



Camera di Commercio
Macerata

PROGRAMMA PLURIENNALE

2010-2014

Indice

<i>Introduzione</i>	3
INNOVAZIONE	4
<i>Organizzazione interna e occupazione (tecnologia, commercio on line e web, processi e prodotti)</i>	4
<i>Organizzazione esterna (network, reti, aggregazione e collaborazione d'impresa, logistica)</i>	4
<i>Terziarizzazione (settore K, servizi direzionali, terziario avanzato)</i>	4
<i>Qualità</i>	4
<i>Ambiente (riutilizzo, efficienza energetica, fonti alternative, soft economy e green economy)</i>	5
INTERNAZIONALIZZAZIONE	5
<i>Nuovi mercati e nuove imprese orientate all'estero</i>	5
<i>Presenza strutturata sui mercati esteri</i>	5
COMPETITIVITA' DEL TERRITORIO	6
<i>Infrastrutture leggere e pesanti, materiali ed immateriali</i>	6
<i>Turismo, cultura, valorizzazione centri storici, promozione prodotti tipici, valorizzazione delle imprese locali nelle forniture</i>	6
<i>Credito</i>	6
<i>Capitale territoriale e sociale</i>	7
<i>Capitale umano, politiche della conoscenza</i>	7
SEMPLIFICAZIONE AMMINISTRATIVA	7
<i>Semplificazione dei processi e dell'organizzazione</i>	7
<i>E-government, diffusione dei servizi sul territorio</i>	8
REVISIONE DEL PIANO.....	9

PROGRAMMA PLURIENNALE 2010-2014

Introduzione

Il ruolo delle Camere di Commercio si è arricchito negli anni di maggiori contenuti e oggi tale istituzione, pur mantenendo l'importante funzione di offrire servizi qualificati alle imprese, è destinata a ricoprire una posizione sempre più attiva all'interno delle azioni a favore dello sviluppo locale.

"Fare sistema" nell'epoca della globalizzazione dei mercati diventa un obiettivo strategico. Anche le Camere di Commercio sono chiamate ad agire in sinergia con gli altri attori locali, sviluppando e intraprendendo progetti che coinvolgono i diversi soggetti presenti sul territorio. Primo fra tutti il soggetto politico/amministrativo tutelare del territorio, che rappresenta il primus inter pares fra quanti sono chiamati a sostenere la crescita della società e dell'economia. La scelta quindi di stipulare accordi quadro tra il sistema delle Camere di Commercio e le rispettive istituzioni locali, siano esse Provincia o Regione o Università, costituisce uno strumento idoneo a favorire, attraverso una concertazione organica e non episodica degli interventi, la crescita e lo sviluppo del territorio e del sistema delle imprese.

1. INNOVAZIONE

La competitività delle imprese dipende sempre più dalla possibilità di comprendere il cambiamento e di rispondere a questo con nuove soluzioni, anche organizzative, che consentano un miglioramento delle prestazioni aziendali. Le nuove tecnologie e la conoscenza rappresentano una potenziale fonte di innovazione per le aziende, che devono però essere in grado di intercettare, incorporare e trasformare in valore aggiunto i nuovi motori del cambiamento e della crescita.

Il cambiamento è da sempre un tema centrale della riflessione organizzativa, esso racchiude le diverse strategie competitive adottate dalle organizzazioni al fine di porre in essere rilevanti miglioramenti nelle proprie prestazioni, anche alla luce delle continue innovazioni nell'ambito della tecnologia dell'informazione e della comunicazione. Tali strategie competitive includono, fra le altre, la reingegnerizzazione dei processi aziendali, lo sviluppo delle competenze organizzative, la ricerca di sistemi informativi sempre più innovativi, la conclusione di accordi e collaborazioni con altre imprese.

Organizzazione interna e occupazione (tecnologia, commercio on line e web, processi e prodotti)

Quella che viene definita l'economia della conoscenza si dimostra oggi il reale fattore di crescita delle imprese e il valore aggiunto è rappresentato dalla capacità di creare innovazione tanto nella struttura organizzativa quanto nelle professioni, sempre più qualificate e tecnicizzate.

Organizzazione esterna (network, reti, aggregazione e collaborazione d'impresa, logistica)

Quanto più l'innovazione è radicale tanto più è importante la prossimità geografica e culturale tra le imprese e tra consumatori e produttori.

La dimensione spaziale della sfera economica sta acquistando crescente importanza e nuove connotazioni anche in seguito al processo di globalizzazione e all'avvento dell'era digitale.

Terziarizzazione (settore K, servizi direzionali, terziario avanzato)

Il terziario è il motore e la nuova frontiera dello sviluppo economico: la competizione tra le imprese richiede, nelle produzioni, l'integrazione di attività di servizio che contribuiscano a rendere più competitivo ed innovativo il prodotto complessivo che le imprese offrono. Un terziario efficiente e tecnologicamente avanzato è indispensabile allo sviluppo di tutto il territorio.

Qualità

Dopo un decennio di sostanziale tenuta dei livelli occupazionali, l'effetto crisi ha determinato nel 2009 una perdita significativa di posti di lavoro e un forte incremento della mortalità delle imprese. Investire sui principi di efficienza ed efficacia del sistema Qualità

è una prerogativa inscindibile dalla volontà di rafforzare le imprese e le organizzazioni territoriali.

Ambiente (riutilizzo, efficienza energetica, fonti alternative, soft economy e green economy)

Le pmi cercano soluzioni al difficile connubio tra tutela dell'ambiente e competizione sui mercati. L'obiettivo è quello di supportarle adeguatamente nell'adozione di politiche di risparmio energetico, promozione nell'utilizzo di fonti rinnovabili e produzione autonoma di energia, affinché ambiente ed energia, fattori addizionali di costo, diventino concrete occasioni di crescita per le imprese.

2. INTERNAZIONALIZZAZIONE

Sostenere la crescita dell'export e l'internazionalizzazione del sistema produttivo è obiettivo costante e consolidato della Camera di Commercio. Per raggiungerlo sarà necessario favorire le alleanze strategiche con i paesi emergenti e la promozione dell'immagine e del territorio. L'intensificarsi della competizione su scala mondiale ha portato, nell'ultimo decennio, un numero sempre maggiore di imprese minori a ricercare nuove opportunità sui mercati internazionali. L'internazionalizzazione, oggi, non è più solo una modalità con cui l'impresa crea valore, estende il proprio vantaggio competitivo ed accede a nuove opportunità, ma, nell'attuale contesto economico, è una via obbligata per la sopravvivenza ed il successo dell'impresa nel tempo.

Per l'impresa, l'internazionalizzazione è una decisione complessa, accompagnata da un processo di trasformazione aziendale, spesso irreversibile, che riguarda, tra gli altri, gli assetti finanziari, la struttura organizzativa e tecnica, il posizionamento sul mercato e la gestione delle risorse umane.

Nuovi mercati e nuove imprese orientate all'estero

Indagini di mercati esteri per valutare le opportunità commerciali e industriali, sostegno ai processi di internazionalizzazione del sistema della ricerca e dell'innovazione, realizzazione e promozione di ricerche sul livello di apertura del sistema produttivo, sono solo alcuni dei possibili step intermedi in grado di favorire l'adeguamento delle pmi ai processi di globalizzazione in corso.

Presenza strutturata sui mercati esteri

Per sostenere le possibili iniziative che mirano a potenziare l'inserimento delle pmi locali nello scenario internazionale sarà necessario avvalersi di un sistema misto di collaborazioni (associazioni di categoria, Camere di commercio italiane all'estero, consorzi all'esportazione, Ministero degli Affari Esteri, Regione Marche, I.C.E., Sportello regionale per l'internazionalizzazione, Sportello unico all'estero, ecc.) e di strumentazioni (servizi personalizzati di accompagnamento all'estero, aggregazioni di imprese per azioni e progetti all'estero, servizi di informazione, corsi di formazione, ecc.).

3. COMPETITIVITA' DEL TERRITORIO

Un territorio diventa competitivo se è in grado di affrontare la concorrenza del mercato garantendo, al contempo, una sostenibilità ambientale, economica, sociale e culturale basata sull'organizzazione in rete e su forme di articolazione inter-territoriale. In altri termini, la competitività territoriale presuppone la ricerca di una coerenza globale, tenendo presenti le risorse del territorio; il coinvolgimento dei vari soggetti e delle istituzioni; l'integrazione dei settori di attività in un'ottica di innovazione; la cooperazione con gli altri territori e l'articolazione con le politiche regionali, nazionali, europee ed il contesto globale.

Infrastrutture leggere e pesanti, materiali ed immateriali

È oramai un fatto consolidato che le infrastrutture di trasporto ricoprono un ruolo decisivo nella competitività dei Paesi caratterizzati da economie di mercato. Il loro contributo alla crescita economica, alla riallocazione delle risorse e delle attività produttive è l'evidenza stessa della loro utilità economica, oltre che sociale. Il potenziamento delle reti infrastrutturali crea condizioni operative migliori per le imprese e per i cittadini, sia favorendo l'abbattimento dei costi di trasporto, sia creando maggiore certezza nei tempi di movimentazione e aumentando, a livello generale, il grado di competitività del sistema economico.

Turismo, cultura, valorizzazione centri storici, promozione prodotti tipici, valorizzazione delle imprese locali nelle forniture

Oggi più che mai il turismo ha un ruolo economico di primaria importanza. Proseguendo nel percorso già avviato a livello territoriale, il turismo enogastronomico, ambientalistico e culturale, attraverso iniziative di promozione e di gestione integrata e coordinata di tutte le risorse del comparto, può rappresentare una fonte di sviluppo sia economico che socio-culturale per la provincia di Macerata.

Credito

La piccola e media impresa esprime una domanda di servizi finanziari non standardizzata: ha bisogno, dunque, di risposte estremamente flessibili e diversificate da parte del sistema creditizio. Tradizionalmente il rapporto tra la pmi e la banca si è svolto e sviluppato in ambiti locali, vicino all'azienda in senso completo: una condizione oggettiva che è sempre stata una risorsa. Oggi, con i grandi processi di concentrazione e acquisizioni bancarie in atto e, soprattutto, con la difficile situazione congiunturale, questa situazione sta mutando: bisognerà vedere quanto questo influirà nel rapporto con le aziende a livello locale e attuare politiche di sostegno per l'accesso al credito. In gioco c'è la competitività complessiva del sistema.

Capitale territoriale e sociale

Il capitale territoriale chiama in causa tutti gli elementi che formano la ricchezza del territorio (attività, paesaggio, patrimonio, know-how, strutture sociali, ecc.): concentrarsi su questi ambiti è necessario per ricercare ed individuare specificità che possono essere valorizzate ed adottare adeguate politiche di promozione e sostegno. La conoscenza dei mercati, la diaspora del territorio, i bisogni dei cittadini delle zone urbane situate in prossimità, gli investimenti provenienti dall'esterno permetteranno di scoprire nuove prospettive che porteranno a considerare il territorio in modo diverso, a prendere coscienza di altre potenziali risorse assai promettenti per il futuro.

Capitale umano, politiche della conoscenza

La centralità del capitale umano è ormai riconosciuta tanto nella teoria quanto nell'esperienza concreta del mondo produttivo. L'importanza della conoscenza come risorsa strategica ha portato al centro dell'attenzione la qualità del fattore umano come elemento chiave per la competitività di un'impresa come di un territorio. Il rafforzamento delle relazioni tra imprese e attori locali, quali università, scuole, centri di ricerca, può essere un veicolo fondamentale per accrescere la produzione di nuova conoscenza e renderla disponibile nel contesto territoriale. In quest'ottica si comprende l'importanza della formazione quale mezzo per la diffusione di conoscenze e per l'upgrading delle competenze professionali dei lavoratori in modo coerente con i mutamenti del contesto competitivo.

4. SEMPLIFICAZIONE AMMINISTRATIVA

Con l'avvento delle nuove tecnologie e la diffusione di massa della rete Internet, la Pubblica Amministrazione ha cominciato a sfruttare le nuove opportunità per offrire più rapidamente informazioni e servizi oltre a dotarsi di canali di dialogo diretti con il cittadino. L'uso consapevole delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione offre nuove opportunità di sviluppo a imprese e Pubblica amministrazione, creando valore aggiunto di sistema in termini di competitività, sicurezza, riduzione di costi. Perché l'innovazione funzioni da volano per la crescita economica e lo sviluppo del territorio, è fondamentale istituire un diverso modello di rapporto tra Pubblica amministrazione e mondo dell'impresa, a partire dal consolidamento di una nuova cultura amministrativa, con un significativo risparmio di tempo e di costi per le imprese.

Semplificazione dei processi e dell'organizzazione

Un'efficace opera di semplificazione e di snellimento dei procedimenti burocratici, non può prescindere dall'utilizzo sempre più ampio e diffuso delle tecnologie informatiche e telematiche, con l'obiettivo di perseguire sempre di più la dematerializzazione degli atti e

la digitalizzazione degli adempimenti amministrativi; dalla diffusione della firma elettronica; dalla riduzione, in generale, della complessità delle procedure di accesso e prevedendo metodologie sempre più semplificate; dal mantenimento di un livello alto di impegno sull'importante tema della promozione e della diffusione della giustizia alternativa.

E-government, diffusione dei servizi sul territorio

Grazie ai nuovi sistemi digitali ed all'uso delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione si aprono nuovi orizzonti per la pubblica amministrazione in generale e per la Camera di Commercio, che può gestire i procedimenti e trattare la documentazione con innovativi sistemi digitali e con la possibilità di ottimizzare il lavoro da back office e di offrire agli utenti servizi più rapidi, ma anche nuovi servizi. Tra questi, ad esempio, la diffusione dei servizi camerali sul territorio provinciale, sia in maniera diretta attraverso gli sportelli telematici affidati ad altri Comuni della provincia mediante convenzione, sia in maniera indiretta partecipando alla realizzazione degli sportelli unici alle attività produttive, soprattutto promuovendo l'attivazione di sportelli associati nelle Comunità Montane o nei Comuni di piccole dimensioni.

REVISIONE DEL PIANO

Con Deliberazione n. 12 del 21/07/2011 il Consiglio camerale ha deliberato di confermare gli indirizzi generali per l'anno 2012 e di armonizzare il Programma pluriennale per il quinquennio 2010 – 2014, approvato con deliberazione del Consiglio camerale n. 18 del 15/10/2009, con le indicazioni emerse dalle Camere di commercio della Regione come di seguito specificato:

- ❖ Sviluppo delle imprese e del territorio
 - Internazionalizzazione:
 - Nuovi mercati e nuove imprese orientate all'estero
 - Presenza strutturata sui mercati esteri
 - Innovazione:
 - Organizzazione interna (tecnologia, commercio on line e web, processi e prodotti)
 - Organizzazione esterna (network, reti, logistica)
 - Terziarizzazione (settore K, servizi direzionali, terziario avanzato)
 - Qualità
 - Ambiente (riutilizzo, efficienza energetica, fonti alternative)
 - Competitività del territorio:
 - Infrastrutture leggere e pesanti, materiali ed immateriali
 - Turismo, cultura
 - Credito
 - Capitale territoriale e sociale
 - Capitale umano, politiche della conoscenza
 - E-government

- ❖ Regolazione del mercato:
 - Trasparenza, pubblicità, informazione economica
 - Legalità e risoluzione controversie
 - Tutela del consumatore

- ❖ Governance
 - Relazioni istituzionali
 - Partecipazioni
 - Organi istituzionali

- ❖ Organizzazione e risorse
 - Finanza camerale
 - Tutela e conservazione del patrimonio
 - Innovazione delle risorse informatiche
 - Gestione performance
 - Formazione e sviluppo professionale
 - Risorse umane
 - Semplificazione dei processi e dell'organizzazione
 - Diffusione dei servizi sul territorio