camerale con delibera n. 67 del 22.10.2012. L'art. 5 del D.P.R. n. 254/2005 -Regolamento sull'amministrazione patrimoniale e finanziaria delle Camere di Commercio - definisce la Relazione previsionale e programmatica il documento di carattere generale che aggiorna 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. A seguito del D.Lgs. n. 150/2009, la RPP assume il valore di revisione annuale del programma triennale delineato nel Piano della Perfomance. Infatti la compresenza del contesto normativo non ancora coordinato in cui muovono e si sovrappongono la programmazione economico finanziaria, ex DPR 254/05, e quella del ciclo delle performance, ex D.Lgs. n. 150/2009, conferisce al Piano della performance, la natura di documento di programmazione triennale che delimita e definisce gli ambiti strategici ed operativi all'interno dei quali redigere ed approvare la Relazione previsionale, il Preventivo economico ed il budget direzionale. Ciò premesso la Relazione previsionale e programmatica per l'anno 2013 individua i programmi e le azioni da realizzare nel corso dell'esercizio nell'ambito sia delle priorità strategiche individuate in sede di pianificazione che dei programmi, degli obiettivi e dei risultati individuati nel Piano della Perfomance 2012-2014. Essa inoltre anticipa in alcuni casi le modifiche e gli aggiustamenti alla programmazione della performance che saranno formalmente adottate nell'aggiornamento del Piano della performance, la cui approvazione è solo temporalmente successiva alla redazione della presente RPP. Il Presidente da lettura del documento che sintetizza la Relazione Previsionale e Programmatica per l'anno 2013. Terminata la lettura, si assiste al plauso del Consiglio.

Il Presidente invita la Giunta a deliberare.

IL CONSIGLIO CAMERALE

UDITA la relazione del Presidente;
VISTO l'art. 5, del D.P.R. 2/11/2005, n°254;
VISTO il D.Lgs. n. 150/2009;
VISTO il "Piano della performance 2012-2014" che delinea le priorità strategiche, gli obiettivi operativi e gli indicatori dell'Ente per il prossimo triennio;
VISTA la proposta di Relazione Previsionale e Programmatica per l'anno 2013, predisposta dalla Giunta camerale con deliberazione n. 67 del 22.10.2012 che individua i programmi e le azioni da realizzare nel corso dell'esercizio nell'ambito sia delle priorità strategiche individuate in sede di pianificazione, che dei programmi, degli obiettivi e dei risultati individuati nel Piano della Performance 2012-2014;
CONSIDERATO che la Relazione previsionale e Programmatica per il 2013, anticipa in alcuni casi le modifiche e gli aggiustamenti alla programmazione della performance che saranno formalmente adottate nell'aggiornamento del Piano della performance, entro il prossimo 31.01.2013;
CONDIVISE le linee di indirizzo dell'azione camerale per l'anno 2013 dalle quali discenderanno i successivi atti di programmazione economica, Preventivo economico e budget direzionale, nonchè l'individuazione degli obiettivi che si intendono raggiungere;
PRESO ATTO della regolarità amministrativo-contabile e del parere positivo all'adozione del presente atto rilasciati dal Segretario generale, dott. Clemente Napoli, con nota all. n. 1 al prot. 34610 del 29.10.2012, e dalla Responsabile del Servizio Affari economici, Graziella Russo;
PRESO ATTO dell'assenza giustificata dei componenti Giuseppe **AMODEO,** Elio **BARTOLETTI,** Giovanni **DONATO,** Marcello **FILIPPELLI RANIERI,** Armando **FORGIONE,** Gerardo **SMURRA e** Katia **STANCATO;**

VERIFICATA la regolarità della propria composizione in quanto sono presenti n. 20 componenti;
CON 19 voti favorevoli e l'astensione del Consigliere ZASA

DELIBERA

- di approvare la "Relazione previsionale e programmatica - Anno 2013" predisposta con delibera di Giunta camerale n. 67 del 22.10.2012, allegata al presente provvedimento.

La presente deliberazione è allegata al verbale della seduta di Consiglio Camerale del 31.10.2012

La presente deliberazione è immediatamente esecutiva, dopo la prescritta pubblicazione all'Albo camerale, sarà acquisita all'apposita raccolta.

IL SEGRETARIO GENERALE
(Clemente Napoli)

IL PRESIDENTE
(Giuseppe Gagliotti)

La presente deliberazione, ai sensi dell'art. 55 del Regolamento sul procedimento amministrativo e sul diritto di accesso (approvato dal Consiglio camerale con deliberazione n. 9 del 14.12.2009), è stata pubblicata all'albo camerale on line istituito con deliberazione di Giunta Camerale n. 4 del 24.01.2010 ai sensi dell'art. 32 della legge 69/09, come modificato dal D.L. 194/2009 e L. 25/2010 dal 8.11.2012 al 20.11.2012

X Integralmente;
- per estratto nel rispetto della normativa in materia di protezione dei dati personali (D.Lgs. n. 196/03 e s.m.i.) o comunque al fine di tutelare il diritto alla riservatezza o per ragioni di tutela di brevetti e concorrenza o per espressa disposizione di altra normativa legislativa o regolamentare.

e contro la stessa non sono state presentate opposizioni.

Cosenza lì_____,

IL SEGRETARIO GENERALE
(Clemente Napoli)

Camera di Commercio
Cosenza

AREA DIRIGENZIALE 1
Servizio per gli Affari Economici

Allegato DCC N° 10 del 31.10.2012

RELAZIONE PREVISIONALE E PROGRAMMATICA
ANNO 2013

INDICE

Premessa 4

1. Analisi del contesto 5

1.1 Lo scenario economico 5

1.2. Il contesto interno 7

1.2.1 Le risorse umane 7

1.2.3 Le risorse economiche, finanziarie e patrimoniali. 8

1.3 Il contesto normativo di riferimento 8

2. Stato di attuazione del programma pluriennale: le attività realizzate nel 2012 11

2.1 Linea di indirizzo 1: Consolidamento del ruolo della Camera nell'ambito delle relazioni istituzionali 11

2.1.1 Programma 1.1: Cooperare per programmare le politiche di sviluppo 11

2.1.2 Programma 1.2: Cooperare per sviluppare policy innovative 12

2.1.3 Programma 1.3: Cooperare per avvicinare le istituzioni alle imprese 13

2.2 Linea di indirizzo 2: Razionalizzazione degli strumenti utilizzati per le finalità istituzionali 13

2.2.1 Programma 2.1: Riorganizzazione ed innovazione dei processi di lavoro 13

2.2.2 Programma 2.2: Monitoraggio partecipazioni in società e consorzi, associazioni, osservatori ed aziende speciali 14

2.2.3 Programma 2.3 : Comunicazione istituzionale 14

2.3 Linea di indirizzo 3: Le politiche a sostegno della competitività imprenditoriale 15

2.3.1 Programma 3.1: Promuovere e sostenere la capacità di marketing delle imprese cosentine 15

2.3.2 Programma 3.2: Promuovere un'immagine positiva del territorio e del contesto sociale provinciale 17

2.3.3 Programma 3.3: Promuovere strumenti per il superamento del gap dimensionale delle imprese come limite alla capacità di innovare 18

2.3.4 Programma 3.4: Promuovere strumenti per il superamento delle diseconomie di accesso al credito 19

2.3.5 Programma 3.5: Promuovere strumenti di incentivazione del sistema economico locale 19

3. Linee guida dell'azione camerale per il 2013 20

3.1. Linea di indirizzo 1: Consolidamento del ruolo della Camera nell'ambito delle relazioni istituzionali 22

3.1.1 Programma 1.1: Cooperare per programmare le politiche di sviluppo 22

3.1.2 Programma 1.2: Cooperare per sviluppare policy innovative 22

3.1.3 Programma 1.3: Cooperare per avvicinare le istituzioni alle imprese 23

3.2. Linea di indirizzo 2: Razionalizzazione degli strumenti utilizzati per le finalità istituzionali 24

3.2.1 Programma 2.1: Riorganizzare ed innovare i processi di lavoro 24
3.2.2 Programma 2.2: Monitoraggio partecipazioni in società e consorzi, associazioni, osservatori ed aziende speciali 24
3.2.3 Programma 2.3: Comunicazione istituzionale 25
3.3. Linea di indirizzo 3: Le politiche a sostegno della competitività imprenditoriale 25
3.3.1 Programma 3.1: Promuovere e sostenere la capacità di marketing delle imprese cosentine 25
3.3.2 Programma 3.2: Promuovere un'immagine positiva del territorio e del contesto sociale provinciale 26
3.3.3 Programma 3.3: Promuovere strumenti per l'innovazione del sistema economico locale 27
3.3.4 Programma 3.4: Promuovere strumenti per il superamento delle diseconomie di accesso al credito 28
3.3.5 Programma 3.5: Promuovere strumenti di incentivazione del sistema economico locale 29
3.3.6 Programma 3.6: Promuovere la formazione manageriale 29
4. Le risorse finanziarie 30

Premessa

L'art. 5 del D.P.R. n. 254/2005 -Regolamento sull'amministrazione patrimoniale e finanziaria delle Camere di Commercio - definisce la "Relazione previsionale e programmatica il documento di carattere generale che aggiorna 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 costituisce quindi il momento di attualizzazione del piano pluriennale (che abbraccia il quinquennio di durata del Consiglio camerale) e rappresenta il documento programmatico fondamentale dell'attività di gestione annuale, dal quale discendono il Preventivo economico ed il Budget direzionale.

In seguito all'applicazione del D.Lgs. n. 150/2009 completatasi nel 2012 del ciclo di gestione della performance la programmazione economico-finanziaria ex DPR 254/05 si integra con quella della performance. Pertanto il Piano della performance definisce in un orizzonte temporale triennale i programmi, con relativi obiettivi ed indicatori, e delimita e definisce gli ambiti strategici ed operativi all'interno dei quali redigere ed approvare i documenti di programmazione annuale previsti dal 254/05, in una logica di coerenza e di integrazione.

Ciò premesso la Relazione previsionale e programmatica per l'anno 2013 individua i programmi e le azioni da realizzare nel corso dell'esercizio nell'ambito delle priorità strategiche individuate in sede di pianificazione e dei programmi, degli obiettivi e dei risultati individuati nel Piano della Perfomance 2012-2014. Essa inoltre anticipa in alcuni casi le modifiche e gli aggiustamenti alla programmazione che saranno formalmente adottate con l'aggiornamento del Piano della performance nel 2013.

1. Analisi del contesto

1.1 Lo scenario economico[1]

I dati della giornata dell'economia 2012, realizzata nel maggio 2012 sinteticamente riportati evidenziano una brusca e generalizzata riduzione del ritmo di crescita delle economie avanzate nel 2011 e nei primi mesi del 2012. In base alle più recenti stime dell'OCSE, nella media del 2011 il prodotto mondiale sarebbe aumentato del 3,8%.

In Italia, il PIL è cresciuto dello 0,4% nel 2011, in rallentamento rispetto alla crescita dell'1,4% registrata nel 2010. La dinamica del prodotto ha risentito della debolezza della domanda nazionale (-0,9%), riconducibile al calo degli investimenti (-1,9%) a fronte di un modesto rialzo della spesa delle famiglie (0,2%). È stato invece positivo il contributo dell'interscambio con l'estero, grazie a un incremento delle esportazioni assai più accentuato di quello delle importazioni (rispettivamente pari al 5,6% e allo 0,4%).

In ambito regionale nel 2011 l'attività industriale si è mantenuta debole, con effetti negativi sull'accumulazione di capitale; Il settore dei servizi ha ristagnato, pur in presenza di qualche moderato segnale di miglioramento in alcuni comparti; il tasso di occupazione della popolazione si è attestato in media al 42,5%, in ripresa rispetto all'anno precedente. Anche il tasso di disoccupazione è cresciuto ed è pari in media al 12,7% nel 2011.

In ambito provinciale permangono elementi di incertezza e instabilità che condizionano l'economia locale. Il numero degli occupati nella provincia di Cosenza è stimato dalla rilevazione continua delle forze lavoro dell'Istat in 213,6 mila unità nel 2011 (209,4 mila unità nel 2010), mentre il numero di persone in cerca di occupazione è diminuito passando da 30 mila unità nel 2010 a 29,8 mila unità nel 2011. Nel 2011, in linea con l'anno precedente, il numero degli occupati distinti per settore economico nella provincia di Cosenza è rilevante nell'ambito dei servizi con 154,4 mila unità, seguito dall'agricoltura con 24,7 mila occupati, dalle costruzioni con 19,8 mila unità e dall'industria in senso stretto con 14,7 mila occupati.

Il flusso di merci esportate dalla provincia cosentina è diminuito del 6,9% dal 2010 al 2011, a differenza della crescita del 10,4% registrata nel biennio precedente. Anche sul versante delle importazioni provinciali si osserva un decremento che è pari al -12,7% nel 2011, a differenza della crescita del 48,8% registrata nel 2010. Nel 2011, nella provincia di Cosenza, le imprese registrate risultano essere pari a 66.451 unità con una crescita dello 0,5% rispetto all'anno precedente (66.115 imprese registrate nel 2010); in particolare, si osserva un incremento del numero di imprese relative alle attività del commercio che sono aumentate di 103 unità, seguite da quelle relative alle attività dei servizi di alloggio e ristorazione che sono cresciute di 89 unità.

[1] Fonte: Rapporto "Giornata dell'economia 2011"

Nel 2011, risultano iscritte 4.183 nuove imprese a fronte di 3.862 cessazioni con un saldo tra iscritte e cessate positivo e pari a 321 unità. Nel 2011, i dati relativi alla nati-mortalità imprenditoriale della provincia cosentina rilevano uno sviluppo lievemente positivo del sistema produttivo provinciale, con un tasso di natalità pari al 6,3%, superiore di 0,5 punti percentuali rispetto a quello di mortalità (5,8%). Le imprese artigiane registrate, invece, hanno mostrato una riduzione del -1,5% nel 2011 (-0,9% nel 2010).

Le imprese femminili sono cresciute dello 0,4% rispetto all'anno precedente, soprattutto nei settori del commercio.

Relativamente all'imprenditoria straniera, si osserva che le persone straniere con cariche in impresa sono pari a 4.533 nel 2011 con una decrescita del -2,2% rispetto al 2010 in cui risultavano registrate 4.634 imprese. Lo sviluppo dell'imprenditoria giovanile rappresenta un importante obiettivo per la crescita economica di un territorio e l'inserimento nel mercato del lavoro; nella provincia di Cosenza, nel 2011, risultano registrate 10.268 imprese di giovani e 20.274 cariche ricoperte da giovani con meno di 35 anni.

Per quanto riguarda il sistema bancario, dal punto di vista strutturale, nella provincia di Cosenza, nel 2011, le banche con sede amministrativa sono 8 e gli sportelli sono 202. Rispetto all'anno precedente non si sono registrate variazioni significative nella dotazione strutturale.

Il livello di bancarizzazione conferma una dimensione media del sistema creditizio cosentino estremamente piccola. Nel 2011 si nota una presenza schiacciante di banche di dimensioni più contenute (quelle che la Banca d'Italia sulla base dei fondi intermediati definisce banche medie, piccole e minori) che, rispetto al totale, rappresentano l'82,2%, contro il 17,8% delle banche maggiori e grandi.

Il grado di copertura territoriale, dato dal numero di comuni serviti da dipendenze bancarie rispetto al totale dei comuni della provincia., è pari al 45,2% e denota una dotazione di strutture e servizi bancari non pienamente soddisfacente e capace di garantire un appropriato grado di interazione con il pubblico e, soprattutto, con il sistema imprenditoriale locale.

Dal punto di vista delle condizioni e del livello d'intermediazione emerge che nella provincia di Cosenza si profilano, da un lato, segnali di difficoltà nel rapporto con le famiglie consumatrici, coerenti con l'attuale situazione di recessione che si sta vivendo a livello internazionale, dall'altro, nuove restrizioni di credito nei confronti delle imprese, proprio nel momento in cui le stesse ne hanno più bisogno per creare delle condizione di ripresa. Con riferimento al primo aspetto, emerge che, nel 2011, i risparmi, sotto forma di depositi bancari e postali, delle famiglie consumatrici nella provincia di Cosenza ammontano a 7.934,1 milioni di euro, in diminuzione dello 0,5% rispetto all'anno precedente, mentre i finanziamenti sono pari a 3.285 milioni di euro, in crescita del 4,8% rispetto al 2010. Anche la qualità del credito mostra un peggioramento: nel periodo che va dal 2009 al 2011, le sofferenze bancarie sui prestiti alle famiglie consumatrici sono aumentate, con un tasso di crescita del 77,3%. Con riguardo al

secondo aspetto, è importante evidenziare che nel 2011 gli impieghi alle società non finanziarie nella provincia di Cosenza sono pari a 2.701,5 milioni di euro, rappresentando solo il 28,9% delle esposizioni bancarie totali. L'ammontare delle sofferenze per le imprese sono aumentate, dal 2009 al 2011, raggiungendo un valore pari a 410 milioni di euro. Nel 2011, il settore dei servizi appare quello più problematico considerando che le sofferenze risultano di ammontare più elevato rispetto agli altri settori considerati, ovvero il settore delle attività industriali e quello delle costruzioni. Se si osserva il tasso di crescita nel biennio 2009-2011 si nota una variazione più elevata e pari all'83,1% per il settore delle attività industriali, seguito da quello dei servizi con un tasso pari all'83,0% e da quello delle costruzioni con un tasso pari al 66,1%. Nel 2011, oltre la metà dei finanziamenti bancari (ossia il 65%) è concesso dalle banche di medie, piccole e minori dimensioni. Invero, le banche medie erogano da sole circa il 30,1% dei finanziamenti alle imprese della provincia. Ciò va a confermare quanto già sottolineato in termini di struttura del sistema bancario cosentino, ovvero che gran parte della gestione del credito è realizzata da banche di dimensioni ridotte, non sempre in grado di finanziare e di valutare opportunamente le attività produttive locali. Nel 2011, le garanzie richieste alle imprese locali ammontano a 981 milioni di euro; i settori maggiormente colpiti dalla richiesta di garanzie sono quello dei servizi e quello delle costruzioni. Nell'ultimo trimestre 2011 per il settore dei servizi l'importo garantito è pari a 406 milioni di euro, mentre per il settore delle costruzioni è pari a 397 milioni di euro. Infine, dall'analisi dei bilanci aggregati dei singoli settori della provincia di Cosenza, emerge che circa la metà dei 18 settori indagati mostrano una redditività del capitale proprio, del capitale investito e delle vendite positiva. Inoltre, in più della metà dei settori censiti rilevante è il ricorso ai finanziamenti attraverso il canale bancario.

1.2. Il contesto interno

1.2.1 Le risorse umane

Le risorse umane rivestono carattere strategico per l'attuazione del programma di attività e per il conseguimento degli obiettivi di breve e lungo periodo dell'Ente.

Il programma pluriennale prevede un piano di azioni finalizzato al miglioramento continuo ed all'innovazione dei processi; all'adeguamento delle competenze professionali; alla definizione delle procedure di gestione delle attività in coerenza con le risorse e gli obiettivi assegnati, alla modernizzazione e razionalizzazione dei processi decisionali, dei sistemi di lavoro e degli strumenti a supporto e della programmazione dell'attività con l'obiettivo adottare un modello gestionale coerente con le logiche della programmazione delle attività, definizione degli obiettivi e misurazione dei risultati introdotte dal DPR 254/05 ed ulteriormente specificate, declinate ed articolate dal D.lgs. 150/2009, che in particolare richiede la individuazione e misurazione della performance ed il collegamento ad

essa del sistema di premialità dei dipendenti, la rendicontazione o meglio accountability nei confronti degli stakeholder.

1.2.3 Le risorse economiche, finanziarie e patrimoniali.

La principale fonte di entrata delle Camere di Commercio è il diritto annuale, che è commisurato, per parte relativa alle società, al fatturato conseguito nell'anno precedente a quello dell'imposizione del tributo.

La perdurante crisi economica che sta interessando in questi ultimi anni il nostro sistema economico rende particolarmente difficile una previsione sulle entrate da diritto annuale per il 2013 ed è prudente aspettarsi per l'anno prossimo un calo del gettito, nonostante i risultati del 2011 hanno confermato una certa stabilità rispetto agli anni precedenti.

Composizione dei proventi			
	2009	**2010**	**2011**
Diritto Annuale	80,11%	81,64%	81,82%
Diritti di Segreteria	15,35%	15,31%	14,83%
Contributi trasferimenti e altre entrate	4,33%	2,60%	2,91%
Proventi da gestione di beni e servizi	0,28%	0,39%	0,49%

Composizione degli oneri (incidenza sul totale)			
	2009	**2010**	**2011**
Personale	20,92%	26,11%	20,50%
Funzionamento	17,51%	17,90%	22,21%
Interventi economici	8,03%	19,68%	15,00%

1.3 Il contesto normativo di riferimento

La legge di riforma del 1993 (legge n. 580) e la sua ancora recente revisione del 2010 (D.lgs.n. 23), rappresenta le Camere di Commercio come "enti pubblici dotati di autonomia funzionale che svolgono, nell'ambito della circoscrizione territoriale di competenza, sulla base del principio di sussidiarieta' di cui all'articolo 118 della Costituzione, funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese, curandone lo sviluppo nell'ambito delle economie locali" .

Dopo quasi vent'anni da tale importante intervento normativo, si afferma un passaggio importante che coinvolge il mondo delle Camere di Commercio rafforzandone la propria autonomia funzionale, nonché altri importanti ambiti quali: il ruolo, mission, organizzazione e governance.

La riforma valorizza la rappresentatività del sistema economico territoriale e la dimensione di rete, rafforza le funzioni soprattutto in tema di internazionalizzazione e innovazione del sistema produttivo,

consolida il ruolo delle camere come istituzione di riferimento delle imprese e di protagonista nelle definizione delle politiche di sviluppo locali e nazionali.

La nuova articolazione delle competenze è così strutturata:

"2. Le Camere di Commercio, singolarmente o in forma associata, svolgono in particolare le funzioni e i compiti relativi a:

a) tenuta del registro delle imprese, del Repertorio economico amministrativo, ai sensi dell'articolo 8 della presente legge, e degli altri registri ed albi attribuiti alle Camere di Commercio dalla legge;

b) promozione della semplificazione delle procedure per l'avvio e lo svolgimento di attivita' economiche;

c) promozione del territorio e delle economie locali al fine di accrescerne la competitivita', favorendo l'accesso al credito per le PMI anche attraverso il supporto ai consorzi fidi;

d) realizzazione di osservatori dell'economia locale e diffusione di informazione economica;

e) supporto all'internazionalizzazione per la promozione del sistema italiano delle imprese all'estero, raccordandosi, tra l'altro, con i programmi del Ministero dello sviluppo economico;

f) promozione dell'innovazione e del trasferimento tecnologico per le imprese, anche attraverso la realizzazione di servizi e infrastrutture informatiche e telematiche;

g) costituzione di commissioni arbitrali e conciliative per la risoluzione delle controversie tra imprese e tra imprese e consumatori e utenti;

h) predisposizione di contratti-tipo tra imprese, loro associazioni e associazioni di tutela degli interessi dei consumatori e degli utenti;

i) promozione di forme di controllo sulla presenza di clausole inique inserite nei contratti;

l) vigilanza e controllo sui prodotti e per la metrologia legale e rilascio dei certificati d'origine delle merci;

m) raccolta degli usi e delle consuetudini;

n) cooperazione con le istituzioni scolastiche e universitarie, in materia di alternanza scuola-lavoro e per l'orientamento al lavoro e alle professioni.

La riforma valorizza altresì l'identità di tutto il sistema che trova un espresso riconoscimento di "sistema camerale italiano" elevato ad elemento di rango legislativo con l'introduzione (nella riforma del 2010 - art. 2.1 della legge 580): un sistema di natura pubblica, a cui sono assegnate una dimensione ed una identità nuove, del quale fanno parte le Camere di Commercio italiane, le unioni regionali delle Camere di Commercio, Unioncamere italiana, le Camere di Commercio italiane all'estero e estere in Italia legalmente riconosciute dallo Stato italiano.

Le Camere, in qualità di enti pubblici, ricoprono un ruolo di interfaccia con il sistema delle imprese e per svolgere le proprie funzioni utilizzano, quando in concreto è possibile, il principio della sussidiarietà che si traduce in collaborazioni con organismi privati, come associazioni imprenditoriali, professionali,

dei consumatori e sindacali che, essendo in stretto rapporto con gli utenti della Camera, consentono di operare in sinergia e rendere più efficaci gli interventi.

La fornitura di servizi alle imprese e l'organizzazione di iniziative utili per la crescita e lo sviluppo delle imprese della provincia, ovviamente con particolare attenzione alle micro, piccole medie di cui è costituito il tessuto imprenditoriale cosentino rappresenta la ragione d'essere dell'Ente. Ma essa è anche l'interprete delle domande che vengono dal mondo dell'economia e delle professioni e altresì di quelle che arrivano dai cittadini in qualità di utenti-consumatori dei servizi delle imprese. In questi ultimissimi anni sono sempre più numerosi e tecnicamente evoluti i servizi resi e innovativi gli interventi promozionali.

In particolare l'attività camerale svolta in materia di mediazione ai fini della conciliazione a seguito dell'entrata in vigore dal 21 marzo 2011 del tentativo obbligatorio di mediazione per una serie di materie previste dall'art. 5 del D. Lgs 28/2010, il che ha aumentato notevolmente le domande presentate al nostro Organismo di conciliazione.

Nell'ambito del quadro normativo generale di riferimento per le camere, occorre inoltre richiamare il Decreto Legislativo 27.10.2009, n. 150 – in vigore dal 15.11.2009 - (cosiddetto "Decreto Brunetta"), che dà attuazione ai principi fondamentali della riforma della pubblica amministrazione, stabilendo regole sulla programmazione, la trasparenza, il controllo, la premialità, la contrattazione collettiva, la dirigenza e le sanzioni disciplinari. Istituisce inoltre due soggetti fondamentali della riforma, gli Organismi indipendenti di valutazione e la Commissione per la valutazione, la trasparenza e l'integrità delle amministrazioni pubbliche.

Infine le Camera di commercio in quanto pubbliche amministrazioni inserite nell'elenco di cui all'art. 1 del 165/2001, sono destinatarie delle norme revisione della spesa che particolarmente stringenti nel 2012 le quali sono intervenute a ridurre ulteriormente le possibilità di spesa soprattutto in tema di personale e funzionamento. Pertanto la realizzazione del programma di attività dell'Ente nel 2013 e negli anni immediatamente successivi sarà interessato, oltre che dalle norme di contenimento degli anni precedenti, anche dalle più stringenti disposizioni derivanti dal susseguirsi di manovre finanziarie, identificate con il termine spending review, il cui impatto è misurato in termini di sostanziale riduzione delle spese in generale e dal contestuale versamento al bilancio dello stato delle risorse. Pertanto l'Ente dovrà intervenire in maniera puntuale sui consumi intermedi al fine di ottimizzare l'utilizzo delle risorse per destinarle non tanto alle finalità istituzionali ma al finanziamento del bilancio statale.

In relazione alle società strumentali della Camera (anche nella formula della società in house) - si rende necessario approfondire l'impatto della normativa in vigore dal 7 luglio scorso (Decreto Legge 6 luglio 2012 n. 95 "Disposizioni urgenti per la revisione della spesa pubblica con invarianza dei servizi ai cittadini"), tenuto conto della previsioni inserite (necessità di almeno un 10 % di fatturato con soggetti privati, obbligo di consiglio di amministrazione di 3 membri di cui 2 dipendenti dei soci, tetto massimo

per gli affidamenti diretti pari a 200.000 euro/anno, inclusione nei nuovi vincoli sia delle partecipazioni dirette che di quelle indirette).

2. Stato di attuazione del programma pluriennale: le attività realizzate nel 2012

Lo stato di attuazione del programma pluriennale deve essere osservato rispetto alle tre linee di indirizzo programmatico e cioè: consolidamento del ruolo della Camera nell'ambito delle relazioni istituzionali; razionalizzazione degli strumenti utilizzati per le finalità istituzionali; politiche a sostegno della competitività del sistema imprenditoriale.

2.1 Linea di indirizzo 1: Consolidamento del ruolo della Camera nell'ambito delle relazioni istituzionali

Obiettivo del 2012 era di continuare nell'opera, già avviata del 2011, di rafforzamento del ruolo dell'Ente rispetto agli attori istituzionali e sociali del territorio provinciale, coinvolti nella definizione ed attuazione delle politiche regionali e locali di sviluppo, attraverso tre programmi di seguito indicati.

2.1.1 Programma 1.1: Cooperare per programmare le politiche di sviluppo

La Camera di commercio di Cosenza ha intrapreso un sistema di relazioni con enti ed istituzioni del territorio per realizzare interventi e progetti variamente rivolti a sostenere le filiere economiche del territorio Provinciale che hanno condotto alla sottoscrizione di Protocolli e Convenzioni con Associazioni Onlus, Fondazioni e Comuni. In ambito turistico si rammentano il Protocollo d'Intesa con Diamante già in essere dall'anno scorso e rinnovato quest'anno con l'iniziativa "Piano di azioni integrate per la promozione della cultura del vino e l'integrazione delle produzioni certificate Terre di Cosenza" al quale anno collaborato le Associazioni Cerillae e l'Accademia del Peperoncino di Diamante, la Convenzione con la Fondazione S. Francesco di Paola, per la valorizzazione di dei siti dedicati a San Francesco volta a sviluppare il segmento turistico religioso. Il protocollo d'intesa siglato con la Provincia per lo sviluppo del turismo, per la cui realizzazione è stata coinvolta anche l'UNPLI (associazione delle Pro Loco); con l'Associazione del piatto del Buon Ricordo, che ha organizzato presso il territorio di Altomonte una manifestazione di presentazione di tutti i prodotti agroalimentari di alta qualità agli chef soci dell'associazione intervenuti.

Vi sono stati accordi e convenzioni con Enti ed Istituzioni volti a diffondere la cultura della legalità nelle scuole della Provincia Cosentina, in particolare il Protocollo d'intesa stipulato tra una rete interistituzionale composta da: CCIAA di Commercio Prefettura, Associazione Libera nomi e numeri contro le mafie, Associazione Proteo Fare Sapere. Vi sono state le convenzioni stipulate con l'Università, e la Fondazione Carical, ed alla Associazione culturale Cartula, con le quali la Camera di Commercio ha realizzato un programma di eventi rivolti a promuovere l'impresa e le produzioni innovative, nonché a valorizzare i settori tradizionali artistici ed artigianali della provincia di Cosenza,

tali eventi hanno peraltro avuto la doppia valenza di celebrare i 150 anni della Camera di Commercio di Cosenza. Sono da ricordare anche gli eventi realizzati con l'associazione Onlus Mattia Facciolla, le convenzioni stipulate con il Consorzio dei vini della Calabria CITRA, assieme all'istituto alberghiero Mancini di Cosenza e dell'Associazione AIS Calabria, per la realizzazione della campagna di promozione dei vini a marchio DOP terre di Cosenza" in associazione con gli altri prodotti DOP del territorio, organizzata nell'ambito della Manifestazione Vinitaly Sol ed Agrifood a Verona e l'altra manifestazione realizzata a New York sempre mirata alla valorizzazione dei vini "Terre di Cosenza".

Per i programmi e le azioni mirate a favorire la penetrazione all'estero delle produzioni manifatturiere ed agroalimentari della provincia sono da annoverare le convenzioni stipulate con la Camera di Commercio italiana a Montreal per il consolidamento dei prodotti cosentini già presenti sul mercato canadese e per l'introduzione di nuovi tipologie di prodotti, analogo oggetto hanno le Convenzioni stipulate con la Camera di Commercio Russa, con quella tedesca di Monaco, con quella della Korea, con quella Spagnola. Si annoverano infine le convenzioni

In ambito di Accesso al Credito si ricordano la convenzione stipulate con la Provincia. Infine sono da menzionare la prosecuzione del rapporto di collaborazione con l'Unione Regionale delle Camere di Commercio della Calabria, cha consentito di ottimizzare costi ed organizzazione per la partecipazione congiunta di tutte le camere di commercio della Calabria, per i principali eventi fieristici.

2.1.2 Programma 1.2: Cooperare per sviluppare policy innovative

La cooperazione istituzionale per sviluppare policy innovative ha come obiettivo la realizzazione di azioni innovative in partenariato con altri attori del sistema istituzionale regionale e sovracomunali per promuovere la sostenibilità ambientale;il monitoraggio della qualità e della tipicità delle produzioni e dei processi produttivi; l'attivazione delle coalizioni istituzionali sul territorio per individuare, progettare e promuovere infrastrutture trasportistiche strategiche per il sistema economico provinciale.

In tema di promozione della sostenibilità delle produzioni, nel 2011 l'Ente ha realizzato un progetto per il conseguimento della certificazione ambientale di una o più zona/e industriali, od a prevalenza industriale, quale leva di marketing territoriale capace di accrescere il valore aggiunto sia del sistema imprese sia del territorio di riferimento, con vantaggi in termini di spostamento dell'offerta su prodotti/servizi di fascia più elevata, sviluppo di un'immagine positiva, "verde" associata ad un marchio di area che aumenta la visibilità dell'offerta sui mercati nazionali ed internazionali.

Il conseguimento di tali finalità ha richiesto il coinvolgimento non solo del sistema produttivo distrettuale, ma anche di tutti gli altri soggetti, enti locali, associazioni sindacali e datoriali, organismi tecnici, che hanno potere di influenza sulla programmazione territoriale per la gestione ambientale (es. viabilità, infrastrutture, servizi comuni, ecc.). Pertanto, sono stati realizzati incontri volti a sensibilizzare gli attori istituzionali (associazioni di categoria, ASI, Enti Parco, Provincia ARPACAL) ed il

primo risultato conseguito è stato uno studio di prefattibilità che ha evidenziato le aree geografiche idonee a realizzare gli interventi necessari all'ottenimento della certificazione ambientale.

2.1.3 Programma 1.3: Cooperare per avvicinare le istituzioni alle imprese

La cooperazione istituzionale è altresì una leva per il miglioramento della qualità dei servizi agli utenti, essenzialmente riconducibile al concetto di incremento dell'accessibilità ai servizi stessi. Il tema del decentramento e della semplificazione ha riguardato principalmente il miglioramento del servizio di conciliazione attraverso l'implementazione della mediazione on-line. Mentre il materia di SUAP la Camera di commercio ha effettuato attività di assistenza ai Comuni da cui ha ricevuto delega (oltre 70 deleghe sul totale dei 155 comuni della provincia) fornendo e sostenendo i costi della piattaforma informatica dal sistema camerale che si interfaccia con il software utilizzato per la "comunicazione unica", per la gestione degli Sportelli unici, nonchè partecipando ai tavoli di coordinamento fra enti interessati Regione, Provincia e Prefettura di Cosenza e Comuni.

2.2 Linea di indirizzo 2: Razionalizzazione degli strumenti utilizzati per le finalità istituzionali

2.2.1 Programma 2.1: Riorganizzazione ed innovazione dei processi di lavoro

Nel Piano della perfomance 2012-2014 nell'ambito della prospettiva "Processi interni e qualità" gli obiettivi strategici nel triennio sono: presidiare i processi di gestione per l'ottimizzazione degli standard procedimentali, dematerializzazione dei flussi documentale e ottimizzare il processo di monitoraggio delle performance, mentre nella prospettiva crescita ed apprendimento gli obiettivi strategici nel triennio sono attivare cicli di apprendimento continuo e gestire in modo ottimale le competenze interne per Sviluppo temporale del progetto "mappatura e innovazione dei processi" - livello di mappatura dei processi innovare i processi di lavoro.

Nel 2012 pertanto si è proceduto ad una revisione dell'apparato regolamentare al fine razionalizzare l'apparato normativo interno che regola i procedimenti, è stato implementato la dematerializzazione dei flusso documentali, principalmente attraverso il completamento dell'attività di recupero protocolli 2010, ed infine stata avviato il monitoraggio e mappatura dei processi al fine di addivenire nel triennio alla quantificazione dei tempi effettivi in ottica di progressiva standardizzazione degli stessi.

Relativamente alla ottimizzazione del ciclo di gestione delle performance, il decreto 150/2009 richiede alle amministrazioni pubbliche di organizzare il proprio lavoro in un'ottica di miglioramento continuo, introducendo un "ciclo generale di gestione della performance", che offre alle amministrazioni stesse un quadro di azione che realizza il passaggio dalla logica dei mezzi (input) a quella dei risultati (output ed out come), per produrre un miglioramento tangibile e garantire la trasparenza dei risultati, nonché di rendere il proprio lavoro accessibile e trasparente per garantire un controllo diffuso dei cittadini e utenti.

La Camera di Commercio ha adeguato la propria programmazione ai principi del D. Lgs. 150/2009 introducendo nel 2011 un nuovo sistema di pianificazione e controllo secondo l'approccio "Balanced corecard", che si presenta quale utile strumento di ausilio allo sviluppo del ciclo della gestione della performance, validato anche dalla CIVIT (Deliberazione n. 89/2010) come modello multidimensionale che propone un approccio alla misurazione delle performance che, superando i limiti della contabilità economico-finanziaria, basata sul DPR 254/05, consente di misurare la performance complessiva secondo 4 dimensioni dell'attività di un organizzazione, tessuto e territorio (clienti), processi interni e qualità, crescita e apprendimento ed economico finanziaria.

2.2.2 Programma 2.2: Monitoraggio partecipazioni in società e consorzi, associazioni, osservatori ed aziende speciali

Nel corso del 2012 l'obiettivo strategico di monitoraggio delle partecipazione ha focalizzato l'attenzione sulle partecipazioni in società consortile del sistema camerale al fine di verificarne la stretta strumentalità delle stesse alla realizzazione degli obiettivi dell'Ente e di verificare la compatibilità dei costi derivanti dalle partecipazioni in società consortili, tipicamente del sistema camerale, con i benefici in termini di servizi ricevuti. Il monitoraggio è finalizzato a supportare le valutazioni della circa il mantenimento o meno della partecipazione.

In merito alle aziende speciali, conclusa la fase di razionalizzazione che le ha ridotte nel numero, nel 2012 si concluderà il progetto d fusione delle due aziende Speciali Calab e PromoCosenza, con l'attribuzione delle attività ad un nuovo soggetto giuridico.

2.2.3 Programma 2.3 : Comunicazione istituzionale

Il programma prevede la creazione di un'identità istituzionale della Camera di Commercio per veicolare opportunamente presso le propria utenza e più in generale nell'opinione pubblica, la propria Mission, e i servizi reali che si erogano a sostegno dei settori economici interessati.

Anche nel 2012 tale attività è stata realizzata in parte direttamente dalla Camera ed in parte dall'Azienda PromoCosenza ed è consistita nella realizzazione del piano di comunicazione (utilizzando sia media televisivi che mezzi stampa) di accompagnamento delle iniziative promozionali organizzate dalla Camera, nonché dalla realizzazione di un programma televisivo completamente dedicato alla provincia di Cosenza e distribuito sulla rete nazionale Mediaset finalizzato sia alla promozione turistica ed enogastronomica del territorio sia a valorizzare il ruolo di impulso svolto dalla Camera di Commercio in tale azione di promozione.

Inoltre è in corso di realizzazione un file multimediale che rappresenti tutte le iniziative o quanto meno la sintesi delle azioni e dei programmi realizzati dalla camera di Commercio di Cosenza. Lo strumento è finalizzato a fornire un immagine adeguata delle funzioni complessivamente svolte dalla camera di Commercio in qualità di ente pubblico funzionale rappresentativo del sistema imprese.

Per documentare l'evoluzione di un territorio e della maggiore istituzione economica di riferimento che è la Camera di Commercio, è stata realizzata una pubblicazione edita da De Agostini, che valorizza, l'evoluzione di 150 anni di storia dell'Ente camerale, dei comparti produttivi e del territorio della provincia di Cosenza.

2.3 Linea di indirizzo 3: Le politiche a sostegno della competitività imprenditoriale

La Camera intende adottare delle policy per favorire e migliorare la competitività delle imprese, attraverso un complesso di azioni a sostegno sviluppo del sistema produttivo locale, dell'innovazione, e della facilitazione del sistemi di finanziamento.

2.3.1 Programma 3.1: Promuovere e sostenere la capacità di marketing delle imprese cosentine

Obiettivo di questa area del programma è sostenere la capacità delle imprese locali di sviluppare azioni promozionali, sia come singoli che all'interno di aggregazioni di sistema, per individuare nuove opportunità di mercato e costruire modalità stabili di fornitura/approvvigionamento in nuovi ambiti di business. L'azione camerale nel 2012 è stata incentrata nella realizzazione di iniziative di promozione commerciale come nel caso del consolidamento ed ampliamento del marchio ombrello "E' Cosenza". lo strumento di marketing creato dalla camera di Commercio di Cosenza nel 2011 nell'ambito di progetto realizzato in collaborazione con la camera di Commercio italiana di Madrid e consistente in un piano di marketing di servizi approntato per le aziende partecipanti all'iniziativa di internazionalizzazione spagnola, l'efficacia dello strumento, comprovata dall'aver ottenuto l'inserimento di 5 aziende nei canali ristorativi del mercato spagnolo, in tempi estremamente rapidi ha indotto l'Ente camerale a consolidare il marchio E' Cosenza nella programmazione 2012. Con la prima fase si è ampliato il raggio d'azione del marchio estendendone la copertura oltre che all'agroalimentare anche ai settori manifatturiero, artigianale e turistico. Successivamente il paniere di aziende selezionate ha partecipato a tutte le operazioni di penetrazione commerciale previste per i vari marcati target prescelti con il paniere di aziende a marchio "E' Cosenza". Sono ancora da completare la formalizzazione delle adesioni per l'aggiornamento del catalogo delle aziende per la realizzazione del catalogo, l'aggiornamento del sito "E' Cosenza" e la sua manutenzione, la realizzazione di due tavoli permanenti con aziende per stabilire il paino di marketing operativo dei servizi di internazionalizzazione che potranno fruire della Camere adi commercio. Le altre azioni promozionali hanno riguardato i principali eventi fieristici, parte dei quali con il supporto organizzativo dell'Unione regionale; In modo particolare si è dato risalto alla partecipazione del Vinitaly, in occasione della quale è stata realizzata un'importante campagna di comunicazione e divulgazione dei vini della filiera DO Terre di Cosenza", all'interno dell'area istituzionale presente al Salone di Verona, una serie di servizi realizzati per aiutare in modo efficace le loro etichette.

La Camera ha accompagnato e promosso congiuntamente con l'Unione Regionale la partecipazione delle imprese interessate alle seguenti fiere: Macef I° e II° edizione, Vinitaly Sol ed Agrifood, Cibus, Sial, in attesa di completamento la manifestazione Artigianato in Fiera, in programma in dicembre. Ha organizzato direttamente le manifestazioni Matching e TTG Rimini. Le azioni di promozione commerciale sui mercati esteri condotte nel 2012 hanno interessato il Canada, la Spagna, la Russia, la Germania, la Korea, gli Stati Uniti. Quest'ultima azione appena conclusasi, prevedeva l'organizzazione di due serate evento una volta a favorire la penetrazione commerciale nei circuiti statunitensi dei vini della "DO Terre di Cosenza" e rivolta ad importatori e ristoratori; l'altra di organizzata all'interno del consolato italiano a New York e precisamente nell'italian trade commission, ha coinvolto la stampa locale specializzata nei mezzi di comunicazione dedicati al vino. L'operazione si completava di una puntata televisiva relativa ad un programma dedicato all'enogastronomia italiana, nell'ambito della quale si presentava l'intera gamma delle etichette dei vini Terre di Cosenza in abbinamento con le ricette proposte.

Relativamente al mercato Spagna, con il progetto Descubre Cosenza tra novembre e dicembre si realizzeranno le presentazioni dei settori lusso e ICT nella prossima settimana partiranno le attività di selezione delle imprese. A novembre partiranno i corsi per chef spagnoli e i corner nei negozi gourmet, nonché il focus sui fichi DOP ed un seminario sui vini "Terre di Cosenza". Il Progetto sul mercato Tedesco si è concluso, mentre il progetto Malata è stato annullato e sono stati inserti l'azione in USA e nella Korea del Sud entrambe concluse.

Relativamente agli emirati Arabi, azione in programma per quest'anno, in considerazione dell'interesse manifestato dalla Camera di Commercio di Crotone a partecipare all'iniziativa, si è pensato di rinviarne la realizzazione nel 2013, salvo che per due azioni propedeutiche stipula delle convenzioni con le camere di commercio d Crotone e Vibo e pubblicazione del bando e selezione delle imprese che avverrà con il supporto organizzativo di Mondimpresa e realizzazione del catalogo di presentazione di presentazione delle aziende, che saranno realizzate entro la fine di quest'anno. Come azioni di sistema Camerale è stata realizzata la III edizione del progetto SIAFT con capofila Matera e che ha interessato le aziende dei settori food, olio, vino e turismo che hanno avuto l'opportunità di incontri BtoB con buyers internazionali. Oltre il Siaft è stata realizzata la missione camerale in Russia.

Infine per gli interventi di internazionalizzazione è stata realizzata la II edizione della borsa del turismo. L'azione organizzata a valle di una serie di educational tour progettati dai consorzi alberghieri della provincia di Cosenza, si è arricchita quest'anno di una fase di formazione propedeutica al workshop che si è tenuto tra 50 strutture della filiera turistica cosentina e 30 buyers internazionali.

Con riferimento al Canada si è concluso il programma di promozione delle eccellenze della Provincia di Cosenza e relative all'offerta agroalimentare, enogastronomica e turistica.

2.3.2 Programma 3.2: Promuovere un'immagine positiva del territorio e del contesto sociale provinciale

Come già anticipato nella Linea di indirizzo 1, la Camera di Commercio ha inteso avviare con il coinvolgimento di Comuni, Associazioni specialistiche no-profit, Università ecc, un processo di miglioramento della percezione dell'identità territoriale da parte degli operatori e del contesto sociale di riferimento tesa alla valorizzazione del territorio e alla qualificazione di tutti i comparti dell'offerta produttiva, turistica, enogastronomica, industriale, artigianale, commerciale. Pertanto sono state realizzate azioni dirette alla valorizzazione:

- del territorio come location di spettacoli teatrali e cinematografici (fondazione Facciolla e "film "voglio vederti ballare", Moda Movie,); di location turistiche mediante il protocollo di intesa stipulato con la Provincia per dare impulso al turismo inteso sia di prossimità (per i residenti, nei week end, nelle giornate di festa) che internazionale; di location di turismo religioso con il progetto della mappatura dei siti culto dedicati a San Francesco di Paola, progetto realizzato con la Fondazione religiosa S. Francesco di Paola; per promuovere la l'integrazione delle produzioni agroalimentari d'eccellenza nell'alta ristorazione italiana con la manifestazione realizzata presso comune di Altomonte organizzata assieme all'Associazione del Piatto del Buon ricordo".
- Per favorire la cultura del vino terre di Cosenza con le due manifestazioni realizzate nel contesto di protocollo con il Comune di Diamante: "Calici sotto le stelle" e "Peperoncino in palcoscenico".
- della cultura della legalità mediante la realizzazione di un progetto "Giovani e legalità", realizzato utilizzando strumenti interattivi (libri per bambini e giochi di società per studenti delle scuole secondarie medie e superiori) e sperimentandone l'efficacia con l'animazione di laboratori presso le scuole che hanno aderito al progetto. Il tutto è stato realizzato grazie ad una rete interistituzionale Prefettura, Ufficio scolastico regionale, Camera Associazione per l'aggiornamento e la formazione dei docenti della scuola e l'Associazione Libera nomi e numeri contro le mafie.
- Deve ancora realizzarsi il protocollo d'intesa con il Comune di rende per la realizzazione dell'accademia del Magliocco (cultivar caratterizzante la nuova DO terre di Cosenza) volta a valorizzare ulteriormente consolidandone le caratteristiche e peculiarità qualitative del vino di qualità di Cosenza.
- Per valorizzare quelle aziende, in un momento di estrema incertezza e crisi di valori economici e sociali, che operano da oltre 50 anni sul territorio, a loro è dedicato il Premio "imprese

storiche", inserito nel programma di eventi selezionati e realizzati per celebrare i 150 anni di vita della Camera di Commercio.

2.3.3 Programma 3.3: Promuovere strumenti per il superamento del gap dimensionale delle imprese come limite alla capacità di innovare

Il programma 2012 prevedeva la promozione dello sviluppo di investimenti innovativi, con priorità agli investimenti per la tracciabilità nei comparti dell'agroalimentare, la promozione di reti di imprese e la valorizzazione delle agenzie educative, formative e di ricerca come strumenti per la diffusione della cultura dell'innovazione di impresa e dell'esperienza e della competenza del Calab per incrementarne la specializzazione progressiva e caratterizzarlo quale intermediario specializzato nel trasferimento tecnologico. L'azienda speciale Calab ha realizzato due progetti finalizzati alla valorizzazione di due produzioni importanti per l'economia del territorio relativamente al vino ed all'olio, ed una ricerca sulle caratteristiche del vino cosentino comparato con altri vini internazionali di comprovato successo sul mercato al consumo per riscontrarne punti forza e di debolezza.

Relativamente al settore turismo con la realizzazione del progetto cofinanziato dalle risorse del F.P "Qualità del made in Italy e sviluppo integrato dell'offerta turistica". È stato realizzato un rapporto di ricerca il campo d'indagine era l'analisi dei flussi turistici. l'attività di monitoraggio dei flussi turistici, è terminata, è in fase di completamento l' elaborazione dei dati e diffusione. Le attività di supporto alla sperimentazione del modello di governance sono al 50 %, e saranno ultimate entro il 30/12/2012.

A seguito dell'Accordo "PSIC" con l'Università della Calabria Sono state attivate le 2 Borse di Studio:

per la realizzazione del Rapporto sull'Economia Provinciale 2011 presentato il 4 maggio 2012 in occasione della decima giornata dell'Economia.

Terminato anche il progetto "Studio socio-economico e di documentazioni statistiche riguardante i sistemi locali di lavoro realizzato dalla società Focus Marketing SRL il 10 gennaio 2012,

La richiesta di integrazione informative dell'indagine (sempre circoscritte ai requisiti di capitolato) sono state completamente evase, pertanto l'unica attività da svolgere è quella di diffusione dei risultati (convegno) che per decisione dell'organo politico sono state rinviate a novembre.

" Una valutazione di impatto socio-economico del futuro aeroporto di Sibari". Relativamente a questo progetto, Uniontrasporti, affidataria dell'incarico di realizzare il rapporto di ricerca ha realizzato la valutazione dell"impatto socio-economico del futuro nodo aeroportuale di Sibari e della cathment area del nuovo aeroporto, tenendo conto dei potenziali mercati di destinazione delle merci della sibaritide e dei possibili luoghi di origine dei turisti interessati al nuovo scalo. Io studio è stato ultimato e consegnato alla CCIAA di Cosenza. Le azioni di comunicazione e divulgazione dei risultati previste per fine luglio sono ancora da realizzarsi in apposito convegno.

Nell'ambito di tale programma di particolare rilievo è il progetto per il potenziamento dell'ufficio marchi e brevetti della Camera di Commercio di Cosenza, approvato con Deliberazione di giunta n. 37 del

28/06/2012 e presentato a valere sull'Avviso pubblico per l'erogazione di contributi ministeriali per supportare le imprese sui temi della Proprietà Industriale, pubblicato in G.U.R.I. n. 105 del 7/05/2012. Per la realizzazione del predetto progetto alla Camera è stato riconosciuto un contributo ministeriale di € 17.000 a fronte di un costo stimato complessivo di € 21.375. Le attività progettuali proseguiranno nel 2013.

2.3.4 Programma 3.4: Promuovere strumenti per il superamento delle diseconomie di accesso al credito

L'obiettivo di tale programma è la creazione di un sistema integrato delle garanzie imperniato sulla Banca di garanzia collettiva dei fidi di Cosenza. La costituzione di tale banca e la sua prima operatività sono obiettivi di mandato da realizzare entro il 2013. Dopo la nascita del soggetto Banca di garanzia avvenuto al temine del 2011, nel 2012 è stato avviato il procedimento di richiesta alla Banca di Italia di autorizzazione all'esercizio dell'attività bancaria, ancora in corso e nel contempo sono stati conclusi due bandi, di cui uno in partnership con la Provincia di Cosenza, per l'erogazione di risorse ai confidi selezionati mediante bando per la costituzione di garanzie su fidi richiesti dalle imprese per i progetti di investimento.

2.3.5 Programma 3.5: Promuovere strumenti di incentivazione del sistema economico locale

Obiettivo di questo programma di azioni è inoltre il sostegno concreto e diretto alle imprese. Le forme e le modalità di incentivazione rappresentano una modalità attraverso la quale la camera può raggiungere gli obiettivi di crescita o sviluppo di particolari settori proteggere particolari categorie dei soggetti del mercato (imprese, consumatori e lavoratori).

Nel corso del 2012 la camera ha inteso incentivare quelle imprese che stabilizzano o assumono giovani occupati a tempo indeterminato. Ciò è stato realizzato attraverso un bando per il riconoscimento di contributi in denaro alle imprese.

Il bando per l'erogazione di incentivi all'occupazione è stato approvato con deliberazione di giunta n. 16 del 05/03/2012 e prevedeva uno stanziamento di risorse pari ad € 250.000, così come programmato nella Relazione Previsionale e Programmatica e nel Preventivo Economico del 2012.

Entro il termine prescritto (29 giugno 2012) sono pervenute 34 domande di imprese per un importo complessivo di contributi richiesti pari ad € 216.800.

Con successiva Determinazione del Segretario Generale n. 177 del 03/08/2012 sono state ammesse ai benefici del bando 24 imprese per un importo complessivo di contributi assegnati pari ad € 156.400 e, alla data del 18/10/2012, 11 delle citate imprese hanno provveduto ad effettuare le assunzioni del personale per le quali è stato concesso il contributo camerale, trasmettendo la relativa

documentazione alla Camera di Commercio per ricevere la prima tranche dell'importo assegnato, che avverrà a seguito del positivo riscontro della regolarità della posizione DURC delle relative imprese.
La differenza fra l'importo stanziato per l'iniziativa (€ 250.000) e quello effettivamente assegnato (€ 156.400), pari ad € 93.600, costituisce un'economia che, se non impiegata per il finanziamento di altre attività da svolgersi nell'ultimo scorcio dell'anno 2012, confluirà, quale componente positivo del Risultato Economico dell'esercizio 2012.

3. Linee guida dell'azione camerale per il 2013

Come detto la Camera di Commercio si è adeguata ai principi del D. Lgs. 150/2009, introducendo nel 2011 un nuovo sistema di pianificazione e controllo secondo la "Balanced Scorecard". Pertanto le linee strategiche dell'Ente previste nella Relazione pluriennale e cioè:

1. consolidamento del ruolo della Camera nell'ambito delle relazioni istituzionali;
2. razionalizzazione degli strumenti utilizzati per le finalità istituzionali;
3. politiche a sostegno della competitività del sistema imprenditoriale.

sono state ricondotte nel modello multidimensionale in ottica BSC nella mappa strategica, di seguito riportata:

Vision: Confermarsi punto di riferimento del sistema imprenditoriale per la crescita della competitività, lo sviluppo economico-finanziario della Provincia anche attraverso la valorizzazione delle eccellenze locali sui mercati italiani e esteri

Prospettiva Tessuto economico locale e territorio

1. Consolidare il ruolo della Camera nell'ambito delle relazioni istituzionali e il rapporto tra la Camera e le imprese nell'erogazione dei servizi

- 1.1 Cooperare per programmare politiche di sviluppo
- 1.2 Avvicinare le istituzioni alle imprese attraverso l'e-government
- 1.3 Ottimizzare i servizi dedicati alla giustizia alternativa

3. Sostenere la competitività del sistema imprenditoriale

- 3.1 Sostenere la capacità di marketing delle imprese cosentine per l'internazionalizzazione
- 3.2 Promuovere un'immagine positiva del territorio e del contesto sociale provinciale
- 3.3 Promuovere strumenti per l'innovazione del sistema economico locale
- 3.4 Promuovere strumenti di incentivazione del sistema economico locale e di sostegno all'imprenditorialità

Prospettiva Processi interni e qualità

- 2.1 Presidiare i processi di gestione per l'ottimizzazione degli standard procedimentali
- 2.2 Dematerializzazione dei flussi documentali
- 2.3 Ottimizzare il processo di monitoraggio delle performance
- 2.4 Potenziare la comunicazione istituzionale e l'immagine dell'Ente

Prospettiva Crescita e apprendimento

- 2.5 Attivare cicli di apprendimento continuo
- 2.6 Gestire in modo ottimale le competenze interne per innovare i processi di lavoro

Prospettiva economico-finanziaria

- 2.7 Ottimizzare la gestione economica dell'Ente
- 2.8 Monitoraggio partecipazioni in società e consorzi, associazioni, osservatori ed aziende speciali
- 2.9 Potenziare i livelli di riscossione delle entrate

2. Razionalizzare i processi, metodi e risorse utilizzati dall'Ente per le finalità istituzionali

3.1. Linea di indirizzo 1: Consolidamento del ruolo della Camera nell'ambito delle relazioni istituzionali

3.1.1 Programma 1.1: Cooperare per programmare le politiche di sviluppo

Il programma prevede il consolidamento delle relazioni istituzionali con gli altri enti pubblici (Regione, Provincia, Comuni, Parchi nazionali, altre Camere di Commercio e sistema camerale regionale, ecc.), coinvolti nella definizione ed attuazione delle politiche regionali e locali di sviluppo, al fine di promuovere una sostanziale cooperazione istituzionale per programmare le politiche di sviluppo territoriale in un quadro coerente su scale provinciale e regionale.

Obiettivo indicato nel piano della performance per il 2013 nella prospettiva "Tessuto economico locale e Territorio" è incrementare/ mantenere il numero di intese strategiche rispetto all'anno precedente e del numero di soggetti istituzionali coinvolti nelle intese attivate (locali, nazionali e internazionali) sia incrementare le risorse destinate agli interventi economici per azioni realizzate in cooperazione con altre istituzioni.

In tale ambito di assoluta rilevanza è la partecipazione alla costituzione di una Agenzia per lo sviluppo del territorio, avviata dalla Fondazione Carical ed aperta agli enti pubblici responsabili delle politiche di sviluppo del territorio nonché associazioni ed organismi privati, tesa ad affrontare i temi dello sviluppo locale ed a definire politiche di intervento, programmi ed iniziative concertate e condivise.

3.1.2 Programma 1.2: Cooperare per sviluppare policy innovative

A qualificare il ruolo dell'Ente Camerale nel quadro delle relazioni istituzionali contribuisce certamente la propria capacità di essere con continuità promotore e attore di modelli innovativi di policy. Introdurre modelli sperimentali per innovare le policy a supporto dello sviluppo del sistema produttivo provinciale capacità di fornire alle imprese valore aggiunto in termini di servizi effettivamente fruiti. La cooperazione istituzionale significa quindi:

- posizionare la tradizionale concreta azione di promozione delle eccellenze territoriali nel quadro innovativo, per la realtà provinciale di partneriati con enti territoriali sovracomunali in grado di operare con la medesima concretezza per realizzare interventi, che superando la limitatezza dell'approccio promozionale, facciano del territorio e dell'essere sistema di chi sul territorio opera la leva strategica per il marketing delle eccellenze;
- invertire la correlazione negativa spesso percepita tra territorio, come ambiente, e attività economiche promuovendo la sostenibilità ambientale dei cicli e delle agglomerazioni produttive come strumento di governo dei territori e come leva di marketing strategico per le produzioni provinciali maggiormente quality sensitive, sotto il profilo tecnologico e dei mercati di sbocco;
- promuovere il monitoraggio della qualità e della tipicità delle produzioni e dei processi produttivi come investimento innovativo in organizzazione, tecnologia e marketing strategico per le imprese,

con lo scopo di aggiungere valore nei comparti tradizionali e sostenere forme stabili di superamento del gap dimensionale mediante la creazione di reti di comparto e/o di filiera basate sulla qualità e tipicità tracciate quale disciplina contro forme sleali di competizione;

- attivare coalizioni istituzionali sul territorio per individuare, progettare e promuovere infrastrutture trasportistiche strategiche per il sistema economico provinciale.

Obiettivo nel 2013 è quello di perseguire le policy di cooperazione per lo sviluppo del territorio avviate nel corso degli anni precedenti per sostenere in partenariato con altri attori del sistema istituzionale regionale la nascita o lo sviluppo di importanti infrastrutture come l'aeroporto di Cosenza in zona sibaritide e l'aviosuperficie di Scalea.

3.1.3 Programma 1.3: Cooperare per avvicinare le istituzioni alle imprese

Nel piano delle performance nella prospettiva "tessuto economico e territorio", gli obiettivi strategici sono: Avvicinare le istituzioni alle imprese attraverso l'e-government e ottimizzare i servizi dedicati alla giustizia alternativa

Il programma prevede il miglioramento della qualità dei servizi agli utenti attraverso la cooperazione istituzionale. I principali target della cooperazione e quindi i potenziali partner su cui agire in termini di promozione del partenariato stesso possono essere individuati:

- negli "utenti massivi" dei servizi camerali, tipicamente i professionisti (notai, dottori commercialisti, esperti contabili, consulenti del lavoro, etc.) che coordinano e qualificano le modalità d'uso dei servizi camerali intermediando largamente gli imprenditori cui gli stessi servizi sono destinati;
- negli enti locali, attivi per l'erogazione di servizi propri sul territorio provinciale, con i quali coordinare azioni di progressivo decentramento dell'accesso ai servizi camerali, principalmente quelli di natura anagrafico certificativa;
- nei soggetti istituzionali titolari delle diverse responsabilità di attuazione dello "sportello unico per le attività produttive".

Le principali azioni su cui impostare la cooperazione istituzionale sono definire e condividere intese per la semplificazione e l'accelerazione delle procedure istruttorie a fronte di un miglioramento della qualità delle istanze da parte degli utenti, protocolli lo sviluppo dei SUAP.

Obiettivo specifico della Camera è quello di continuare a fornire supporto tecnico organizzativo ai Comuni interessati per predisporre la mappatura dei processi e dei procedimenti che dovranno essere gestiti dai SUAP; fornire adeguata formazione agli operatori; mantenere il software per gestire in maniera integrata il Suap con il software utilizzato per la comunicazione unica d'impresa.

Come detto nel 2013 proseguirà il coordinamento fra enti interessati Regione, Provincia e Camera di Commercio di Cosenza svolto dalla Prefettura di Cosenza, per l' implementazione dei Suap processo nel quale la Camera può offrire il Know – How derivante dall'esperienza e della competenza acquisite in materia di servizi amministrativi per le imprese.

L'obiettivo è misurato con la riduzione del tempo medio di lavorazione ed evasione delle pratiche telematiche e con la implementazione dell'attività formativa misurata dall'incremento degli incontri formativi/informativi per la semplificazione amministrativa e l'e-government.
Obiettivo nel 2013 è proseguire nell'implementare le Attività dello Sportello di Conciliazione e della Camera Arbitrale, incrementando il livello di diffusione del servizio di Conciliazione/Mediazione, migliorando la comunicazione tramite il sito web e sviluppando la mediazione on-line.
In tema di arbitrato nel 2013 si proseguirà di promozione e divulgazione presso i cittadini e le imprese con seminari formativi, incontri con le imprese e gli ordini professionali, corsi di formazione e pubblicità.

3.2. Linea di indirizzo 2: Razionalizzazione degli strumenti utilizzati per le finalità istituzionali

3.2.1 Programma 2.1: Riorganizzare ed innovare i processi di lavoro

Nel Piano della perfomance 2012-2014 prevede la modernizzazione dell'Ente, attraverso il miglioramento e l'innovazione dei processi; l'adeguamento delle competenze professionali; la definizione delle procedure di gestione delle attività in coerenza con le risorse e gli obiettivi assegnati; il monitoraggio e controllo dei risultati e di misurazione delle performance individuali e collettive; la trasparenza e pubblicità dell'agire dell'ente;
Obiettivi strategici sono nell'ambito della prospettiva "Processi interni e qualità" gli obiettivi strategici nel triennio sono: presidiare i processi di gestione per l'ottimizzazione degli standard procedimentali, misurato dal livello revisione dell'apparato regolamentare al fine razionalizzare l'apparato normativo interno che regola i procedimenti dematerializzazione dei flussi documentali e "ottimizzare il processo di monitoraggio delle performance", misurato dal monitoraggio del grado di attuazione del programma e degli obiettivi e dal livello di adeguamento alle azioni previste nel piano triennale della trasparenza e della integrità.
Mentre nella prospettiva "crescita e apprendimento" obiettivi strategici sono: "Attivare cicli di apprendimento continuo" misurato con la capillarità della formazione rivolta al personale interno e dal grado di utilizzo del risorse destinate a tale attività, e "Gestire in modo ottimale le competenze interne per innovare i processi di lavoro" misurato dal livello di mappatura dei processi.

3.2.2 Programma 2.2: Monitoraggio partecipazioni in società e consorzi, associazioni, osservatori ed aziende speciali

Nel Piano della performance 2012-2014 nell'ambito della prospettiva economico - finanziaria obiettivo strategico nel triennio è il monitoraggio partecipazioni in società e consorzi, associazioni, osservatori ed aziende speciali al fine di verificarne la stretta strumentalità delle stesse alla realizzazione degli obiettivi dell'Ente e di verificare la compatibilità dei costi derivanti dalle partecipazioni in società

consortili, tipicamente del sistema camerale, con i benefici in termini di servizi ricevuti. Il monitoraggio è finalizzato a supportare le valutazioni della circa il mantenimento o meno della partecipazione.

In merito alle aziende speciali il 2013, terminata la fase di fusione, obiettivo è gestire il nuovo ed unico soggetto al fine di perseguire la maggior snellezza gestionale, ridurre i costi e realizzare le economie di scala derivanti dall'unificazione delle due aziende; garantire una maggiore strumentalità del soggetto unificato alla realizzazione degli obiettivi dell'Ente, replicando quanto già fatto negli anni 2011 e 2012 con Calab e Promo Cosenza, e cioè determinazione della quota di risorse economiche in misura proporzionale all'apporto delle stesse al raggiungimento dei fini istituzionali e del programma di attività della Camera; responsabilizzazione dell'azienda sui risultati conseguiti, attraverso un sistema di liquidazione del contributo che presuppone la preventiva rendicontazione dell'attività svolta. La novità interessante per gli sviluppi del nuovo soggetto giuridico nato dalla fusione è la possibilità, inserita nel proprio statuto di estendere la partecipazione di altri soggetti, significativamente altre camere ed enti operanti sul territorio.

3.2.3 Programma 2.3: Comunicazione istituzionale

Nel Piano della performance 2012-2014 nell'ambito della prospettiva economico - finanziaria obiettivo strategico nel triennio I programma di comunicazione istituzionale prevede la creazione di un'identità istituzionale forte ed immediatamente riconoscibile della Camera di commercio per veicolare opportunamente presso le propria utenza la Mission, i servizi prestati a sostegno dei diversi settori economici e le attività promozionali realizzate da replicare nelle iniziative poste in essere attraverso la realizzazione di piano di comunicazione istituzionale dell'ente camerale, e dei piani media e dei piani di comunicazione delle azioni a sostegno dello sviluppo della competitività del sistema delle imprese. Anche nel 2013 tale attività sarà in parte direttamente dalla Camera ed in parte dall'unica azienda speciale che nascerà dal progetto di fusione di Calab e PromoCosenza.

3.3. Linea di indirizzo 3: Le politiche a sostegno della competitività imprenditoriale

In questa linea di indirizzo sono comprese le attività della camera destinate ad accrescere la competitività delle imprese, attraverso un complesso di azioni a sostegno della internazionalizzazione, dell'integrazione delle filiere delle imprese, della promozione del territorio, dell'innovazione, della formazione alle imprese nonché delle forme di incentivazioni ed agevolazioni al credito.

3.3.1 Programma 3.1: Promuovere e sostenere la capacità di marketing delle imprese cosentine

Nel piano delle performance 2012-2014 nella prospettiva "tessuto economico e territorio, obiettivo strategico è "Promuovere e sostenere le capacità di marketing delle imprese cosentine per

l'internazionalizzazione" misurato attraverso l'incremento numero nuovi mercati oggetto dell'azione e la capacità di coinvolgimento nelle attività di internazionalizzazione

La Camera di Commercio di Cosenza ha istituito un Ufficio appositamente dedicato ai Servizi alle Imprese per i Mercati Esteri, con lo specifico obiettivo di garantire una serie di servizi di accompagnamento ai mercati esteri e di internazionalizzazione delle imprese e la realizzazione di programmi di promozione all'estero per l'inserimento commerciale delle nostre aziende.

Le azioni per l'internazionalizzazione hanno permesso negli ultimi due anni di posizionare imprese e prodotti della provincia di Cosenza sui mercati esteri individuati come target dalla CCIAA, attraverso programmi e progetti realizzati anche in collaborazione con il sistema camerale.

L'esperienza maturata ha consentito l'elaborazione di un modello innovativo per le azioni di export e internazionalizzazione denominato "è Cosenza".

Risultati eccellenti sono stati raggiunti non solo nella promozione del principale settore della provincia, ossia l'agroalimentare, ma anche in altri settori come quelli legati al sistema casa e al turismo.

E' necessario, pertanto, nel 2013 lavorare su 4 direttrici:

1. consolidare i risultati raggiunti nei mercati su cui si lavora dal precedente biennio, utilizzando la presenza già avviata di imprese cosentine per facilitare l'ingresso di nuove e, inoltre, anche appartenenti ad altri settori;
2. sviluppare la progettazione avviata su nuovi mercati target introdotti nel corso del 2012 a seguito di risultati significativi in termini di interesse verso le nostre imprese e i nostri territori;
3. esplorare i mercati ritenuti di maggiore interesse per il nostro sistema imprenditoriale avviando collaborazioni per la realizzazione di progetti di medio termine;
4. facilitare l'aggregazione di imprese che abbiano quale obbiettivo comune l'internazionalizzazione al fine di consentire loro progetti condivisi e direttamente gestititi dalle imprese.

Le attività e gli strumenti di lavoro per il perseguimento di tali obiettivi saranno:

- la realizzazione di azioni a gestione diretta della Camera di Commercio che in alcuni casi si proporrà quale capofila dell'iniziativa (potenziale cofinanziamento Unioncamere);
- partecipazione a missioni del sistema camerale, prevedendo specifici interventi diretti alle nostre aziende (uso del F.P ove possibile);
- azioni di scouting per la creazione di relazioni e partnership dirette da mettere al servizio delle imprese (partecipazione alle missioni di governo e alle iniziative del Sistema Italia all'estero);
- sviluppo del progetto e' Cosenza e promozione del club (tavoli di lavoro, sito web, catalogo, ecc).

3.3.2 Programma 3.2: Promuovere un'immagine positiva del territorio e del contesto sociale provinciale

Nel piano delle performance 2012-2014 nella prospettiva "tessuto economico e territorio, obiettivo strategico è "Promuovere un'immagine positiva del territorio e del contesto sociale provinciale" misurato attraverso la capacità di coinvolgimento delle imprese nelle azioni dirette a promuovere la cultura del territorio, migliorare la percezione del valore del propri territorio presso la comunità sociale, al fine di perseguire la finalità di costruzione di un'immagine positiva del territorio e del contesto sociale provinciale. Si prevede pertanto di realizzare eventi ed iniziative sul territorio provinciale e nazionale, anche in compartecipazione con altre strutture od istituzioni (coma la Prefettura, le associazioni private o i Comuni, le scuole), che promuovano la cultura della legalità, la capacità di aggregazione degli attori locali, le risorse turistiche ed enogastronomiche oltre che le tradizioni che ci caratterizzano.

Nell'ambito delle attività già avviate, nel 2013 si intende proseguire nelle attività di promozione del territorio attraverso spettacoli teatrali e cinematografici; del turismo religioso con il progetto della mappatura dei siti di culto dedicati a San Francesco di Paola; l'integrazione delle produzioni agroalimentari d'eccellenza nell'alta ristorazione italiana.

Nel 2013 si proseguirà nella promozione della cultura del vino Terre di Cosenza e si darà attuazione al protocollo d'intesa con il Comune di Rende per la realizzazione dell'accademia del Magliocco (cultivar caratterizzante la nuova DO terre di Cosenza) volta a valorizzare ulteriormente consolidandone le caratteristiche e peculiarità qualitative del vino di qualità di Cosenza.

3.3.3 Programma 3.3: Promuovere strumenti per l'innovazione del sistema economico locale

Nel piano delle performance 2012-2014 nella prospettiva "tessuto economico e territorio, obiettivo strategico è "Promuovere strumenti per l'innovazione del sistema economico" al fine di rafforzare la competitività tecnologica delle imprese operanti nei vari settori produttivi, sviluppare le attività dirette all'acquisizione di nuove conoscenze finalizzate alla messa a punto di nuovi prodotti, processi produttivi o servizi oppure al notevole miglioramento di quelli esistenti, favorire l'adozione e la diffusione di nuove modalità organizzative, sistemi di qualità e certificazione ambientale.

Le azioni ricomprese nel programma sono:

- incentivare e accompagnare la partecipazione delle imprese locali ai bandi per progetti, programmi e finanziamenti nazionali ed europei.
- promuovere lo sviluppo di investimenti innovativi, con priorità agli investimenti per la tracciabilità nei comparti dell'agroalimentare;
- promuovere progetti pilota per la certificazione ambientale delle aree d'insediamento produttivo o di singole imprese, da elaborare in collaborazione con il sistema camerale e gli enti di ricerca;

- favorire l'accesso ai programmi nazionali e comunitari di diffusione ed incentivazione dei sistemi di certificazione ambientale;
- sostenere e promuovere nei confronti delle imprese le azioni previste nell'ambito delle iniziative di ampliamento della banda larga sulle aree ad insediamento produttivo che sono in fase di implementazione da parte del MSE.

L'obiettivo nel 2013 è misurato dallo sviluppo temporale del progetto "Start up servizio di certificazione delle DO dei vini della Provincia di Cosenza" e dall' evoluzione del progetto "ICT cosentino".

Inoltre nel corso del 2013 proseguiranno le attività connesse al progetto per il potenziamento dell'ufficio marchi e brevetti della Camera di Commercio di Cosenza, che termineranno alla fine di ottobre 2013, e consistono:

- nell'attivazione di servizi nuovi, quali lo svolgimento delle ricerche di anteriorità sui marchi e la consulenza tecnico-legale in materia di proprietà industriale, da affiancare a quelli amministrativi di ricezione e trasmissione delle domande di registrazione;
- nello svolgimento di azioni di formazione e promozione rivolte alle imprese col fine di incentivare l'uso dei titoli di proprietà industriale, soprattutto a livello internazionale, e l'attivazione degli strumenti di tutela dalle azioni di contraffazione.

Inoltre la Camera intende consolidare il rapporto di collaborazione l'Unical nell'ambito dell'accordo di programma già in essere e potenziare il rapporto ricerca scientifica e applicazione tecnologica, tema fondamentale scelto dall'Ente per la celebrazione del 150° anniversario della nascita dell'Ente nel 2012, in quanto strategico per il rilancio dell'economia provinciale. In tale ambito la Camera intende valorizzare l'esperienza e competenza sviluppata dal Calab, attraverso il nuovo soggetto nato dalla fusione, e sostenere la ricerca e l'innovazione tecnologica, anche attraverso il finanziamento di borse di studio all'estero destinate ai ricercatori.

3.3.4 Programma 3.4: Promuovere strumenti per il superamento delle diseconomie di accesso al credito

Per quanto riguarda il credito l'esigenza primaria è di semplificare le modalità di accesso, favorire la premialità dei progetti di investimento che non vengono garantiti dalla sistema creditizio tradizionale, modernizzando ed innovando gli strumenti di finanziamento delle PMI e di ridurre i costi dell'indebitamento.

Nel piano delle performance 2012-2014 nella prospettiva "tessuto economico e territorio, obiettivo strategico è "Promuovere strumenti di incentivazione del sistema economico locale e di sostegno all'imprenditorialità" misurato dal Grado di coinvolgimento dei Confidi ai bandi diretti alla realizzazione del sistema integrato delle garanzie creato dalla Camera.

Tuttavia le tradizionali difficoltà che le micro e piccole imprese incontrano nell'accesso al credito sono state fortemente inasprite dalla crisi finanziaria internazionale che ha colpito più severamente le

imprese meno strutturate, determinando una riduzione della liquidità e quindi ritardi dei pagamenti del settore privato, che si sono aggiunti quelli del sistema pubblico. Il tema del pagamenti della PA è divenuto maggiormente scottante tanto da indurre specifiche misure (decreto-legge 185/2008) per semplificare e disciplinare la cessione pro soluto dei crediti vantati nei confronti delle pubbliche amministrazioni. La normativa consente di cedere i crediti certi, liquidi ed esigibili certificati dalle PA debitrici.

Al fine di incentivare il ricorso alla cessione del credito, nel 2013 la Camera intende adottare una misura di sostegno, mettendo a disposizione una rilevante provvista di liquidità che costituirà il "Fondo di rotazione" che gli istituti di credito, selezionati mediante bando, utilizzano per pagare i crediti scaduti vantati dalla imprese e certificati dalle PA debitrici.

Gli istituti di credito selezionati gestiscono l'operatività della cessione (accolgono l'istanza del creditore, inviano la richiesta di certificazione all'amministrazione debitrice) e pagano l'importo delle fatture scadute, fino a concorrenza di un importo massimo fissato per azienda in 20/25 mila euro, senza applicare alcuna commissione o interesse, attingendo al fondo di rotazione. Appena l'amministrazione debitrice paga il debito il fondo di rotazione viene reintegrato. Infine per garantire maggiore capillarità e diffusione della iniziativa, i crediti ammessi alla cessione saranno quelli vantati verso qualsiasi pubblica amministrazione, ed a tal fine la Camera procederà a stipulare eventuali convenzioni.

3.3.5 Programma 3.5: Promuovere strumenti di incentivazione del sistema economico locale

I sistemi di incentivazione rappresentano una modalità attraverso la quali la camera può raggiungere gli obiettivi di crescita o sviluppo di particolari settori, proteggere particolari categorie dei soggetti del mercato (imprese, consumatori e lavoratori). Il sostegno della Camera può configurarsi come un accompagnamento di natura prevalentemente finanziaria (Voucher), finanziamento di progetti imprenditoriali innovativi, di imprese in fase di start-up, giovani o con l'erogazione di contributi in conto interessi, del tipo "Progetto Voglio restare" o analoghe, tese ad abbattere il costo per interessi dell'indebitamento connesso al finanziamento di progetti di investimento innovativi o rivolti a particolari categorie di imprenditori.

Nel piano delle performance 2012-2014 nella prospettiva "tessuto economico e territorio, obiettivo strategico è "Promuovere strumenti di incentivazione del sistema economico locale e di sostegno all'imprenditorialità" misurato dalle risorse destinate a forme di incentivazione, quali i contributi per occupazione.

3.3.6 Programma 3.6: Promuovere la formazione manageriale

Obiettivo di questo programma di azioni è il potenziamento delle competenze tecniche e di cultura economica degli imprenditori, in particolare quelli che beneficiano dei vari servizi oggetto del programma di promozione della ideato dalla Camera di Commercio attraverso il tutoraggio, assistenza tecnica, coaching alle aziende Check up ed interventi di assistenza sulle tematiche di organizzazione aziendale, sulla pianificazione di mercato. Il sistema locale, infatti mostra un debole livello di sviluppo imprenditoriale e quindi necessita di azioni di formazione sui temi dell'innovazione tecnologica e dello sviluppo manageriale, sia specifica di settore. Per tale ragione si ritiene fondamentale intervenire con programmi formativi specifici ed intersettoriali, rivolti a tutti i settori produttivi.
Nel piano delle performance 2012-2014 nella prospettiva "tessuto economico e territorio, obiettivo strategico è "Promuovere strumenti di incentivazione del sistema economico locale e di sostegno all'imprenditorialità" misurato dall'incremento delle manifestazioni di interesse (bandi) per azione di formazione manageriale.

4. Le risorse finanziarie

Lo slittamento del termini dell'approvazione del preventivo economico 2013 al 31.12.2012, ha determinato uno sfasamento temporale tra predisposizione della RPP e predisposizione del previsioni economiche, pertanto ad oggi si può fornire soltanto una stima del quadro delle risorse disponibili per realizzazione del programma.
Considerando l'andamento dei preventivi economici dell'ultimo triennio e dei conseguenti bilanci di esercizio l'ammontare delle risorse che si stima potranno essere destinate al programma di attività promozionale ammonta a circa €. 2.800.000,00.
La puntuale determinazione delle risorse per ciascun programma sarà definita in sede di approvazione del preventivo economico 2013.