



Camera di Commercio
Reggio Calabria



La Camera per l'economia, le imprese, i giovani

PIANO DELLA PERFORMANCE 2011-2013
AGGIORNAMENTO 2012-2014

La Camera per la crescita economica, con le imprese e i giovani
PIANO DELLA PERFORMANCE 2012-2014

AREA STRATEGICA I:

**LA CAMERA DI COMMERCIO CHE, NELL'ATTUALIZZARE LA RIFORMA, ATTRAVERSO LA QUOTIDIANITA' DELLA SUA AZIONE, SIA PERCEPITA COME
"VALORE PER LE IMPRESE ED IL TERRITORIO"**

INDIRIZZO STRATEGICO

Alla Camera di Commercio la riforma introdotta dal dlgs.n.23/2010 riconosce una identità istituzionale più autorevole e di pari dignità rispetto alle altre istituzioni locali. Alle opportunità dell'autoreferenzialità si tratta di frapporre la sfida della "differenza" da aggiornare nella capacità e nell'impegno ad accreditarsi sul territorio quale "istituzione del fare", parte attiva nelle politiche di sviluppo, per il "valore" riconoscibile e misurabile e quindi, per la sua capacità di utilizzare le risorse disponibili nel modo più produttivo possibile con l'obiettivo di incrementare drasticamente la produttività per il cliente/utente e cioè l'efficacia della propria azione. Essere "Istituzione a sostegno delle imprese" ed in quanto tale destinata a rispecchiare l'effettiva domanda con un approccio basato sul miglioramento continuo che incrementi la sua capacità di ascolto e di programmazione la qualità dei servizi. .

Ciò implica la revisione dei processi di erogazione dei servizi, delle dinamiche di acquisto, dell'allocazione delle risorse umane e dell'organizzazione .

INDICATORI DI OUTCOME

1. Miglioramento nel triennio di p.p. 2 dell'indice medio di rigidità di bilancio rispetto al 2010
2. Incremento nel triennio di p.p. 6 dell'indice medio di riscossione del diritto annuale nel triennio 2012-2014 rispetto al 2010
3. Aumento al 2014 del 25% del fatturato commerciale dell'AS Informa rispetto al 2010 (€ 38.358,33)
4. Riaccreditamento dell'A.S. "Stazione Sperimentale per le Industrie delle essenze e dei derivati dagli agrumi" quale istituzione di supporto scientifico-tecnologico alle imprese, di offerta di servizi qualificati, di ricerca e formazione nel settore delle essenze e dei derivati agrumari, attraverso l'avvio di un piano strategico triennale 2012-2014: aumento del 15% del fatturato per servizi rispetto al 2011
5. Miglioramento nel triennio di almeno 16/25 indicatori di struttura e 14/22 indicatori economico-patrimoniali del "sistema informativo Pareto" rispetto alla media dei risultati delle Camere di Commercio della Calabria, ai fini del benchmarking di cui all'art. 35 comma 6 del DPR n.254/2005.
6. Rendere trasparente la Camera di Commercio significa anche agire sul fronte dell'open data, aprendo e liberando i dati pubblici del registro delle imprese, rendendoli agevolmente consultabili sul sito web istituzionale
7. Fruibilità dei servizi (esclusi quelli anagrafici e tributari e protesti), da parte di almeno il 15% delle imprese complessivamente registrate come attive nel Registro delle imprese al 31 dicembre 2011 e non inferiore al 5% ad anno, da certificarsi attraverso un sistema di monitoraggio quotidiano.
8. Giudizio non inferiore a "buono" da parte di almeno il 65% degli intervistati quale effetto di un miglioramento tendenziale di anno in anno degli indici di "customer satisfaction" rispetto all'indagine della precedente annualità
9. Il 50% delle n.34.937 imprese individuali attive al 31 dicembre 2011 dovranno disporre di un indirizzo di posta elettronica certificata
10. Realizzazione di almeno l'80% degli obiettivi strategici della presente area: requisito minimo di realizzazione è l'aggiornamento del 60% degli indicatori di risultato per ogni obiettivo.



OBIETTIVO STRATEGICO I.1

LA CAMERA DI COMMERCIO: UNA PA APERTA, TRASPARENTE, PARTECIPATA

INDICATORI STRATEGICI (TRIENNALI)

1. Evasione del 100% del totale delle pratiche evase dal R.I. entro i 2 giorni
2. Qualità del registro delle imprese da conseguire con la cancellazione di ufficio di tutte le imprese nelle condizioni di legge al 30 giugno 2014
3. Presentazione di istanze alla Camera, a qualsiasi titolo, esclusivamente in via telematica
4. Digitalizzazione totale dei documenti anche dell'archivio deposito.
5. Miglioramento tendenziale di anno in anno degli indici di "customer satisfaction" rispetto all'indagine della precedente annualità: indice non inferiore a buono nei giudizi degli stakeholder: dal 55% del 2012 al 65% del 2014
6. Riduzione dei tempi dei procedimenti a 20 giorni.
7. Pubblicazione sull'albo on line delle delibere e delle determinazioni entro cinque giorni dalla loro adozione
8. Adozione di un apposito regolamento che preveda le modalità per l'erogazione di un indennizzo automatico e forfettario all'utenza, nel caso di mancato rispetto degli standard di qualità preventivamente definiti attraverso la carta dei servizi.

PIANI OPERATIVI:

I.1.1 QUALITÀ E TECNOLOGIA PER EFFICIENTARE I SERVIZI

“Chi offre un servizio ha a disposizione mezzi e strumenti, non posseduti da chi richiede, per risolvere problemi e dare soluzioni efficaci”

Cambiamento delle modalità di accesso e di delivery dei servizi della Camera (rendere disponibili i servizi in modalità digitale); miglioramento e semplificazione degli strumenti di collaborazione (es: Intranet, e-mail, firma digitale); miglioramento dell'efficienza operativa.

MISURE

RISULTATI ATTESI E INDICATORI (2012)

<p>📁 Azioni dirette alla semplificazione e razionalizzazione dei procedimenti amministrativi, garantendo l'effettività dell'accesso ai documenti amministrativi, alle informazioni ed ai servizi da parte delle imprese e degli operatori professionali e riducendo o eliminando gli oneri meramente formali e burocratici relativi all'avvio dell'attività di impresa e per migliorare la qualità delle denunce telematiche (art. 9, comma 1 della Legge 180/2011, cd. Statuto delle Imprese). Pubblicazione e aggiornamento delle norme e dei requisiti minimi per l'esercizio di ciascuna tipologia di attività d'impresa, ai sensi dell'art 9, comma 2, della Legge 180/2011. Organizzazione di un evento semestrale per gli operatori professionali e delle associazioni distribuiti nel territorio provinciale.</p> <p>📁 Prosecuzione dell'operatività della consulta giuridica con la realizzazione di incontri periodici</p> <p>📁 Potenziamento dei sistemi di comunicazione interna</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Riduzione del 40 % della sospensione di pratiche irregolari e dei tempi di sospensione rispetto al 2011 ed avvio del sistema telematico di gestione delle notifiche dei provvedimenti di rifiuto. - Pubblicazione sul sito camerale del manuale delle attività economiche aggiornato e del prontuario per l'iscrizione ed il deposito degli atti nel RI aggiornato in continuità con l'evoluzione normativa. - Coinvolgimento di almeno 200 operatori professionali nei seminari di informazione - Periodicità almeno bimestrale delle riunioni della Consulta, pubblicazione sul sito web delle decisioni accompagnate da schede informative sugli specifici temi affrontati. - Progettazione di una intranet camerale
--	---

<p>📁 Miglioramento dell'evasione delle pratiche nei termini di legge</p>	<p>-Eliminazione dell'arretrato al 31 dicembre 2011 -Evasione al 31 dicembre 2012 di tutte le pratiche protocollate al 15 dicembre 2012 - Evasione entro i 4 giorni del 100% delle pratiche telematiche ricevute al 15 dicembre 2012.</p>
<p>📁 Completamento del V procedimento di cancellazioni d'ufficio delle imprese e società non operative al Registro Imprese ed avvio del VI procedimento.</p>	<p>- Conclusione al 31 dicembre 2012 dei procedimenti relativi alla cancellazione di ufficio di tutte le imprese individuate al 31 dicembre 2011 nello status previsto a seguito della verifica della sussistenza delle condizioni previste dalla legge; - trasmissione al 31 dicembre 2012 delle comunicazioni di avvio dei procedimenti di cancellazione d'ufficio delle imprese nello status previsto dalla legge individuate al 30 giugno 2012 previsto dalla legge.</p>
<p>📁 Azioni rivolte a consentire una efficace interazione tra la Camera e le altre P.A. ed a rendere disponibili in rete i dati in possesso della Camera di Commercio, secondo regole d'accesso condivise, per l'acquisizione d'ufficio ed il controllo sulle dichiarazioni sostitutive di certificazione e di atto di notorietà rese dalle imprese, nel rispetto di quanto disposto dall'art. 15 della Legge 183/2011</p> <p>📁 Azioni rivolte al consolidamento dei rapporti collaborativi tra Associazioni imprenditoriali e Registro delle Imprese</p>	<p>- Operatività dell'ufficio responsabile per tutte le attività destinate a gestire, garantire e verificare la trasmissione dei dati o l'accesso diretto agli stessi da parte delle amministrazioni procedenti, per consentire idonei controlli delle dichiarazioni sostitutive prodotte dalle imprese (art. 72 del DPR 445/2000 come modificato dall'art. 15 L. 183/2011); - Aggiornamento continuo della pubblicazione sul sito istituzionale dell'ente delle soluzioni organizzative in progress adottate per adempiere alle norme e consentire a ciascuna amministrazione procedente di attingere alle informazioni necessarie tramite servizi on line di accesso alle banche dati.</p> <p>- Operatività delle convenzioni di servizio stipulate con le associazioni imprenditoriali al 31 dicembre 2011 e acquisizione di almeno altre 2 convenzioni</p>
<p>📁 Le imprese e i servizi</p>	<p>Attivazione di un sistema che consenta di misurare quotidianamente la fruizione da parte delle imprese dei servizi, diversi da quelli anagrafici e certificativi: dal primo monitoraggio il risultato atteso è il 10% delle imprese attive registrate al 31 dicembre 2011.</p>

BUDGET ASSEGNATO: € 272.000

I.1.2 LA COMUNICAZIONE PER MIGLIORARE LA RELAZIONALITA' CON L'UTENTE/ CLIENTE ED INCENTIVARE LA PARTECIPAZIONE

Comunicare per garantire la buona qualità del servizio e la fidelizzazione del cliente

Per un marketing dei servizi che significhi contatto, ascolto, partecipazione

MISURE

RISULTATI ATTESI E INDICATORI (2012)

<p>📁 Ascolto e dialogo costante con l'utenza e la generalità degli stakeholder</p>	<p>⇒ Realizzazione della customer satisfaction 2012 al 30 settembre 2012: giudizio "buono" sulla conoscenza e qualità dei servizi non inferiore al 55% degli intervistati.</p> <p>La customer dovrà privilegiare la rilevazione del grado di soddisfazione degli utenti sulla qualità dei servizi secondo le dimensioni della qualità individuate in accessibilità, tempestività, trasparenza, efficacia.</p> <p>⇒ Definizione formalizzata e trasparente delle modalità operative e delle relative responsabilità per una corretta ed efficace gestione dei reclami provenienti dagli utenti relativi al mancato rispetto degli standard di qualità dei servizi certificati secondo le ISO 9001</p> <p>⇒ Redazione della carta dei servizi uniformandosi alle direttive CIVIT: acquisizione della condivisione da parte delle associazioni dei consumatori ed utenti più rappresentative a livello provinciale e sua diffusione ad almeno 2000 imprese.</p> <p>Per un terzo dei servizi descritti nella carta verranno definiti gli standard di qualità: tale elenco verrà pubblicato sul sito.</p> <ul style="list-style-type: none">- Attivazione di un sistema di monitoraggio dell'accesso e della fruizione dei servizi (esclusi quelli anagrafici, tributari e protesti) da parte delle imprese: fruizione dei servizi, diversi dagli anagrafici e certificativi, di almeno il 15% delle imprese attive registrate al 31 dicembre 2011- Piano di comunicazione:<ul style="list-style-type: none">- progettazione e pianificazione di vere e proprie azioni di marketing dei servizi;- n.. 5 giornate di formazione interna sulla comunicazione: partecipazione di almeno l'80% del personale in servizio; <p>⇒ Realizzazione della giornata delle imprese: partecipazione di almeno 200 imprese, nel contesto di un piano più ampio di comunicazione e partecipazione degli stakeholder alla ricorrenza dei 150 anni di fondazione della Camera che sarà predisposto da un apposito gruppo di lavoro che prevede anche membri esterni</p> <p>⇒ Operatività a regime dell'albo on line: pubblicazione delle delibere e determinazioni non oltre 15 giorni dalla loro adozione</p> <p>⇒ Realizzazione di una intranet</p> <p>⇒ Potenziamento della presenza sul social network Facebook</p>
<p>📁 Formazione del personale camerale</p>	<p>⇒ Predisposizione del piano di formazione non oltre il 15 aprile sulla base delle risultanze di un questionario destinato al personale anche delle Aziende Speciali:</p> <p>⇒ Restituzione del questionario da parte di almeno il 75% del personale;</p>

	<p>⇒ coinvolgimento nel conseguente piano di formazione di almeno il 60% del personale per 1 giornata;</p> <p>⇒ Percorsi formativi, destinati alla dirigenza, alte professionalità, posizioni organizzative, responsabili uffici di cat.D;</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. time management 2. progetto di sviluppo finalizzato a individuare le aree di intervento e di miglioramento, nonché le possibili azioni da porre alla base della costruzione di un progetto di sviluppo individuale, 3. Lean administration; snellire ed innovare i processi amministrativi . <p>-Percorsi formativi, destinati a tutto il personale, in aggiunta a quanto emergerà dal questionario;</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. sviluppo delle competenze e nuovi profili; 2. sistema di misurazione e valutazione delle performance 3. la trasparenza
<p>📁 Adozione dei necessari provvedimenti (e delle relative misure organizzative) attraverso i quali la Camera predispose la strumentazione che attualizza il principio della trasparenza, rilevato dall'art.11 del d.lgs. n.150/2009</p>	<p>⇒ Messa a regime del piano della trasparenza :realizzazione della giornata della trasparenza</p> <p>⇒ Adeguamento a regime della struttura e dei contenuti della sezione del sito Trasparenza, Valutazione e Merito” alle specifiche normative.</p> <p>⇒ Adozione della Carta dei Servizi per i diritti delle imprese chiamate a pagare il diritto annuale</p>

BUDGET ASSEGNATO: € 151.000

**AREA STRATEGICA II:
BUROCRAZIA ZERO: LA CAMERA AGENTE SUL TERRITORIO DELLA SEMPLIFICAZIONE**

INDIRIZZO STRATEGICO

La funzione riconosciuta alle Camere di Commercio dall'art.2 comma 2 lett. b della legge n.580/1993 innovata dal d.lgs. n.23/2010 “ promozione della semplificazione delle procedure per l'avvio e lo svolgimento di attività economiche”,le attribuisce una competenza ed una responsabilità per il conseguimento di quella effettiva semplificazione, promossa come “impresainungiorno” il cui successo si misura sull'effettiva riduzione degli oneri e dei tempi burocratici da parte del sistema della PA.

Alla Camera viene pertanto chiesto di proseguire con determinazione sulla strada del monitoraggio,della sollecitazione e dell'affiancamento delle pubbliche amministrazioni del territorio pere un'azione di cambiamento,condivisione e coesione che valga a diminuire il più possibile il peso della burocrazia sulle nostre imprese,a favorire la nascita di nuove imprese e gli investimenti esterni.

INDICATORI STRATEGICI DI OUTCOME

1. Operatività di almeno il 70% dei SUAP delegati
2. Implementazione a regime dell'Osservatorio della PA" che attraverso l'indicatore "efficiency gap" monitori il livello di soddisfazione delle imprese sulla performance della PA: il miglioramento rispetto ai risultati della ricerca in corso è atteso dalla minore incidenza sui ricavi aziendali dei costi burocratici e dalla eliminazione di alcune delle fonti che sono all'origine degli oneri amministrativi locali
3. Attivazione del tavolo "Il sistema territoriale della PA per le imprese": coinvolgimento di almeno il 50% delle PP.AA che a livello territoriale hanno competenza e responsabilità nella fase costitutiva e successive delle imprese

⇒ OBIETTIVO STRATEGICO II.1:

Burocrazia zero

INDICATORI STRATEGICI (TRIENNALI)

1. Interoperabilità Camera/ PP.AA: per il totale delle PP.AA. coinvolte nel SUAP
2. Indice di gradimento delle imprese superiore a 5 risultante dall'approfondimento territoriale del Rapporto nazionale "Imprese e burocrazia. -Come le micro e piccole imprese giudicano la Pubblica Amministrazione" annualmente realizzato da Promo Pa Fondazione

PIANI OPERATIVI:

II.1.1 LA GOVERNANCE COOPERATIVA

Capitale relazionale e governance cooperativa: un bene pubblico

Una Camera aperta alla collaborazione partecipata nelle altre PP.AA. degli operatori professionali, delle associazioni imprenditoriali e dei consumatori

MISURE

RISULTATI ATTESI E INDICATORI (2012)

Diffondere la consapevolezza all'interno e all'esterno tra le altre PP.AA. dell'importanza della socializzazione e diffusione del know-how, in un contesto di apprendimento continuo e di integrazione e cooperazione fra le diverse strutture della P.A. territoriale per generare e valorizzare il modello di un'organizzazione che apprende da se stessa ed ha la finalità di rendere efficace e duratura, attraverso la libera circolazione delle idee, la gestione del sapere aziendale, configurandosi da un lato quale occasione di valorizzazione e motivazione delle professionalità esistenti, dall'altro come strumento di rivisitazione dei processi finalizzato al miglioramento dei servizi offerti.

Premiare, attraverso un bando, e poi implementare quei progetti valutati di "Eccellenza Amministrativa", tesi ad elevare gli standard di qualità dei servizi erogati ed al tempo stesso agevolmente replicabili sul territorio. Il bando sarà preceduto e seguito da un'attività di formazione: selezionare almeno 5 progetti di "eccellenza amministrativa"

<p>📁 La governance cooperativa come innovazione culturale perché con le altre Camere di Commercio calabresi in prima battuta e tutte le altre PP.AA. del territorio a seguire, si sentano e si comportino unitariamente, differenziandosi da un mero aggregato di enti</p>	<p>Con il supporto di Promo PA Fondazione, attraverso le esperienze maturate in altre realtà, attivare un partenariato che valga a condurre ad unicità i singoli obiettivi istituzionali, garantendo il rispetto della mission istituzionale del singolo ente e il perseguimento del fine comune per il bene collettivo. In sostanza, il singolo ente (prima tra Camere e poi con altre PP.AA) dovrà essere parte di un tutto unitario condividendo le fasi:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ di un processo amministrativo di semplificazione ▪ liberalizzazione dei “servizi” con gli altri enti coinvolti, senza per questo snaturare la propria organizzazione interna.
<p>📁 Condivisione con la Regione di un percorso comune che culmini nella realizzazione di un “Osservatorio dell’artigianato” che consenta di monitorare in continuità non solo la nati-mortalità ma anche produzione, occupazione, innovazione, internazionalizzazione delle imprese artigiane.</p>	<p>Progettazione, in collegamento con il REA di una data-base “Albo imprese artigiane” che consenta la registrazione e diffusione di ogni elemento di conoscenza, oltre i dati oggetto di certificazione legale, sul sistema provinciale delle imprese artigiane da fare evolvere ad “Osservatorio provinciale dell’artigianato</p>

BUDGET ASSEGNATO: € 25.000

II.1.2 IL SUAP

Semplificare ascoltando

Semplificare la circolazione delle informazioni, garantire la trasparenza della attività amministrativa e rendere facilmente reperibili le informazioni che rendono meno complesso e disagiata il rapporto con i Comuni e la Camera di Commercio, costituisce certamente un obiettivo primario per avvicinare sempre più la Pubblica Amministrazione ai bisogni dei cittadini e delle imprese"

MISURE	RISULTATI ATTESI E INDICATORI (2012)
<p>📁 Esercizio della funzione di sussidiarietà e di supporto relativa ai compiti assegnati alle Camere sul SUAP in forma associata a livello regionale o con altre Camere che condivida l'importanza di una visibilità operativa e di risultati su tale tema.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Con il supporto di Infocamere, la struttura avvierà un percorso comune con almeno altre 2 Camere di Commercio calabresi per conseguire il risultato, sinora mancato, della piena operativa dei SUAP in delega, realizzando tra l'altro al servizio dei comuni: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Attivazione di un sistema di pagamento telematico per i Suap in delega alla Camera ▪ Approvazione di una modulistica comune unificata per l'utilizzo da parte di tutti i Suap della provincia ma replicabile e valida per l'intera regione; - Implementazione dell'applicativo SURI, che consente una interconnessione tra il sistema informativo del R.I. e quello dei Suap accreditati.

BUDGET ASSEGNATO: € 35.000

AREA STRATEGICA III: LA CAMERA LABORATORIO E SUPPORTER PER LA CRESCITA E LA COMPETITIVITA' DELLE IMPRESE

INDIRIZZO STRATEGICO

Le "Funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese, curandone lo sviluppo nell'ambito delle economie locali." (Art.2 della legge 580/1993 riformata dal d.lgs. n.23/2010), riconosciute alla Camera, le attribuiscono una competenza ed una responsabilità per trattare dei problemi e delle opportunità di sviluppo economico della provincia e per affrontare attraverso programmi di azioni efficaci i nodi strutturali che limitano la competitività del territorio e delle imprese sullo stesso territorio insediate

INDICATORI STRATEGICI DI OUTCOME

1. Migliorare il livello del servizio "informazione economico statistica" sia in termini percentuali (= la maggioranza del 75%) di utenti soddisfatti riguardo alle informazioni erogate a sportello e a mezzo web, che di multicanalità (almeno tre canali di veicolazione delle informazioni/comunicazioni) sia in termini di raddoppio delle campagne CRM rispetto a quelle realizzate nel 2011 in tema di informazioni economiche
2. Maggiore visibilità alle funzioni di regolazione del mercato riconosciute alla Camera, attraverso i seguenti risultati:
 - Costituzione di un sistema provinciale di regolazione del mercato
 - Accesso al servizio di mediazione del + 60% nel triennio rispetto alla media del dato regionale sulle conciliazioni al 31 dicembre 2011.
 - Potenziamento dei servizi di vigilanza e controllo sulla sicurezza dei prodotti: + 70% dei controlli effettuati al 31 dicembre 2011
 - Adozione di un regolamento unico in materia sanzionatoria in coordinamento con il Registro Imprese/Albo artigiani.
3. Accesso al Servizio SMI da parte di almeno 300 imprese
4. Creazione di almeno 30 imprese innovative
5. Accesso al mercato del lavoro di almeno 300 giovani di età 18-35 anni
6. Numero di imprese accompagnate sui mercati esteri (+ 15% rispetto al dato emergente dall'indagine funzionale all'osservatorio sull'internazionalizzazione 2011) e numero imprese servite tra quelle già operanti sui mercati esteri (+ 15% rispetto al dato emergente dall'indagine funzionale all'osservatorio sull'internazionalizzazione 2011)
7. Numero 600 imprese sottoposte a fasi di check up ovvero audit ai fini dell'innovazione, dell'internazionalizzazione, del risparmio energetico, dell'ecosostenibilità, della CSR, del rating bancario.
8. Rapporto tra finanziamenti concessi e contributi erogati dalla Camera non inferiore a tre
9. Valorizzare le competenze dell'Azienda Speciale INFORMA:
 - Accreditalimento dell'A.S. quale partner dell'Università Mediterranea in tema di tutela della proprietà industriale: coinvolgimento in almeno una iniziativa annua nel periodo
 - Realizzazione di almeno 9 partenariati (media annua non inferiore a 3) in tema di proprietà industriale, trasferimento tecnologico, scuola/mercato del lavoro/impresa
 - Aumento nel triennio del 25% degli accreditamenti al MEPA e al BMT I rispetto al dato 31 dicembre 2011.
10. Miglioramento di almeno 4 delle 12 dimensioni del benessere elaborate dal Cnel ed Istat per misurare il benessere della società locale:

⇒ **OBIETTIVO STRATEGICO III.1** **RAFFORZARE IL MERCATO**

Rafforzare il ruolo istituzionale della Camera quale soggetto "super partes" rispetto agli operatori del mercato.

INDICATORI STRATEGICI (TRIENNALI)

1. Coinvolgimento del + 100 % dei soggetti -rilevatori dei prezzi all'ingrosso di prodotti alimentari e non
2. Accreditalimento al MEPA e alla BMTI di + 100% delle imprese accreditate al 31 dicembre 2011..
3. Grado di soddisfazione "buono" da parte di almeno il + 25% degli intervistati in sede di rilevazione della customer 2011 per quanto all'informazione economica

PIANI OPERATIVI

III.1.1 LE ASIMMETRIE DELLA CONOSCENZA

Diffondere una migliore conoscenza dei fenomeni economici per aiutare operatori economici ed istituzionali ad assumere scelte efficaci per la crescita economica e sociale

MISURE

RISULTATI ATTESI E INDICATORI (2012)

<p>📁 L'osservazione congiunturale si affiancherà con sistematicità alle analisi di tipo strutturale che verranno svolte in continuità agli anni precedenti ma attraverso un coinvolgimento anche delle Università soprattutto nella elaborazione di dossier tematici . Tutta l'attività di produzione dell'informazione economica privilegerà, valorizzando anche i dati degli archivi esistenti all'interno della Camera, il monitoraggio:</p> <ul style="list-style-type: none">- dei fattori di contesto territoriale che influenzano la competitività del sistema imprenditoriale;- dello stato di salute delle imprese, relazione soprattutto ai rapporti con il mercato del credito e dei capitali;- delle tendenze del mercato del lavoro, per orientare l'istruzione, la formazione e il rapporto con le imprese. sviluppo economico territoriale;- delle tendenze dei prezzi e delle tariffe in particolare dei servizi pubblici .	<ul style="list-style-type: none">- Osservatorio economico provinciale aggiornato al 31 dicembre 2011 di tutti i dati disponibili a questa data non oltre il 30 giugno 2012.- Osservazioni congiunturali trimestrali, prevedendosi la prima al 31 marzo e sua diffusione non oltre il 15 maggio e così per i 9 periodi successivi- Realizzazione della giornata dell'economia come momento di lettura ed analisi a più voci dell'attualità economica, emergente dai dati normalmente disponibili per tale evento: da una parte le analisi da parte delle Università, dall'altra le valutazioni del mondo economico (imprese e credito), delle forze sociali, del terzo settore.- Diffusione mensile multicanale e allargata del patrimonio informativo della Camera- Sviluppo di alleanze e collaborazioni (almeno due) che consolidino il posizionamento della Camera come punto di riferimento per catalizzare sinergie sulla individuazioni delle problematiche, attraverso la produzione di conoscenze sempre più innovative sul sistema produttivo locale.- Osservatorio della competitività del territorio: realizzazione di un incontro per la condivisione e la fruizione degli indicatori e database dell'osservatorio (cfr. Area Strategica IV)
<p>📁 Azioni per promuovere l'e-learning: non surrogato per fare quel che già si fa in altro modo, ma come si può fare qualcosa che altrimenti non è possibile</p> <p>📁 Azioni per promuovere l'e-learning</p>	<p>In collaborazione con Universitas Mercatorum:</p> <ul style="list-style-type: none">- Seminario informativo sull'importanza ed il valore dell'e-learning (almeno 30 presenze)- sperimentazione su un tema di interesse della gestione aziendale, utilizzando la sala multimediale della Camera (almeno 25 partecipazioni e valutazione degli stessi favorevole per il 75%)- Bando per la concessione di borse di studio per l'iscrizione ad Universitas Mercatorum (almeno 3 iscrizioni nell'anno 2012) <p>-Seminario informativo sulle opportunità di e-learning in occasione della presentazione della sala informatica in corso di realizzazione</p>

BUDGET ASSEGNATO: € 170.000

III.1.2. IL DIGITAL DIVIDE

Un pacchetto contro lo spread digitale

<p>📁 Incentivare gli investimenti nel settore delle tecnologie digitali, con un duplice obiettivo: - agevolare l'implementazione di prodotti e servizi informatici innovativi, basati sull'utilizzo di Internet e che rispondano ai reali bisogni delle aziende e ne aumentino l'efficienza e la produttività); - sostenere e rafforzare l'offerta di prodotti e servizi informatici che rispondano a reali bisogni delle imprese utilizzatrici.</p>	<p>- Bando per incentivi finanziari che finanzino in parte investimenti specifici sull'introduzione delle tecnologie digitali nelle imprese: esaurimento del fondo reso disponibile. - n. 3 incontri formativi sull'e-procurement e accreditamento di n. 5 operatori al portale "acquisti in rete PA" - n. 3 incontri formativi diretti ai potenziali operatori ed ai Soggetti Abilitati all'Intermediazione (SAI) : accreditamento di n. 5 imprese alla Borsa Merci Telematica Italiana (BMTI).</p>
<p>📁 L'Information Technology da qualche anno è elemento fondamentale nella gestione aziendale. Nonostante la diffusione degli strumenti informatici nell'operatività quotidiana, gli utilizzatori ancora oggi hanno una bassa preparazione specifica nell'utilizzo di hardware e software, e nei rischi derivanti dall'uso delle tecnologie informatiche. In tale contesto vale la pena ricordare che, oggi, i dati sono condivisi da una pluralità di apparati (personal computer, smartphone, MP3, chiavi USB, ecc.) aumentando vertiginosamente i rischi connessi.</p> <p>📁 Progetto "Città intelligenti"</p> <p>📁 Progetto e-commerce</p>	<p>Finanziamento, tramite l'utilizzo di voucher a fondo perduto, l'acquisto di un servizio tecnico di valutazione dei rischi informatici: esaurimento di tutto il budget del bando.</p> <p>Perseguire il modello delle smart cities, attraverso n.3 eventi pubblici che promuovano l'importanza di interpretare le politiche innovative relative alle smart cities come opportunità per coniugare una nuova progettazione dello spazio pubblico sia con lo sviluppo della banda larga sia con l'invenzione di nuovi format partecipativi, per favorire l'interazione tra il web e le realtà sociali che agiscono nel territorio: avvio di un percorso con almeno due città ovvero un partenariato Università/Provincia o Comune di Reggio/Camera di Commercio.</p> <p>Creazione di un modello di riferimento per l'e-commerce delle PMI in una logica di rete: progettazione e presentazione del modello in un evento pubblico</p>

BUDGET INFORMA € 22.397,08

⇒ **OBIETTIVO STRATEGICO III.2**
FAVORIRE LA FIDUCIA NEL MERCATO

INDICATORI STRATEGICI (TRIENNALI)

1. Attività di vigilanza e controllo ,nelle sue diverse forme,incrementata per almeno il 100% rispetto al dato al 31 dicembre 2011.
2. Accesso ai metodi alternativi di risoluzione delle controversie : almeno 300 conciliazioni/mediazioni obbligatorie con una media annua non inferiore a 75.
3. Predisposizione di almeno 6 contratti tipo
4. Rilevazione e verifica di clausole inique in almeno 12 contratti .

PIANI OPERATIVI:

III.2.1 LA TRASPARENZA DEL MERCATO

MISURE	RISULTATI ATTESI E INDICATORI (2012)
<p>📁 Migliorare la trasparenza del mercato e del rapporto imprese/consumatori:un sistema territoriale di regolazione del mercato.</p> <p>📁 L'attività sanzionatoria quale funzione per la trasparenza dei comportamenti corretti e conformi alla legge da parte delle PMI</p>	<p>-Redazione di almeno 2 raccomandazioni e/o pareri su clausole inique.</p> <p>-Protocollo di intesa (con almeno 3 associazioni di consumatori, 4 associazioni imprenditoriali e 3 ordini professionali) per rendere disponibili i contratti tipo e i pareri sulle clausole inique, elaborati dal coordinamento Unioncamere (www.contratti-tipo.camcom.it) e favorire la partecipazione dei propri iscritti ad almeno due percorsi formativi per la preparazione ed aggiornamento sulle normative relative ai contratti-tipo..</p> <p>- Costituzione di un sistema di regolazione del mercato nel comune di Reggio al fine di garantire la trasparenza e la correttezza nei rapporti tra le imprese di alcuni settori e ed i loro clienti, eventualmente nel prosieguo esteso al territorio della provincia.</p> <p>-Allineamento al 31 dicembre 2012 tra rapporti ex art.17 l.n.689/1981 e ss.mm.ii pervenuti al 31 dicembre 2011 ed ordinanze emesse ex successivo art.18</p>

BUDGET ASSEGNATO: € 162.500

III.2.2. LA VIGILANZA DEL MERCATO

MISURE	RISULTATI ATTESI E INDICATORI (2012)
<p>📁 Potenziare le attività di vigilanza e controllo sul mercato per accrescere la tutela e la sicurezza del consumatore attraverso la promozione della cultura dell'acquisto legale e sano e il controllo sui metodi della concorrenza.</p> <p>📁 Svolgimento in forma associata delle funzioni di metrologia legale e di vigilanza del mercato</p>	<p>-Promozione del bando di selezione per le Scuole secondarie superiori nell'ambito del Progetto "comunicazione, informazione e educazione del consumatore nel Web": adesione di almeno 3 istituti</p> <p>- Collaborazione con le associazioni territoriali dei consumatori che, a contatto con il pubblico, diano voce, ascolto e soluzioni alle istanze di tutela dei consumatori: bando per il finanziamento di progetti di formazione e informazione, quanto alla cultura consumeristica: finanziamento di almeno 3 progetti .</p> <p>-Campagna " E' un prodotto sicuro? "sulla sicurezza dei prodotti :</p> <p>- n.3 seminari informativi</p> <p>- messaggi radiofonici e televisivi:almeno per tre mesi e attraverso almeno due radio e televisioni a maggiore diffusione nell'ambito provinciale.</p> <p>-Almeno + 30 ispezioni distribuite sulle tre aree della provincia (citta, tirrenica, ionica) in materia di sicurezza dei prodotti e + 1°% dei controlli sulla metrologia legale rispetto al 2011.</p> <p>-Predisposizione di un progetto e di un contratto per l'esercizio in forma strutturale associata, a livello di unione regionale, delle funzioni in materia di metrologia e di vigilanza e controllo del mercato (cfr. Area Strategica IV).</p>

BUDGET ASSEGNATO: € 80.000

⇒ OBIETTIVO STRATEGICO III.3 UN CONTESTO FAVOREVOLE

INDIRIZZO STRATEGICO

Promuovere un contesto ambientale favorevole alle imprese per nascere e svilupparsi e per attrarre investimenti esterni.

Lo sviluppo economico della provincia nasce e si alimenta sul territorio, inteso non solo come spazio fisico in cui si esplica l'attività produttiva, ma anche e soprattutto come spazio economico e relazionale.

Si tratta allora di innescare percorsi virtuosi di sviluppo che coinvolgano dotazioni materiali, la specializzazione produttiva, la qualità della vita, la sostenibilità ambientale, le risorse immateriali

INDICATORI STRATEGICI (TRIENNALI)

1. Almeno 75 le imprese beneficiarie nel triennio 2012-2014 dei percorsi di accompagnamento alla adozione dei sistemi di gestione ambientale, energetica e della responsabilità sociale, certificazione dei “conti”
- 2 Certificazione quale “Impresa legale? Io ci sto!” di almeno 60 imprese
3. N.15 comuni “Paesi per vivere e nei quali investire aderenti al “live in Italy”

PIANI OPERATIVI:

III.3.1. PER UN SISTEMA TERRITORIALE TRASPARENTE, INTEGRO E RESPONSABILE

Educare alla legalità, promuovere l’etica e la responsabilità individuale e collettiva perché la legalità prevalga e si affermi come azione utile e conveniente di lotta contro la criminalità organizzata

MISURE	RISULTATI ATTESI E INDICATORI (2012)
<p>📁 Progetto “Impresa legale e sicurezza partecipata: perché no?” (delibera della G.C. n.63/2011 e determinazione S.G. n. 140/2011)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Istituzione dello sportello della legalità, anche in partenariato con istituzioni ed associazioni impegnate per la legalità: <ul style="list-style-type: none"> -Assistenza ad almeno n.3 imprenditori in difficoltà pre-usura -Promozione di una rete istituzionale per gli imprenditori in difficoltà che colleghi i referenti SUAP (almeno 5) e il servizio SMI ▪ Adozione del modello di governante delle aziende sottratte alla criminalità organizzata secondo il “il progetto legalità di Unioncamere”: <ul style="list-style-type: none"> - Accompagnamento delle n.2 imprese confiscate alle organizzazioni criminali re-immesse nel circuito economico, segnalate da Libera ed Unioncamere <ul style="list-style-type: none"> ▪ Formazione in materia di racket ed usura: <ul style="list-style-type: none"> -almeno 30 neo imprenditori corso di tre giornate - n.1 giornata per tutti confidi ▪ I professionisti avamposto contro la criminalità organizzata: <ul style="list-style-type: none"> - almeno n. 5 ragionieri/ dottori commercialisti aderenti al protocollo ABI/ Unioncamere/ Commercialisti - almeno 30 commercialisti/ragionieri che aderiscano ad un “codice etico” ▪ Fondo per la sicurezza - Esaurimento dell’intero budget 2012 al livello 2011 ▪ P.A. e legalità -Diffusione codice etico degli appalti:almeno 18 comuni - approvazione codice della Camera e sua diffusione per una adozione generalizzata nelle PP.AA. locali <ul style="list-style-type: none"> ▪ Imprese e legalità: <ul style="list-style-type: none"> -Istituzione di un marchio/logo per dare visibilità alle imprese impegnate contro l’elusione, l’evasione, l’abusivismo imprenditoriale. - Adesione al disciplinare di almeno 10 imprese ▪ Informazione, animazione, rete

	<ul style="list-style-type: none"> - Diffusione della ricerca sulla percezione e diffusione della legalità tra i giovani della provincia di Reggio Calabria - Implementazione dell'Osservatorio sull'economia civile - 3 incontri di animazione territoriale su racket, usura e valore dell'impresa legale - Programma di educazione alla legalità nelle scuole, con il coinvolgimento di almeno tre Istituti di istruzione secondaria di 2° grado - Realizzazione di una guida sulla legalità e distribuzione presso 1000 imprese - Forum delle associazioni di promozione della cultura della legalità, antiracket e antiusura, sulle conclusioni della prima indagine dell'Osservatorio sulla legalità
📁 Per reagire alla corruzione	<ul style="list-style-type: none"> - Campagna di comunicazione sui danni per lo sviluppo prodotti dalla corruzione: durata almeno un mese - Convegno sulla trasparenza nelle PP.AA.
📁 La responsabilità sociale dell'impresa	<ul style="list-style-type: none"> - Bando per la raccolta di best practices sui temi della responsabilità sociale d'impresa con la partecipazione di almeno 5 imprese - Accompagnamento di almeno 10 imprese all'implementazione del Social Statement

BUDGET: € 290.000

III.3.2 .LA QUALITA' DELLA VITA COME BARICENTRO DELLO SVILUPPO

Per una società più equa, è fondamentale considerare le possibilità effettive degli individui

(Amartya Kumar Sen, Premio nobel per l'economia 1998)

Oltre il PIL per valutare il progresso della società reggina non solo dal punto di vista economico, ma anche sociale e ambientale. Aiutare gli uomini a capire dove stanno andando, vedere il risultato del proprio lavoro, per valutarne la crescita del benessere .

MISURE	RISULTATI ATTESI E INDICATORI (2012)
📁 Misurare ed valutare il benessere per comprendere cosa conta effettivamente per i reggini	<ul style="list-style-type: none"> -Elaborazione di un primo rapporto per misurare il benessere equo e solidale della provincia, che integri l'indicatore dell'attività economica, il Pil, con altri indicatori, ivi compresi quelli relativi alle diseguglianze (non solo di reddito) e alla sostenibilità economica, sociale e ambientale -Definizione di un sistema di indicatori multilivello di misurazione del benessere dei territori comunali legati alla qualità della vita
📁 Per promuovere una politica per i territori che valorizzi la piccola dimensione di alta qualità, tradizione e innovazione che, a dispetto delle medie nazionali e settoriali, definita	-Avvio del progetto "live in Italy dell' AISLO per esaltare le eccellenze delle piccole realtà territoriali della provincia..

'periferia' ma ha, invece, grandi vitalità da cui ri-partire e potenzialità da sfruttare, per attraversare la crisi.	
--	--

BUDGET: € 40.000

III.3.3.LA FORMAZIONE

La Commissione europea ha presentato un documento dal titolo significativo, “Verso una ripresa foriera di occupazione”, il cui scopo dichiarato è individuare i settori strategici nei quali investire per creare posti di lavoro e così evitare il rischio di “jobless recovery” ovvero un miglioramento dell’attuale quadro di recessione, non accompagnato però da prospettive di ingresso nel mercato del lavoro dei 23 milioni di inattivi che conta oggi il continente .Tra gli altri la Commissione riconosce l’importanza agli investimenti nelle risorse umane e nello sviluppo delle competenze.

MISURE	RISULTATI ATTESI E INDICATORI (2012)
Investire sulla formazione: strategia per la crescita Indirizzare i giovani verso i percorsi formativi che abbiano i migliori sbocchi occupazionali	Predisposizione del catalogo della formazione 2012 Camera/A.S. Informa ⇒ Realizzazione di percorsi laboratoriali per gli studenti degli istituti tecnici e professionali, da avviare a scuola e sviluppare nelle imprese, coadiuvati dai propri docenti: almeno 3 scuole (città, area tirrenica, area Jonica);
<p>📁 Indirizzare i giovani verso i percorsi formativi che abbiano i migliori sbocchi occupazionali potenziamento del legame tra scuola e sistemi produttivi del territorio.</p> <p>📁 Far crescere la professionalità degli imprenditori e dipendenti da imprese: la formazione continua</p>	⇒ Organizzazione di seminari trimestrali sulle dinamiche del mercato del lavoro in coincidenza con le rilevazioni Excelsior e n. 3 seminari di orientamento sulle nuove professioni nel corso dei quali indagare l’interesse dei partecipanti per far seguire dei corsi di formazione di sicuro interesse sulle nuove professioni, sulle nuove imprese che hanno riscosso il consenso sulle nuove professioni richieste dalle imprese più innovative; ⇒ Promuovere “Universitas Mercatorum”: incontro di metà anno per fornire informazioni sul funzionamento e l’offerta formativa: acquisire almeno n. 3 iscrizioni incentivate da borse di studio ⇒ Corso per Esperto in commercio estero: n. 15 partecipanti (cfr. piano operativo Internazionalizzazione - Programma Mediterraneo) ⇒ Bando che incentivi la partecipazione a percorsi formativi organizzati da associazioni di categoria riconosciute e loro società di servizi, aziende speciali delle Camere di Commercio, altre imprese

BUDGET: € 210.000 (di cui € 30.000 budget IN.FORMA.)

III.3.4 LA SOSTENIBILITA’

AMBIENTE ED ENERGIA (SBA-IX. Permettere alle PMI di trasformare le sfide ambientali in opportunità)

Per fare dello sviluppo sostenibile e della green economy un modello di competitività e crescita del sistema economico e di attrattività del territorio per rafforzare il ruolo della Camera di Commercio come soggetto di riferimento a livello territoriale, anche sulle tematiche inerenti la gestione ambientale (normativa, misure, incentivi e possibilità d'intervento in materia ambientale

MISURE	RISULTATI ATTESI E INDICATORI (2012)
<p>📁 Promuovere l'efficienza energetica e il risparmio dell'energia promuovendo azioni di sostenibilità energetico - ambientale nell'ambito dello svolgimento delle attività economiche.</p> <p>📁 Supportare le imprese nell'adeguamento agli adempimenti previsti dalla normativa cogente e incentivare lo sviluppo di sistemi di gestione ambientale (e/o di sistemi di gestione integrati ambiente/energia, anche in considerazione delle azioni previste dal prototipo <i>Trasferimento tecnologico, innovazione delle filiere produttive e sviluppo sostenibile – linea Green economy</i>) in ambito volontario.</p> <p>📁 Promuovere la conoscenza e monitorare il mercato del lavoro sui profili professionali emergenti dalla green economy</p> <p>📁 Diffondere il Patto dei Presidenti Camerali cui la Camera ha aderito con delibera Giunta Camerale n. 49 del 6/6/2011</p>	<p>⇒ Facilitare l'accesso delle imprese alle informazioni ambientali ed energetiche: sportello ambiente/energia di INFORMA, fisico e virtuale: almeno 300 contatti nell'anno;</p> <p>⇒ Sensibilizzare le imprese sul tema del risparmio energetico, supportandole nella valutazione dei potenziali di risparmio di energia e nell'ottimizzazione dei contratti di fornitura: almeno 30 check up</p> <p>⇒ Fornire alle imprese misure di assistenza tecnica mirate ad identificare gli aspetti ambientali significativi: almeno 30 audit</p> <p>⇒ Finanziamento di almeno 30 piani di miglioramento dell'efficienza energetica, di qualificazione ed innovazione in campo ambientale delle imprese della provincia.</p> <p>⇒ Fornire alle imprese un quadro sulle opportunità derivanti dall'applicazione di strumenti volontari in materia ambientale, attraverso la definizione di metodologie e la realizzazione di strumenti, attraverso specifici bandi di incentivazione finanziaria</p> <p>⇒ Utilizzare i seminari di cui alla precedente "Formazione"</p> <p>⇒ Favorire le opportunità offerte dall'ISPRA in tema di stage e tirocini di formazione ambientale di studenti e laureati annualmente accolti nelle sue strutture.</p> <p>⇒ Attivare un protocollo con al Camera e qualche Comune per azioni concrete di attualizzazione del patto</p>

BUDGET: € 123.753,28 (di cui € 13.753,28)

III.3.5 LE INFRASTRUTTURE

“ Se l'Impresa è chiamata a rinascere ,per svilupparsi, sotto il segno delle idee, della creatività, della cultura, dell'innovazione e della sostenibilità, il territorio deve accompagnarla fornendo un contesto metropolitano dotato di tutti i servizi di eccellenza che la possa aiutare a competere sui mercati internazionali

MISURE	RISULTATI ATTESI E INDICATORI (2012)
<p>📁 Accreditarla Camera non solo da soggetto investitore ma referente istituzionale per la raccolta, progettazione e proiezione delle esigenze infrastrutturali del territorio che si compendiano in un sistema di trasporti metropolitano, l'Alta Velocità, una infrastrutturazione</p>	<p>⇒ Aggiornamento dell'osservatorio trasporti e suo ampliamento alla logistica.</p> <p>⇒ Sperimentazione di un partenariato attorno ai risultati dell'osservatorio ai fini della concertazione tra i diversi attori locali e i vari livelli di governo anche per</p>

digitale a Banda Larga, Gioia Tauro presenza attiva nei corridoi UE	<p>quanto all'infrastrutturazione di banda larga e ultra larga E allo sfruttamento dei servizi che questa rende disponibili..</p> <p>⇒ Almeno una iniziativa di approfondimento sul tema degli strumenti del project financing e del leasing in costruendo</p> <p>⇒ Contribuire alla realizzazione della "Piattaforma digitale del Mezzogiorno" in corso di implementazione tra Unioncamere Sicilia e Retecamere</p>
---	--

BUDGET IN.FORMA.: € 4.059,76

III.3.6.LA CSR

La Responsabilità sociale delle imprese (CSR)	<p>⇒ Workshop sul tema "Responsabilità sociale e competitività: la RSI fa bene al mercato" nel corso del quale presentare lo strumento del <i>Social Statement</i> ::coinvolgimento di almeno 15 imprese e n. 3 associazioni imprenditoriali</p> <p>⇒ Bando per la raccolta di Best practices sui temi della responsabilità sociale d'impresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - seminari di presentazione da ripetere in città, sulla costa jonica, sulla costa tirrenica; - adesione al bando di almeno 5
---	--

BUDGET: € 20.000

⇒ OBIETTIVO STRATEGICO III.4 RILANCIARE LA PRODUTTIVITA' E LA COMPETITIVITA' DEL SISTEMA TERRITORIALE DELLE IMPRESE

INDICATORI STRATEGICI (TRIENNALI)

1. Incremento di almeno il 30% nel triennio 2012-2014 rispetto al triennio 2009/2011, del numero di soggetti coinvolti nelle iniziative a favore dell'innovazione, dell'internazionalizzazione, del credito e dello sviluppo del capitale umano
2. Processi di innovazione, internazionalizzazione, finanza innovativa, assunzione di laureati attivati da almeno 50 imprese
3. Creazione di un sistema territoriale di rete integrato Camere di Commercio, scuole, associazioni imprenditoriali, imprese, finalizzato alla istituzionalizzazione di un modello di apprendimento in alternanza scuola-lavoro: coinvolgimento di almeno 15 scuole e 15 imprese anche dell'area ionica e tirrenica.
4. Sperimentazione della figura del "tutor interaziendale" nell'alternanza scuola-lavoro
5. Realizzazione delle iniziative seminariali, di formazione ed assistenza anche delocalizzate sul territorio delle due macroaree (ionica e tirrenica) avvalendosi della collaborazione delle associazioni attive sul territorio
6. Assistere nel triennio 2012-2014 almeno 30 PMI con un *temporary manager*
7. Attivazione della rete negozi di vicinato, ristoranti, laboratori artigiani sulla promozione e commercializzazione delle produzioni tipiche locali .

8. Soddisfazione dei partecipanti alle iniziative seminariali, di formazione, meramente informative che verranno realizzate nell'ambito dell'Area, sia della Camera che delle Aziende Speciali, da misurare sulla base di un questionario strutturato che preveda anche la possibilità che i partecipanti esprimano oltre che il gradimento anche suggerimenti, valutazioni: valutazione negativa non superiore al 25%.
9. Incremento di almeno il 30% nel triennio 2011-2013 rispetto al triennio 2008/2010, del numero di soggetti coinvolti nelle iniziative in tema di turismo, artigianato, agroalimentare.
10. Studio monografico sull' "economia del mare" e analisi sull'andamento dei settori che costituiscono la filiera.
11. Realizzazione del progetto sulla valorizzazione della filiera del legno.

PIANI OPERATIVI

III.4.1. LE POLITICHE FATTORIALI

Elevare il livello della competitività passa, soprattutto, attraverso l'adozione di processi innovativi la cui efficacia si coglie, a livello macro, attraverso la verifica della capacità del sistema di orientarsi verso produzioni nuove, verosimilmente a maggiore contenuto di valore aggiunto ma anche a confrontarsi sempre più con la competizione globale dove un ruolo fondamentale è oggi giocato dai "nuovi entrati" e, a livello micro, attraverso comportamenti di impresa volti ad inserire, all'interno dei processi produttivi, forme diverse di innovazione (che consentano di produrre meglio gli stessi prodotti o di produrne di nuovi. In questo ambito occorre, inoltre, non dimenticare che, in un sistema di micro e piccole imprese, l'innovazione passa anche attraverso i processi di natimortalità, attraverso cioè la cessazione di attività delle imprese più marginali e la nascita di nuove imprese orientate su nuove produzioni e i processi di finanziarizzazione

III.4.1.1- PROMUOVERE E SOSTENERE L'INNOVAZIONE, INCORAGGIARE E SOSTENERE LA NASCITA E LO START-UP DI IMPRESE INNOVATIVE

La Camera: broker, promoter e laboratorio dell'innovazione .

“Il progresso tecnologico è il risultato di un intero sistema, non di un singolo ingranaggio”

MISURE	Risultati attesi ed indicatori (2012)
--------	---------------------------------------

<p>📁 Costruzione di un sistema dell'innovazione a rete (Innovation networking) Camera/Università/Imprese che supporti la realizzazione di progetti di innovazione e favorisca l'inserimento lavorativo di laureati</p>	<p>⇒ Avvio di progetti di innovazione di 4 imprese che coinvolgano altrettanti laureati (innovation promoter) affiancati da esperti senior, per tentare anche un'evoluzione strutturale verso i "promotori dell'innovazione", nuove figure professionali che offrano alle imprese l'opportunità di rendere possibili percorsi innovativi non ancora intrapresi: un progetto sinergico università/ sistema imprenditoriale/ sistema camerale da offrire alla Regione quale apporto alle strategie dei FSE</p> <p>⇒ Realizzazione di 5 seminari con la Scuola di Dottorato dell'Università Mediterranea sui temi della valorizzazione economica della ricerca</p> <p>⇒ Partenariato con l'Università Mediterranea per sperimentare e sviluppare le tesi di dottorato presso le imprese: finanziamento attraverso n. 5 borse di studio post-doc</p> <p>⇒ Piano di fattibilità di un centro locale di innovazione o centro di incubazione per l'innovazione: un'idea da sviluppare tra Camera/ AS.Informa/ Università/ ASIREG e Atlante Ventures Mezzogiorno</p>
<p>📁 Riaccreditamento delle funzioni di ricerca/innovazione della Stazione Sperimentale Essenze e Derivati Agrumari ,oggi Azienda Speciale della Camera</p>	<p>⇒ Progettazione e avvio del recupero della funzionalità del campo sperimentale della Stazione (comunemente definito Orto Botanico) un quale punto di riferimento per gli studi su essenze floreali e piante officinali</p> <p>⇒ Attivazione di tutti i laboratori dismessi ovvero obsoleti</p>
<p>📁 Potenziamento del club delle imprese innovative</p>	<p>⇒ Aumento a n. 20 delle imprese innovative aderenti (oggi 15) e a n.10 le imprese internazionalizzate</p> <p>⇒ Realizzazione n. 3 incontri del Club su tematiche relative all'innovazione</p>
<p>📁 Incentivazione finanziaria dei processi di innovazione</p>	<p>⇒ Utilizzo di almeno l'80% delle risorse finalizzate ai bandi per l'introduzione di processi di innovazione</p>

<p>📁 Promozione della cultura dell'innovazione e valorizzare le buone pratiche</p>	<p>⇒ Attribuzione di n 3 premi dell'innovazione ⇒ Analisi delle variabili economiche delle imprese "top" della provincia: analisi di n. 300 imprese, e realizzazione di un focus sulle imprese che potrebbero essere oggetto di investimento da parte di un operatore nel capitale di rischio ⇒ Attività seminariale e formativa: un ciclo di seminari sui temi Perché innovare, come innovare, quali supporti all'innovazione per la micro impresa. Coinvolgimento di almeno 15 imprese ⇒ Realizzazione della IX edizione del Forum dell'innovazione "Manfredo Golfieri"</p>
<p>📁 Supporto tecnico di INFORMA all'attività brevettuale e alla promozione e deposito dei marchi</p>	<p>⇒ Attivazione di una convenzione con l'Ordine dei consulenti in Proprietà industriale, per l'assistenza tecnica e legale da parte dei Mandatari ai depositanti della provincia: INFORMA, sulla base di un pre-audit, fornirà le informazioni preliminari e coordinerà gli incontri one-to-one tra consulenti e clienti ⇒ Continuità e promozione della vetrina delle tecnologie ⇒ Assistenza ad almeno il 50% dei depositanti marchi ⇒ Assistenza ad almeno il 70% dei proponenti brevetti che poi depositano e ad almeno altri 5 che - proprio sui risultati della non brevettabilità della loro invenzione, conseguiti proprio all'assistenza - non ne effettuano il deposito</p>
<p>📁 Trasferimento tecnologico per sviluppare le potenzialità di innovazione che stimolino i percorsi di crescita e di sviluppo delle PMI</p>	<p>⇒ Attuazione di almeno 3 partenariati A.S. Informa/ Camera/ Università- Imprese su progetti di ricerca funzionali a bisogni aziendali di innovazione da individuare a mezzo bando ⇒ Almeno 20 interventi consulenziali (audit/ check up tecnologici organizzativi) gratuiti per le imprese beneficiarie, a carico dell'Azienda speciale Informa, svolte da esperti professionisti selezionati da Informa che si avvarrà di Dintec</p>
<p>📁 Programma SMI – Servizio Manager nelle imprese</p>	<p>- Bando per il finanziamento dei servizi manageriali del programma SMI – Servizi manageriali nelle imprese: coinvolgimento di 10 imprese - Attivazione di una convenzione con Manageritalia/ Federmanager: definizione di un catalogo dei servizi e di un repertorio di almeno 15 manager</p>

<p>📁 Creazione di imprese innovative</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Completamento del percorso di mentoring di idee innovative avviato nel 2011 con assistenza di 4 proponenti/ gruppi; creazione di almeno 2 imprese innovative grazie all'assistenza della Camera - Creazione di 2 imprese innovative attraverso il bando per la creazione di nuove imprese per favorire l'occupazione giovanile (cfr. misura Capitale umano e imprenditorialità) - Fondo creatività: premiazione di n. 3 imprese a forte contenuto creativo
<p>Programma "Iniziative e ricette per uscire dalla crisi attraverso l'innovazione e il design"</p>	<p>Organizzazione di un ciclo di incontri (3 gg) per la diffusione di conoscenze per l'innovazione basata su metodologie e processi mutuati dal design, per il comparto manifatturiero. Implementazione di una prima assistenza tecnica volta al trasferimento di conoscenze e processi innovativi. Coinvolgimento di almeno 2 imprese.</p> <p>Le imprese incontrano il design: una giornata in cui le imprese incontrano i designer: partecipazione di almeno 15 imprese e 3 designer</p>
<p>Programma branding</p>	<p>⇒ Avvio di un percorso formativo che promuova la politica aziendale del brand e fornisca strumenti per la costruzione dell'immagine di marca (almeno 15 destinatari)</p>

III.4.1.1.a - PROMUOVERE E SOSTENERE L'INTEGRAZIONE DELLE IMPRESE

*"Per andare più lontano,
per essere più efficienti"*

Per superare lo strutturalismo nanismo imprenditoriale e consentire alle PMI di raggiungere la massa critica per realizzare innovazioni, controllare i mercati di approvvigionamento e di sbocco, per un rating bancario positivo

MISURE	Risultati attesi ed indicatori (2012)
<p>L'aggregazione di imprese come fattore di competitività</p>	<p>⇒ Valorizzare a livello territoriale i protocolli d'intesa di Unioncamere (Confindustria, Retimpresa Italia, Confapi, Alleanza delle cooperative italiane) per realizzare almeno due iniziative comuni di promozione delle reti di impresa</p> <p>⇒ mettere a punto una manualistica per la costituzione e gestione delle reti di imprese e del relativo contratto di rete Realizzazione di n. 2 seminari sulle reti di impresa</p> <p>⇒ Supporto alla predisposizione di studi di fattibilità e assistenza alla creazione o al consolidamento delle reti tra almeno 15 imprese</p> <p>⇒ Definizione di un modello di autovalutazione delle reti di impresa e sperimentazione presso n. 1 rete già costituita</p>

	⇒ Bando per la creazione di aggregazioni di imprese soprattutto di filiera ⇒ Servizio sperimentale di incontri tematici sul valore della rete tra professionisti ed imprenditori
--	---

BUDGET ASSEGNATO: € 550.561,31 (di cui budget IN.FORM.A. € 46.561,31)

III.4.1.2 - INTERNAZIONALIZZAZIONE. ACCOMPAGNARE LE IMPRESE SUI MERCATI INTERNAZIONALI

Dalla improvvisazione alla strategia

*La Camera: laboratorio di internazionalizzazione.
Insieme nel Mediterraneo*

MISURE

Risultati attesi ed indicatori (2012)

☞ Potenziare i servizi informativi e di formazione alle imprese sulle tematiche dell'internazionalizzazione	⇒ Realizzazione di un ciclo di n. 3 seminari sulle tematiche dell'internazionalizzazione e/o seminari Paese che prevedano anche un colloquio personalizzato su quesiti aziendali: partecipazione di 30 imprese ⇒ Erogazione di servizi di informazione/assistenza diretta ad almeno 20 imprese ed indiretta ad almeno 100 imprese, in coerenza con la Comunicazione UE "Piccole imprese, grande mondo - un nuovo partenariato per aiutare le PMI a cogliere le opportunità globali"
☞ Per conoscere e monitorare le imprese internazionalizzate, il grado/ target dell'internazionalizzazione	⇒ Completamento dell'Osservatorio sull'internazionalizzazione, comprensivo di una mappatura di almeno 30 imprese ⇒ Attivazione del Club per l'Export con adesione di almeno 10 imprese
☞ Per un percorso di internazionalizzazione che supporti la realizzazione di progetti e favorisca l'inserimento lavorativo di laureati e la qualificazione del capitale umano aziendale	⇒ Completamento di progetti di internazionalizzazione di 3 imprese che coinvolgano altrettanti laureati (export promoter) affiancati da esperti senior ⇒ Bando per la presentazione di proposte progettuali cui destinare un pacchetto di servizi (Temporary Export Manager/SMI, Stagista, corsi di formazione) che guidi le imprese in un percorso strutturato sui mercati esteri. ⇒ Bando per incentivare l'apprendimento di lingue estere da parte degli imprenditori e quadri aziendali: finanziamento di 15 imprese
☞ Accompagnare le imprese su mercati esteri attraverso iniziative di promozione dei prodotti locali sui mercati esteri, in collaborazione con la rete camerale e nell'ambito delle iniziative di sistema (missioni e fiere)	⇒ Completamento progetto di promozione su circuiti ristorativi/distributivi di Svizzera - Francia - Germania ⇒ Missioni geografiche, di filiera e le fiere: partecipazione di almeno 15 aziende alle missioni di sistema Unioncamere ed ad iniziative dell'Unione regionale e/o di Regione ed Enti locali

<p>📁 Innovare gli strumenti di vendita nei mercati esteri</p> <p>📁 Le reti di impresa come leva per l'export</p>	<p>⇒ Coinvolgimento di 10 imprese nei servizi informativi e di assistenza previsti dal Protocollo d'intesa con la Camera di Commercio italiana in Australia</p> <p>⇒ Intervento di formazione ed accompagnamento delle imprese interessate a sviluppare sui mercati esteri gli strumenti di web marketing ed e-commerce: almeno 5 imprese</p> <p>⇒ Incentivi ad aggregazioni di imprese per la realizzazione di iniziative di promozione sui mercati esteri</p> <p>⇒ la redazione di uno studio di fattibilità in collaborazione con gli esperti SMI per l'accesso ai mercati esteri di forme aggregate di imprese.</p>
<p>📁 Progetto Mediterraneo</p>	<p>⇒ Costituzione di un laboratorio per la sostenibilità delle costruzioni nel Mediterraneo: coinvolgimento di almeno 5 partners italiani ed esteri</p> <p>⇒ Istituzione della Mediterranean Business School: definizione del "business plan" e realizzazione del partenariato</p> <p>⇒ Realizzazione di un corso di commercio estero per neolaureati: avvio della formazione d'aula di n. 15 partecipanti (cfr. piano operativo Formazione)</p>
<p>📁 Promozione delle imprese locali sui mercati nazionali ed esteri</p>	<p>⇒ Bando per la partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali, con la partecipazione di almeno 10 imprese</p> <p>⇒ Sostegno alla partecipazione delle imprese reggine al programma fieristico di Unioncamere Calabria per almeno 2 manifestazioni di rilievo nazionale o internazionale</p>

BUDGET ASSEGNATO: € 364.000

III.4.1.3 - UN CREDITO PIU' ACCESSIBILE PER LE IMPRESE

Dal miglioramento della funzione finanziaria nelle micro imprese per un'alleanza banche/imprese nel superare la crisi

La Camera: facilitatore e garante dell'utilizzo da parte delle imprese locali degli strumenti che agevolino le imprese nel reperimento dei capitali e nell'accesso al credito

MISURE**Risultati attesi ed indicatori (2012)**

<p>📁 Monitoraggio del mercato del credito</p>	<p>⇒ Completamento dell'”Osservatorio del credito” che analizzi in particolare il sistema finanziario locale, con focus sulle imprese ed uno sulle famiglie</p> <p>⇒ Monitoraggio del credito crunch: l’elaborazione di un modello di rilevazione del fenomeno di <i>credit crunch</i> focalizzato sulla componente <i>price</i>, ossia sulle condizioni economiche di accesso al credito (tassi di interesse e commissioni applicate).</p>
<p>📁 Per attrezzare le imprese sul rating richiesto da Basilea 2 e nella prospettiva di Basilea 3</p> <p>📁 Implementazione a livello locale del protocollo Assoconfidi/Unioncamere</p> <p>📁 Accesso al credito bancario convenzionato e al microcredito</p> <p>📁 Promozione dell’utilizzo del fondo di garanzia</p>	<p>⇒ Predisposizione e diffusione di una newsletter ad almeno 500 imprese ed assistenza informativa ad almeno 80 imprese</p> <p>⇒ Bandi per incentivi finanziari alla realizzazione di check up funzionali all’ottenimento del rating e per la capitalizzazione delle cooperative sociali: utilizzo di almeno l’80% dei fondi dedicati e coinvolgimento di 25 imprese</p> <p>⇒ Adesione di almeno n. 5 commercialisti per le attività in sede locale di cui al Protocollo d’intesa tra ABI, Commercialisti e Unioncamere per migliorare la relazione banca-impresa e la capacità di credito delle piccole e microimprese</p> <p>⇒ Servizio di assistenza finanziaria a micro e piccole imprese (anche nell’ambito del progetto S.M.I.): coinvolgimento di almeno 10 imprese</p> <p>⇒ Interventi a favore dei Confidi: sostegno in conto interessi, sostegno in conto garanzia, rafforzamento patrimoniale, rafforzamento strutturale e organizzativo</p> <p>⇒ Realizzazione di una campagna promozionale congiunta per promuovere gli strumenti di credito agevolato e microcredito attivati dalla Camera: utilizzo di almeno il 75% delle risorse investite</p> <p>⇒ Interventi per incentivare l’utilizzo del fondo PMI: piani formativi, campagna informativa con il risultato verificato di utilizzo allo stato inesistente</p>

<p>☞ Per far fronte al collasso di liquidità in cui si ritrovano le imprese, soprattutto quelle operante nel settore dei lavori pubblici, a causa dei ritardi nei pagamenti da parte della PA.</p>	<p>- Attivazione di un Fondo rotativo che valga a sbloccare a favore delle micro e piccole imprese i crediti certi ed esigibili che vantano verso la P.A., con particolare attenzione alle imprese del settore edile: adesione di almeno un istituto bancario e coinvolgimento di almeno 2 P.A.</p>
--	---

BUDGET ASSEGNATO: € 356.000

III.4.1.4 - CAPITALE UMANO E IMPRENDITORIALITÀ

L'investimento sul capitale umano per migliorare la produttività per una nuova generazione di imprenditori, fattore di crescita sociale e di

sviluppo economico

La Camera: laboratorio territoriale per il raccordo tra domanda e offerta di formazione e lavoro, per imprese nuove

MISURE	Risultati attesi ed indicatori (2012)
<p>☞ Programma per la creazione di nuove imprese</p>	<p>⇒ Pubblicazione di un bando per la creazione di nuova imprenditorialità: assistenza a 6 proponenti e creazione di 6 nuove imprese (cfr. supra misura per creazione di imprese innovative)</p> <p>⇒ Bando per contribuire a combattere la disoccupazione e favorire la creazione di nuovi posti di lavoro, sostenendone la diffusione di cultura imprenditoriale e la creazione di nuove imprese attraverso la messa a punto di un "sistema di servizi ed aiuti economici integrati a filiera"</p>
<p>☞ Scuola, lavoro e impresa: investire sui giovani attraverso l'orientamento al mercato del lavoro e lo sviluppo della cultura d'impresa.</p>	<p>⇒ Diffusione della mappatura delle opportunità imprenditoriali e dei profili professionali</p> <p>⇒ n. 1 Evento sulle previsioni occupazionali 2012 da indagine dell'Osservatorio Excelsior</p> <p>⇒ Realizzazione di n. 3 percorsi guidati scuola/lavoro/impresa, di cui:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1 di orientamento agli studi che coinvolga almeno n.4 scuole della Media Inferiore • 1 di orientamento al mondo del lavoro che coinvolga almeno n. 35 giovani in cerca di occupazione • 1 di orientamento al mondo dell'impresa che coinvolga almeno 30 portatori di idee imprenditoriali

<p>📁 Alternanza –scuola lavoro</p>	<p>⇒ Formazione di tutor scolastici ed aziendali attraverso il coinvolgimento di almeno 5 scuole e 5 imprese di cui almeno 1 nell'area jonica ed 1 nell'area tirrenica</p> <p>⇒ Programma “Stage innovativi”:</p> <ul style="list-style-type: none"> • creazione di un data-base stagisti/aspiranti stagisti e imprese • stipula di almeno n.3 convenzioni con imprese che riconoscano un rimborso minimo obbligatorio agli stagisti, integrato da una quota camerale e che a fine stage rilascino un attestato delle capacità e competenze • bando per incentivi finanziari a favore delle imprese che assumano gli stagisti: almeno tre imprese <p>⇒ Attivazione di stage in contesti lavorativi internazionali per almeno 1 scuola.</p> <p>⇒ Progettazione di un percorso per il reclutamento di un “tutor interaziendale” nell'alternanza scuola-lavoro</p> <p>⇒ Manifestazione che coinvolga almeno 200 giovani sui temi: scuola lavoro - imprese</p>
------------------------------------	---

<p>📁 Crescita quali quantitativa dell'imprenditorialità, in un contesto favorevole</p>	<p>⇒ Sviluppo sul sito web di un servizio nuove imprese, che consenta l'interattività on line lungo un percorso che va dall'orientamento, all'avvio dell'attività, alla gestione della fase di start up Registrazione ed accesso ai servizi da parte di almeno 10 utenti.</p> <p>⇒ Iniziative per l'occupazione e la nascita di nuove imprese:</p> <ul style="list-style-type: none"> -bando per l'insediamento nei centri storici di attività di commercio, artigianato artistico e somministrazione, impegno del 70% delle risorse; -bando per la stabilizzazione dei giovani in cerca di occupazione a vario titolo presenti in azienda e assunzione di giovani laureati e diplomati, impegno del 70% delle risorse; bando per l'attivazione di tirocini formativi di giovani, laureati e diplomati, impegno del 70% delle risorse <p>⇒ Realizzazione dell'iniziativa "Job shadow" (Lavoro ombra) un giorno per 30 studenti delle scuole superiori affiancano un lavoratore seguendone tutte le attività</p> <p>⇒ Progetto di formazione imprenditoriale "A scuola d'impresa, finalizzato ad incoraggiare lo spirito imprenditoriale tra studenti e non, promuovendo la mentalità più adatta, la consapevolezza delle occasioni offerte dalla carriera autonoma e le capacità professionali:</p> <p>⇒ N. 3 eventi (in città, area ionica, area tirrenica) che coinvolgano in media 50 partecipanti.</p> <p>⇒ N. 3 incontri formativi per imprenditori sui temi critici della gestione d' impresa ,sulla base delle risultanze delle analisi dei manager del progetto SMI</p> <p>⇒ Attivazione di una collaborazione con "Universitas Mercatorum" per azioni formative e-learning destinati ad imprenditori,quadri,lavoratori occupati nelle imprese</p> <p>⇒ Bando per la concessione di borse di studio a favore di addetti delle imprese della provincia di Reggio Calabria: iscrizione di n. 3 alunni incentivata da borse di studio (cfr. piano operativo Formazione)</p> <p>⇒ Operatività del Comitato per l'imprenditorialità sociale istituito con delibera G.C. n. 106 del 28/12/2011 e del protocollo d'intesa Unioncamere/Forum Terzo Settore</p>
<p>📁 L'altra economia: un modello di sviluppo territoriale fondato sull'<i>alleanza</i> tra i due principali attori: sistemi produttivi di PMI e le imprese per diffondere i principi dell'altra economia</p>	<p>⇒ Implementazione dell'osservatorio dell'economia civile</p> <p>⇒ Iniziativa in conto abbattimento tassi per operazioni di patrimonializzazione aziendale: n.5 imprese sociali e/o cooperative sociali</p> <p>⇒ Sperimentazione di nuovi approcci, metodologie e strumenti per la diffusione della cultura manageriale alle organizzazioni di Terzo Settore</p> <p>⇒ Incentivi finanziari per la creazione di nuove imprese sociali</p> <p>⇒ Operatività del Comitato per l'imprenditoria femminile</p> <p>⇒ Inserimento della premialità per l'imprenditoria femminile nei vari bandi</p>
<p>📁 Promuovere l'imprenditorialità femminile</p>	<p>⇒ Premio "Impresa donna"</p>

	<p>⇒ Evento pubblico “SBA, statuto delle imprese:il valore delle nostre micro e piccole imprese: ⇒ Istituzione dei premi: -I benemeriti del lavoro -Reggio Produttiva</p>
--	---

BUDGET ASSEGNATO: € 444.323,44 (di cui budget IN.FORM.A. € 24.323,44)

PIANI OPERATIVI

III.4.2 LE POLITICHE SETTORIALI

Per rafforzare la specializzazione produttiva, valorizzare le eccellenze produttive locali nell'ambito della più ampia promozione del "Made in Italy mediterraneo".

III.4.2.1 TURISMO.

Dal turismo quale prodotto al turismo quale sistema di ospitalità

La Camera: promotore di un sistema territoriale del turismo, per un processo permanente di qualificazione di una offerta competitiva

MISURE

Risultati attesi ed indicatori (2012)

<p>📁 Promozione e mantenimento del Marchio Ospitalità Italiana</p> <p>📁 La conoscenza del fenomeno turistico</p> <p>📁 Per promuovere l'innovazione nel settore: dai processi ai prodotti alla commercializzazione dell'offerta (Laboratorio per l'innovazione)</p> <p>📁 Promozione dell'offerta</p>	<p>⇒ Certificazione delle imprese di settore: aumento di almeno il 5% rispetto al 2011</p> <p>⇒ Implementazione del marchio Ospitalità Calabria complementare al marchio Ospitalità Italiana</p> <p>⇒ Osservatorio del turismo: analisi congiunturale e rapporto annuale; analisi sui fenomeni turistici legati alle seconde case; fruizione e soddisfazione dei turisti legate agli eventi culturali del territorio: almeno un incontro tra i soggetti più rappresentativi del "sistema" per la presentazione delle risultanze</p> <p>⇒ Studio su potenziali distretti turistici ricettivi</p> <p>⇒ Perché e come innovare: percorso di una giornata per operatori del settore che dia seguito alle risultanze del forum dell'innovazione 2010 dedicato appunto al turismo: coinvolgimento di almeno 20 operatori</p> <p>⇒ Bando per il finanziamento di progetti incoming rivolti alla commercializzazione dell'offerta turistica: almeno 1 progetto</p> <p>⇒ Bando a sostegno di iniziative finalizzate allo sviluppo locale ed all'incentivazione del turismo attivo e culturale: utilizzo dell'80% dei fondi</p>
---	---

BUDGET ASSEGNATO: € 112.000

III.4.2.2 COMMERCIO.

Il commercio, servizio di prossimità, per la riqualificazione delle aree urbane e l'animazione del territorio

La Camera: promotore di nuovi modelli di business che rafforzino il legame commercio città/territorio

MISURE

Risultati attesi ed indicatori (2012)

<p>☞ Per promuovere il legame commercio/città –territorio</p>	<p>⇒ Nuova edizione del bando che incentivi la costituzione di centri commerciali naturali o di altra forma aggregativa funzionale a valorizzare i centri storici e i centri urbani minori :utilizzo di almeno il 70% delle risorse da bando. ⇒ Bando per l'insediamento nei centri storici di attività di commercio, artigianato artistico e somministrazione, impegno del 70% delle risorse;</p>
<p>☞ Per la creazione di “Negozi multi servizio”: attività commerciali di prossimità per la vendita al dettaglio di beni alimentari e di prima necessità, nonché di prodotti tipici del territorio (alimentari e non), con superficie commerciale fino a un massimo di 200 mq. Accanto ai prodotti base, secondo un modello multiservizio, integrano alcune attività di servizio, di mercato e non, svolgendo anche il ruolo di “terminali” della Pubblica Amministrazione sul territorio.</p>	<p>⇒Bando per l'erogazione di finanziamenti per l'apertura di negozi multiservizio</p>
<p>☞ Attivazione di una rete tra negozi di vicinato, ristoranti, laboratori artigiani sulla promozione e commercializzazione delle produzioni tipiche locali.</p>	<p>⇒Manifestazione di interesse con il coinvolgimento delle associazioni più rappresentative delle categorie commerciali e artigiane e concertazione dei contenuti, finalità e azioni del programma, prevedendo anche la partecipazione di almeno un ente locale (Azione di riferimento anche per l'agroalimentare).</p>

BUDGET ASSEGNATO: € 100.000

III.4.2.3 EDILIZIA.

Promuovere L'innovazione, migliorare la produttività per superare il limite dimensionale sui mercati

La Camera: per supportare la sostenibilità, l'innovazione, la competitività dell'industria delle costruzioni.

MISURE

Risultati attesi ed indicatori (2012)

☞ Per l'innovazione e l'aggregazione	⇒ Perché e come innovare - percorso di una giornata per operatori del settore in partenariato con l'Università Mediterranea: coinvolgimento di almeno 15 imprese ⇒ Percorso formativo di almeno due giornate per la qualificazione delle figure professionali, per l'innovazione e per la promozione della sostenibilità nell'edilizia, in collaborazione con l'Università Mediterranea: almeno 10 partecipanti ⇒ Bando per promuovere la competitività del settore attraverso il sostegno di proposte di aggregazione tra le imprese della filiera
☞ Per far fronte alla crisi di liquidità e alla stretta creditizia	⇒ Bando per l'erogazione dei contributi camerali in favore delle imprese del settore edile che hanno smobilizzato i crediti vantati nei confronti della PA mediante la cessione "pro soluto", sulla base della normativa in itinere Si rinvia alle misure sul credito

BUDGET ASSEGNATO: € 10.000

III.4.2.4 ARTIGIANATO.

*Innovare i processi produttivi ed i sistemi di commercializzazione:
fattori della crescita e competitività del territorio*

La Camera: un programma a sostegno dell'artigianato nel suo valore di capitale sociale

MISURE	Risultati attesi ed indicatori (2012)
☞ Per l'innovazione di prodotto e di processo	⇒ Conclusione positiva delle azioni di cui al progetto avviato nell'anno 2010. Consegna dei premi ai designer e realizzazione di almeno 2 prototipi innovativi dell'artigianato artistico da parte di 2 imprese ⇒ Programma di affiancamento di designer e neolaureati alle imprese artigiane locali per favorire l'effettiva adozione di innovativi processi di progettazione: due imprese ⇒ Contributi alle imprese artigiane per l'introduzione di innovazione nei processi e prodotti a basso impatto ambientale e per il sostegno al risanamento ambientale nell'esercizio dell'attività d'impresa: almeno tre imprese

<p>📁 Favorire la creazione di imprese artigiane per invertire il trend di mortalità</p>	<p>⇒ Incentivi alle imprese che aderiscano al marchio per la certificazione della qualità dei servizi nei settori della tinto lavanderia, autoriparatori, impiantisti</p> <p>⇒ Incentivi finanziari per:</p> <ul style="list-style-type: none"> • promuovere esperienza lavorativa (work experience) a favore di disoccupati/e e inoccupati/e da realizzare presso imprese operanti nei settori dell'artigianato prioritariamente artistico e tradizionale”; • per l’inserimento occupazionale in imprese artigiane di disoccupati/e ed inoccupati/e che hanno concluso l’esperienza lavorativa (work experience)”; • per la creazione d’impresa nei settori dell’artigianato prioritariamente artistico e tradizionale a favore dei soggetti disoccupati/e ed inoccupati/e che hanno concluso l’esperienza lavorativa (work experience)”
<p>📁 Marketing fieristico</p>	<p>⇒ Partecipazione collettiva al Macef, anche attraverso Unioncamere Calabria: numero imprese non inferiore a quelle del 2011</p> <p>⇒ Bando per il cofinanziamento della partecipazione diretta delle imprese a fiere specializzate del settore o a market place: utilizzo di almeno il 70% delle risorse</p>

BUDGET ASSEGNATO € 75.000

III.4.2.5 AGROALIMENTARE.

Alla ricerca della competitività in uno scenario di accentuata liberalizzazione e crescita della concorrenza internazionale: le filiere

La Camera : a sostegno della filiera agroalimentare a chilometri zero per favorire l’economia locale e della valorizzazione del patrimonio forestale

<p>MISURE</p>	<p>Risultati attesi ed indicatori (2012)</p>
---------------	--

<p>📁 In materia di tracciabilità, sicurezza alimentare, etichettatura, certificazione, riconoscimento dell'origine dei prodotti agroalimentari a cura di INFORMA</p>	<p>⇒ Adesione di almeno 3 imprese alla manifestazione di interesse per la sperimentazione di strumenti sulla tracciabilità di filiera nel settore agrumicolo ⇒ Linee guida e vademecum informativi sui temi dell'etichettatura e della tracciabilità ⇒ La realizzazione di approfondimenti tematici sulle principali novità normative (in ambito cogente e volontario) di possibile interesse per le imprese; ⇒ La predisposizione di F.A.Q. (frequently asked question) sulle tematiche oggetto di approfondimento. ⇒ Assistenza personalizzata alle imprese nella risoluzione di problematiche connesse all'applicazione della normativa cogente/volontaria su uno o più dei seguenti temi: tracciabilità, sicurezza igienico-sanitaria, etichettatura (servizio "L'esperto risponde" on line). Accesso ai servizi da parte di almeno 10 imprese</p>
<p>📁 Promozione, tutela e commercializzazione dei prodotti agroalimentari integrati .</p>	<p>⇒ Operatività del marchio "Tradizioni reggine" e concessione dell'uso ad almeno 10 imprese ⇒ Reintroduzione di "Premio Olivo"</p>
<p>📁 Programma intersettoriale per lo sviluppo innovativo di collaborazioni di filiera tra la rete dei pubblici esercizi e le produzioni agroalimentari ed artigianali tipiche, con finalità di qualificazione dei ristoranti, promozione dell'educazione alimentare e valorizzazione dei territori e delle tradizioni reggine</p>	<p>⇒ Manifestazione di interesse con il coinvolgimento delle associazioni più rappresentative delle categorie commerciali e artigiane e concertazione dei contenuti, finalità e azioni del programma, prevedendo anche la partecipazione di almeno un ente locale (Azione di riferimento anche per l'artigianato).</p>
<p>📁 Valorizzazione della filiera legno</p>	<p>⇒ Conclusione del progetto sulla valorizzazione della filiera del legno in continuità alle risultanze dello specifico studio sulle risorse forestali realizzato in collaborazione con la Facoltà di Agraria di Reggio Calabria</p>

BUDGET ASSEGNATO: € 70.000

III.4.2.6 ECONOMIA DEL MARE.

I cluster mare: un valore per l'economia provinciale

La Camera: dalla conoscenza della filiera economica ad un progetto "mare"

MISURE

Risultati attesi ed indicatori (2012)

☞ Per rilevare ed analizzare specificità e tendenze	⇒ Indagine sulla filiera del mare (dalla pesca, alla cantieristica, al turismo) per un'osservazione continua delle potenzialità e fenomeni congiunturali: creazione di un osservatorio
☞ Progetto "Green economy, blue economy e sviluppo sostenibile"	⇒ Promuovere una ipotesi collaborazione tra gli operatori della filiera del mare

BUDGET ASSEGNATO: € 15.000

**AREA STRATEGICA IV:
LA CAMERA ATTIVATORE DI RETI ED ALLEANZE**

INDIRIZZO STRATEGICO

Attivare relazioni interistituzionali per dare forza al sistema territoriale locale e come sistema regionale con la rifondazione dell'Unione Regionale, e come sistema interregionale e nazionale ed estero per realizzare partenariati strutturali ma anche collaborazioni ed alleanze di progetto, funzionali alla competitività del territorio

⇒ **OBIETTIVO STRATEGICO IV.1**

FARE SISTEMA, QUALE CAPACITÀ DELLE ISTITUZIONI PUBBLICHE LOCALI DI COSTRUIRE ATTRAVERSO NUOVE FORME DI PARTECIPAZIONI QUELLA RETE DI BENI, SERVIZI E INFRASTRUTTURE, MATERIALI E IMMATERIALI, INDISPENSABILE A SVILUPPARE LA COMPETITIVITÀ DEL TERRITORIO

INDICATORI STRATEGICI OUTCOME (TRIENNALI)

Operatività al 2013 di un sistema di misurazione della competitività del territorio basato su dimensioni chiave dello sviluppo che permetta di misurare i progressi fatti in relazione agli obiettivi strategici prescelti per il territorio e di confrontarsi con altre realtà, al fine di migliorare ed orientare la propria azione.

PIANI OPERATIVI:

IV.1.1 RELAZIONI ALL'INTERNO DEL SISTEMA CAMERFALE REGIONALE E PARTENARIATO TERRITORIALE

La Camera attivatore e promotore di politiche interassociative orientate alla crescita ed allo sviluppo del tessuto economico della provincia nel contesto regionale, nazionale, europeo

MISURE

RISULTATI ATTESI E INDICATORI (20112)

<p>☞ Fare sistema per dare valore aggiunto alle risorse e ai risultati</p>	<p>⇒ Il sistema Camerale</p> <ul style="list-style-type: none"> - N.3 iniziative promosse in collaborazione con altre strutture del sistema camerale - Avvio delle funzioni associate a livello regionale in materia di metrologia legale e vigilanza e controllo del mercato (cfr. Piano Operativo III.2.2)
	<p>⇒ Il partenariato Interistituzionale</p> <ul style="list-style-type: none"> - N. 3 convenzioni ed accordi stipulate con le altre PPAA ,escluse le Università.
	<p>⇒ La rete Camera/Mondo associativo</p> <ul style="list-style-type: none"> -N 5 accordi, partenariati stipulati con le associazioni di rappresentanza delle imprese
<p>☞ Il "brand territoriale" della provincia per misurarne la competitività</p>	<p>⇒ Operatività dell'osservatorio della competitività del territorio (cfr. Piano operativo III.1.1)</p>

BUDGET ASSEGNATO: € 200.017,83 (quote associative)