

**TAB. B**
**Quadro di dettaglio iniziative promozionali e attività istituzionali per le imprese 2014**

PROGETTI	2014			PROVENTI
	INIZIATIVE DI PROMOZIONE ECONOMICA			
	BUDGET INTERVENTI (da riprogrammazione 2013)	BUDGET INTERVENTI	TOTALE BUDGET INTERVENTI	
	A	B	C=(A+B)	
<b>COMPETITIVITÀ IMPRESE</b>				
<b>Credito</b>	<b>500.000</b>	<b>1.378.000</b>	<b>1.878.000</b>	-
Consorzi fidi, rafforzamento patrimoniale dei consorzi di garanzia fidi	-	1.000.000	<b>1.000.000</b>	-
Confiducia	300.000	-	<b>300.000</b>	-
Confidi International	200.000	128.000	<b>328.000</b>	-
Altre iniziative in materia di credito	-	250.000	<b>250.000</b>	-
<b>Contributi e altri interventi finanziari</b>	-	<b>1.370.000</b>	<b>1.370.000</b>	<b>270.000</b>
Contributi diretti alle imprese a sostegno della ricerca, innovazione tecnologico-organizzativa e brevettazione	-	750.000	<b>750.000</b>	250.000
Bando "Innovazione per progetti di comunicazione digitale delle MPMI della provincia di Varese, anche in vista di Expo 2015"	-	100.000	<b>100.000</b>	-
Contributi alle reti imprenditoriali impegnate in processi di internazionalizzazione	-	220.000	<b>220.000</b>	20.000
Sostegno finanziario alle imprese per l'internazionalizzazione	-	300.000	<b>300.000</b>	-
<b>Aggregazioni d'impresa</b>	<b>60.000</b>	<b>1.230.000</b>	<b>1.290.000</b>	<b>40.000</b>
Smart Innovation	-	100.000	<b>100.000</b>	-
Progetto cluster manifatturiero	-	100.000	<b>100.000</b>	-
Trasferimento tecnologico per le aggregazioni imprenditoriali (Energy cluster e altri progetti)	-	60.000	<b>60.000</b>	-
Europa per le imprese: rete EEN, e altri progetti	-	60.000	<b>60.000</b>	-
I Venti dell'innovazione	-	20.000	<b>20.000</b>	-
Progetti a favore del tessile abbigliamento	-	155.000	<b>155.000</b>	-
Promozione del Sistema TF – Traceability & Fashion nella provincia di Varese	-	15.000	<b>15.000</b>	5.000
Progetti di cooperazione e responsabilità sociale	-	30.000	<b>30.000</b>	-
Azioni di promozione sui mercati trainanti	-	40.000	<b>40.000</b>	-
Internazionalizzazione delle imprese: verso un soggetto unico locale	60.000	470.000	<b>530.000</b>	-
LET 3 Lombardy export trade	-	50.000	<b>50.000</b>	25.000
Sviluppo sostenibile: promozione e tutela del made in Italy. Qualità e tracciabilità tessile e arredo casa	-	30.000	<b>30.000</b>	10.000
Distretto aerospaziale	-	100.000	<b>100.000</b>	-
<b>Valorizzazione delle competenze</b>	<b>30.000</b>	<b>781.267</b>	<b>811.267</b>	<b>34.286</b>
Formazione imprenditoriale	-	300.000	<b>300.000</b>	-
Indagini sul mercato del lavoro: Mobilità e tempi della città - Le opportunità occupazionali	-	80.000	<b>80.000</b>	-
Borse di studio	-	140.000	<b>140.000</b>	-

PROGETTI	2014			PROVENTI
	INIZIATIVE DI PROMOZIONE ECONOMICA			
	BUDGET INTERVENTI (da riprogrammazione 2013)	BUDGET INTERVENTI	TOTALE BUDGET INTERVENTI	
	A	B	C=(A+B)	
Alternanza scuola-lavoro	-	100.000	<b>100.000</b>	-
Altri interventi in materia di occupazione e occupabilità	-	100.000	<b>100.000</b>	-
Fondazione ITS Lombardo mobilità sostenibile	30.000	-	<b>30.000</b>	-
Rapporti bilaterali Italia Svizzera e Progetto Interreg PI.LO.TI	-	61.267	<b>61.267</b>	34.286
<b>Anagrafe delle imprese</b>	-	-	-	-
Anagrafe delle imprese - Open RI	-	-	-	-
<b>Totale linea di intervento - Competitività imprese</b>	<b>590.000</b>	<b>4.759.267</b>	<b>5.349.267</b>	<b>344.286</b>
<b>COMPETITIVITÀ MERCATO</b>				
<b>Valorizzazione e tutela delle attività artigianali</b>	-	<b>180.000</b>	<b>180.000</b>	-
Progetto Artigianato Artistico	-	100.000	<b>100.000</b>	-
Progetto AF - L'Artigiano in fiera	-	80.000	<b>80.000</b>	-
<b>Valorizzazione e tutela delle produzioni locali e del territorio</b>	-	<b>410.000</b>	<b>410.000</b>	-
Promozione settore agricolo	-	250.000	<b>250.000</b>	-
Agrivarese e altre manifestazioni	-	160.000	<b>160.000</b>	-
<b>Vigilanza e tutela del mercato e del consumatore e sviluppo e tutela mercato immobiliare</b>	-	<b>305.000</b>	<b>305.000</b>	-
Salone immobiliare - Varese e Busto Arsizio	-	150.000	<b>150.000</b>	-
Regolazione, tutela del mercato e del consumatore	-	70.000	<b>70.000</b>	-
Conciliazione e arbitrato	-	15.000	<b>15.000</b>	-
Vigilanza e tutela del mercato	-	10.000	<b>10.000</b>	-
Progetto Casa	-	30.000	<b>30.000</b>	-
Trasparenza e pubblicità di prezzi e tariffe	-	30.000	<b>30.000</b>	-
<b>Totale linea di intervento - Competitività del mercato</b>	-	<b>895.000</b>	<b>895.000</b>	-
<b>COMPETITIVITÀ TERRITORIO</b>				
<b>Animazione e attrattività turistica e commerciale</b>	<b>100.000</b>	<b>1.855.000</b>	<b>1.955.000</b>	<b>372.640</b>
Sostegno consorzio turistico	-	120.000	<b>120.000</b>	-
Interventi promozionali a favore del turismo	-	100.000	<b>100.000</b>	-
Progetto club di prodotto e attrattività del territorio	100.000	510.000	<b>610.000</b>	300.000
Progetto Interreg "Lago Maggiore Blue Lake"	-	45.000	<b>45.000</b>	23.640
Marchio qualità ristoranti e alberghi	-	80.000	<b>80.000</b>	30.000
Expo 2015	-	450.000	<b>450.000</b>	19.000
Distretti del commercio	-	200.000	<b>200.000</b>	-
Progetto MAPIC	-	50.000	<b>50.000</b>	-

PROGETTI	2014			
	INIZIATIVE DI PROMOZIONE ECONOMICA			PROVENTI
	BUDGET INTERVENTI (da riprogrammazione 2013)	BUDGET INTERVENTI	TOTALE BUDGET INTERVENTI	
A	B	C=(A+B)		
Promozione del territorio e attrazione investimenti	-	300.000	<b>300.000</b>	-
<b>Informazione economica e statistica</b>	-	<b>738.000</b>	<b>738.000</b>	-
Erogazione di informazione economica alle imprese: InfoPoint e progetto nuove imprese	-	430.000	<b>430.000</b>	-
Semplificazione e E-gov	-	60.000	<b>60.000</b>	-
Diffusione informazione economica ( fiere, eventi, ecc)	-	158.000	<b>158.000</b>	-
Osservatori e indagini congiunturali	-	90.000	<b>90.000</b>	-
<b>Promozione temi infrastrutture</b>	-	<b>150.000</b>	<b>150.000</b>	<b>10.000</b>
Infrastrutture attività di animazione e divulgativa	-	100.000	<b>100.000</b>	-
Servizi avanzati di IT e banda larga, risparmio energetico e trasferimento tecnologico	-	50.000	<b>50.000</b>	10.000
<b>Totale linea di intervento - Competitività del territorio</b>	<b>100.000</b>	<b>2.743.000</b>	<b>2.843.000</b>	<b>382.640</b>
<b>TOTALE</b>	<b>690.000</b>	<b>8.397.267</b>	<b>9.087.267</b>	<b>726.926</b>

## Schede interventi e attività

### LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

#### Programma ►CREDITO

##### Obiettivi

La Camera di Commercio proseguirà nelle politiche di facilitazione del credito, attraverso l'attività di sostegno diretto alle imprese e misure finalizzate al rafforzamento patrimoniale dei Confidi e al sistema generale delle garanzie. In questo ambito verrà valutata la riproposizione di bandi tradizionalmente consolidati quali contributi in conto interessi e di altre misure frutto della condivisione tra i diversi operatori presenti a livello locale nel mercato del credito, tra cui in primo luogo Banche e Confidi, per abbattimento dei costi di garanzia, acquisizione di consulenza finanziaria tanto più strategica quanto minore è la dimensione aziendale, nonché il sostegno a misure di rinegoziazione della loro posizione nei confronti degli istituti di credito. Verrà inoltre dato seguito al percorso già intrapreso a livello provinciale, regionale (due-diligence) e nazionale, in sinergia e per il tramite di Unioncamere Lombardia e Unioncamere Nazionale, per facilitare l'accesso al credito attraverso il rafforzamento del sistema delle garanzie.

#### Area dirigenziale: Sviluppo di impresa e Regolazione di mercato

	2014	2015	2016
<b>RISORSE STANZIATE</b>	1.878.000	2.128.000	1.178.000

## PRINCIPALI PROGETTUALITÀ

### LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

#### Programma ►CREDITO

#### Consorzi fidi, rafforzamento patrimoniale dei consorzi di garanzia fidi

Il sistema dei confidi lombardo ha dato vita negli ultimi anni a una serie di trasformazioni e aggregazioni per raggiungere standard dimensionali e operativi per acquisire lo status di soggetto vigilato dalla Banca d'Italia. Anche la tradizionale forma di contribuzione camerale al sistema dei confidi può diventare uno strumento di politica di indirizzo del sistema stesso. La progettualità prevede un Contributo al fondo rischi o altre forme di patrimonializzazione da realizzare tramite l'emissione di un bando di contributo camerale o cofinanziamento di iniziative a livello regionale (la scelta di quest'ultima misura è condizionata dall'esito delle valutazioni in corso a livello regionale sulla sostenibilità economica e finanziaria nel medio/lungo periodo del sistema dei confidi).

#### OBIETTIVI

Rafforzamento patrimoniale dei confidi e del sistema delle garanzie

#### RISULTATI ATTESI

Incremento del numero delle imprese che accedono al mercato del credito grazie al rilascio di garanzie consortili.

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Moltiplicatore finanziamenti	Contributo erogato/nuovi finanziamenti garantiti da confidi	Numero	≥25
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		1.000.000	-
<b>DESTINATARI</b>			
Organismi di garanzia fidi e imprese della provincia			

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

### Programma ►CREDITO

#### Confiducia

Il sistema dei confidi operante sul territorio della provincia partecipa con una presenza particolarmente significativa al Progetto di Unioncamere Lombardia per il rafforzamento del sistema delle garanzie alle imprese rilasciate tramite i Consorzi fidi denominato Confiducia. L'adesione delle imprese per il tramite dei confidi si è chiuso nel marzo 2011. Nelle prossime annualità proseguirà la liquidazione degli insoluti che pervengono alla Camera nel limite del fondo complessivo messo a disposizione.

#### OBIETTIVI

Rilascio di cogaranzie al 70%, emesse congiuntamente dai Confidi di primo grado per il 25% e da Regione Lombardia e sistema camerale tramite Federfidi Lombardia per il 45%, a fronte di finanziamenti di linee di credito dirette a sostenere la liquidità o il riequilibrio finanziario delle PMI di tutti i settori produttivi.

#### RISULTATI ATTESI

I termini per l'erogazione dei finanziamenti sono già scaduti (marzo 2011). L'attività consiste nel pagamento a Federfidi della quote di competenza della Camera di Commercio per le insolvenze.

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Grado di utilizzo del fondo	Insolvenze pagate/fondo globale	%	≥10%
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
Risorse da anni precedenti		300.000	-
Anno 2014		-	-

#### DESTINATARI

Federfidi Lombardia

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

### Programma ►CREDITO

#### Confidi International

La progettualità di iniziativa Unioncamere prevede interventi straordinari di accesso al credito, in collaborazione con il sistema dei Confidi, per sostenere l'attività di export e di penetrazione nei mercati esteri delle PMI, attraverso il rafforzamento delle cogaranzie e delle controgaranzie rilasciate dal Fondo Centrale di Garanzia. La Camera di Commercio di Varese con la sottoscrizione nel 2013 della misura si è impegnata alla erogazione di una quota per la creazione di una sezione speciale del Fondo Centrale di Garanzia finalizzata a favorire l'erogazione di finanziamenti per la competitività internazionale delle PMI del territorio di propria competenza.

#### OBIETTIVI

Ampliamento della possibilità di accesso al credito per le imprese già significativamente attive sui mercati esteri, per facilitare lo sviluppo del tessuto economico del territorio di riferimento; sostegno alle imprese per le quali si evidenzia una potenziale vocazione all'export, qualificabili come «start up dell'internazionalizzazione»

#### RISULTATI ATTESI

Attivazione di nuovi finanziamenti favore delle imprese per circa 600 milioni di euro (globali). Moltiplicatore pari a 17

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Moltiplicatore finanziamenti	Fondo di garanzia costituito/Finanziamenti erogati	Numero	17
RISORSE DESTINATE		Oneri	Proventi
Risorse da anni precedenti		200.000	-
Anno 2014		128.000	-

#### DESTINATARI

PMI del territorio attive sui mercati esteri

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

### Programma ►CREDITO

#### Altre iniziative in materia di credito

Interventi per favorire l'accesso al credito da parte delle imprese della provincia da erogare in conto abbattimento tassi su finanziamenti assistiti da garanzia consortile. Queste misure intendono sostenere la domanda di credito anche per investimenti. In corso dell'anno, a seconda dell'esito del bando in corso, si valuterà se riproporre una misura specifica a sostegno sia della consulenza finanziaria che del consolidamento della posizione debitoria delle imprese.

#### OBIETTIVI

Riproposizione del bando "Credito agevolato" ed eventuale riproposizione/rimodulazione del bando "Riequilibrio finanziario"

#### RISULTATI ATTESI

Incremento del numero delle imprese che accedono al mercato del credito grazie al rilascio di garanzie consortili.

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Moltiplicatore finanziamenti	Contributo concesso /Finanziamenti erogati	Numero	≥40
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		250.000	-

#### DESTINATARI

Pmi della provincia di Varese che si rivolgono al mercato del credito per esigenze di liquidità o per realizzazione di investimenti produttivi.

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

### Programma ▶ Contributi e altri interventi finanziari

I sistemi economici appaiono sempre più in evoluzione, di pari passo con le grandi trasformazioni indotte dalla rivoluzione tecnologica e digitale, che incidono profondamente anche sul nostro tessuto economico oltre che sociale. La Camera di Commercio proseguirà nel supportare questi processi evolutivi e d'innovazione delle imprese, in assenza dei quali concreto è il rischio di perdere progressivamente competitività.

In questo ambito programmatico si inseriscono alcune linee di intervento strategico: sostegno ai fattori abilitanti all'innovazione, sostegno agli investimenti nei percorsi d'innovazione, sostegno alle azioni di apertura a nuovi mercati. Decisivo sarà inoltre l'intervento camerale con contributi diretti alle imprese e alle aggregazioni imprenditoriali per lo sviluppo di progetti innovativi (tecnologici, organizzativi e di creatività stilistica) e di internazionalizzazione, anche al fine di supportarle nell'acquisizione di un vantaggio competitivo sui mercati esteri.

competitivo sui mercati esteri.

Saranno considerate prioritarie le misure agevolative che attraverso lo sviluppo di progetti d'innovazione hanno potenziali *ricadute occupazionali* sul territorio, quelle che trovano *addizionalità* di risorse da parte di altri soggetti e quelle che rispondono all'obiettivo europeo della "specializzazione intelligente" che spinge le imprese e i centri di eccellenza a *collaborare*.

### Area dirigenziale: Segretario Generale/Sviluppo di impresa e Regolazione di mercato

	2014	2015	2016
<b>RISORSE STANZIATE</b>	1.370.000	1.470.000	1.470.000

## PRINCIPALI PROGETTUALITÀ

### LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

#### Programma ▶ Contributi e altri interventi finanziari

#### Contributi diretti alle imprese a sostegno della ricerca, innovazione tecnologico-organizzativa e brevettazione

La progettualità ricomprende tre iniziative

- *Bando voucher* per sostenere le PMI in processi d'innovazione, con contributo a copertura delle spese per l'acquisto di servizi per la ricerca e l'innovazione, di assistenza nel partecipare a programmi europei o per l'inserimento di capitale umano qualificato in azienda (temporary manager).
- *Bando Ergon* a favore della stabilizzazione di aggregazioni imprenditoriali nei comparti manifatturiero e cts (commercio-turismo-servizi) che sono impegnate in progetti innovativi.
- *Nuovi Bandi* per le PMI a sostegno di percorsi di trasferimento tecnologico.

#### OBIETTIVI

Sostenere gli investimenti nei processi di innovazione effettuati dalle micro, piccole e medie imprese, facilitando così il loro avvicinamento ai temi dello sviluppo tecnologico e dell'innovazione, che sono elementi fondamentali per la loro competitività.

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Incremento della propensione all'innovazione del territorio: coinvolgimento e supporto alle imprese che per la prima volta accedono ai bandi	$\Sigma$ nuove imprese beneficiarie	Numero	$\geq 25$
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		750.000	250.000

#### DESTINATARI

MPMI della provincia di Varese.

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

### Programma ▶ Contributi e altri interventi finanziari

#### Bando “Innovazione per progetti di comunicazione digitale delle MPMI della provincia di Varese anche in vista di Expo 2015”

L'utilizzo dei digital media nelle attività di comunicazione delle micro, piccole e medie imprese (MPMI) richiede nuove competenze e in molti casi, si registrano difficoltà che portano ad un ritardo nell'approccio e nella sperimentazione della comunicazione digitale. Il web, invece, in più di un contesto si è già rivelato un alleato “low cost” delle piccole imprese nel farsi conoscere e conquistare nuovi mercati (anche esteri). Allo stesso tempo, l'affacciarsi delle imprese all'e-commerce, alla progettazione e sviluppo di applicazioni web/mobile/social, alla gestione della reputazione on-line, crea l'opportunità di sostenere l'inserimento e/o la stabilizzazione di professionalità legate a tali progetti d'innovazione e, quindi, d'innescare una ricaduta occupazionale sul territorio e/o esperienze lavorative per i giovani della provincia di Varese. L'emissione di un bando finalizzato potrà sostenere questi percorsi innovativi favorendo l'inserimento di figure professionali.

#### OBIETTIVI

Sostenere le imprese della provincia di Varese che realizzeranno progetti di comunicazione digitale e l'inserimento/stabilizzazione nelle stesse di professionalità necessarie alla realizzazione del progetto, ricercando fortemente una ricaduta occupazionale sul territorio e/o esperienze lavorative per i giovani della provincia di Varese. Una misura del bando sarà riservata alle imprese cooperative e sociali.

#### RISULTATI ATTESI

- Introduzione nelle PMI della provincia di Varese di nuovi processi comunicativi e modelli di business basati sugli strumenti web 2.0, al fine di aggiungere valore ai prodotti e servizi, farsi conoscere sul web e conquistare nuovi mercati (anche esteri).
- Inserimento professionale di giovani e stabilizzazione di lavoratori per progetti di comunicazione digitale.

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Professionalità inserite in azienda dedicate alla realizzazione del progetto di comunicazione digitale (under 35 o stabilizzazioni contrattuali, o nuovi contratti a progetto)	$\Sigma$ professionalità dedicate alla realizzazione del progetto di comunicazione digitale	Numero	$\geq 28$
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		100.000	-

#### DESTINATARI

- MPMI della provincia di Varese.

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

### Programma ▶ Contributi e altri interventi finanziari

#### Contributi alle reti imprenditoriali impegnate in processi di internazionalizzazione

Promozione dei processi di internazionalizzazione delle imprese lombarde con il sostegno a progetti di internazionalizzazione in forma aggregata, quale strumento di rafforzamento della competitività sistemica del territorio. I progetti dovranno svilupparsi in un percorso strutturato di internazionalizzazione che preveda un insieme articolato di azioni, indirizzato allo sviluppo - in cooperazione tra le imprese della rete - di iniziative rivolte alla promozione commerciale e industriale su un paese estero.

#### OBIETTIVI

Consolidare le reti costituite da micro, piccole e medie imprese che si pongono l'obiettivo di presentarsi congiuntamente sui mercati internazionali.

#### RISULTATI ATTESI

- attivazione di percorsi di internazionalizzazione tramite l'aggregazione in rete
- incremento della competitività sul mercato delle imprese della rete
- razionalizzazione dei costi per l'effetto di economie di rete
- valorizzazione e scambio di conoscenze e competenze funzionali alla penetrazione commerciale e produttiva delle imprese della rete

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Coinvolgimento e supporto alle imprese varesine inserite in una logica di rete	$\sum$ imprese varesine partecipanti a reti che beneficiano del contributo	Numero	$\geq 3$
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		220.000	20.000

#### DESTINATARI

Reti di imprese costituite da un minimo di 3 imprese con sede legale in Lombardia.

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

### Programma ▶ Contributi e altri interventi finanziari

#### Sostegno finanziario alle imprese per l'internazionalizzazione

Promozione di interventi per sostenere ed incentivare le attività di internazionalizzazione delle imprese varesine attraverso l'erogazione di contributi per la partecipazione a manifestazioni fieristiche a carattere internazionale in Italia e all'estero.

Contributo al Comitato Promotore Distretto Aerospaziale Lombardo per la prosecuzione delle attività avviate nel corso del 2013.

#### OBIETTIVI

Sostenere gli investimenti nei processi di internazionalizzazione effettuati dalla micro, piccole e medie imprese, facilitando così il loro avvicinamento a nuovi mercati di sbocco, attraverso contributi diretti alle imprese e alle loro aggregazioni.

#### RISULTATI ATTESI

Accrescere il bacino delle imprese beneficiarie del contributo

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Incremento del bacino delle imprese beneficiarie del contributo	Nuove imprese beneficiarie / Totale imprese	%	≥35%
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		300.000	-

#### DESTINATARI

Micro, piccole e medie imprese della provincia di Varese

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

### Programma ▶ Aggregazioni d'impresa

L'aggregazione consente alle imprese di beneficiare di ulteriori competenze e specializzazioni, determina la virtuosa circolazione del sapere, genera innovazione, produce maggiore efficienza, irrobustisce la competitività. *Pertanto, la Camera di Commercio proseguirà nel supportare i processi in atto di aggregazione e svolgere una capillare animazione e informazione su questi temi vincendo le residue resistenze culturali su questo obiettivo.*

Il programma camerale si caratterizza quindi con misure indirizzate ad attivare e rafforzare i processi di aggregazione imprenditoriale, quale forma di sostegno alla stabilizzazione, sviluppo e accrescimento competitivo. In questo ambito particolare valore acquisiscono le azioni di diffusione delle informazioni e di miglioramento delle condizioni per la costituzione (ad es. matching ed assistenza tecnico-giuridica) e per l'operatività delle aggregazioni imprenditoriali, valorizzando le competenze maturate nel tempo, supportando lo sviluppo di servizi comuni fra imprese, con particolare attenzione all'innovazione e all'internazionalizzazione.

In questo contesto rientrano gli interventi a favore del settore tessile tesi a favorire lo sviluppo e l'applicazione di strumenti, modelli innovativi e di tracciabilità, anche mediante la messa a disposizione di voucher a favore delle imprese del comparto, nonché i processi di formazione, informazione sui mercati esteri e relativi contatti diretti tramite incontri B2B (*incoming e outgoing* di delegazioni).

### Area dirigenziale: Segretario Generale/Sviluppo di impresa e Regolazione di mercato

	2014	2015	2016
<b>RISORSE STANZIATE</b>	1.290.000	1.130.000	1.130.000

## PRINCIPALI PROGETTUALITÀ

### LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

#### Programma ▶ Aggregazioni d'impresa

#### Smart Innovation

Nell'ambito della concertazione verranno individuate progettualità con immediate ricadute sulle imprese, dedicate all'innovazione di processo e di prodotto. Ad esempio attraverso la diffusione dei sistemi RFID - Radio Frequency Identification - e della tecnologia NFC - Near Field Communication, presso le PMI del territorio in modo trasversale tra i settori quali strumenti di trasferimento tecnologico in grado di accelerare e facilitare l'adozione di nuove tecnologie in azienda, combinando l'innovazione con i correlati necessari cambiamenti organizzativi. In questo ambito verranno altresì favoriti percorsi per la valorizzazione dei titoli di proprietà industriale con apposite misure di accompagnamento.

#### OBIETTIVI

Supportare, attraverso misure agevolative dirette alle imprese, iniziative ad alto contenuto tecnologico per la diffusione dell'innovazione tecnologica ed organizzativa e per la tutela e valorizzazione della proprietà industriale

#### RISULTATI ATTESI

Favorire la diffusione tra le piccole e medie imprese di tecnologie innovative ad alto impatto competitivo

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Realizzazione di almeno un progetto condiviso	$\sum$ progetti	Numero	$\geq 1$
RISORSE DESTINATE		Oneri	Proventi
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		100.000	-
DESTINATARI			
PMI di tutti i settori			

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

### Programma ►Aggregazioni d'impresa

#### Progetto cluster manifatturiero

Le collaborazioni informali e le reti caratterizzano sempre più il tessuto economico della provincia di Varese, il cui settore preponderante è il manifatturiero. Attraverso il progetto si vuole sostenere lo sviluppo, le attività di innovazione e di internazionalizzazione del cluster manifatturiero in provincia di Varese.

#### OBIETTIVI

Sostenere lo sviluppo, le attività d'innovazione ed internazionalizzazione del cluster manifatturiero in provincia di Varese.

#### RISULTATI ATTESI

- creazione e rafforzamento di collaborazioni tra le imprese, primariamente a livello di trasferimento tecnologico;
- innovazione come azione di sistema, che possa coinvolgere anche imprese di minor dimensione
- promozione della competitività delle aggregazioni imprenditoriali sui mercati nazionali ed internazionali.

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Imprese manifatturiere della provincia di Varese beneficiarie del progetto	$\sum$ imprese beneficiarie del progetto	Numero	$\geq 30$
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		100.000	-

#### DESTINATARI

- PMI della provincia di Varese, appartenenti al comparto manifatturiero.

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

### Programma ▶ Aggregazioni d'impresa

#### Trasferimento tecnologico per le aggregazioni imprenditoriali

##### (Energy cluster e altri progetti)

Le attività della Camera di Commercio di valorizzazione della logica di rete sono orientate, oltre allo sviluppo di una maggiore interazione tra imprese e mondo della ricerca, anche al rafforzamento di collaborazioni tra le imprese, primariamente a livello di trasferimento tecnologico incentivando l'innovazione come azione di sistema, oltre che come strumento per la promozione della competitività della rete sui mercati nazionali ed internazionali.

##### OBIETTIVI

Sostenere lo sviluppo competitivo delle aggregazioni imprenditoriali della provincia di Varese, che già collaborano in forma stabile e che sono impegnate in progetti d'innovazione e trasferimento tecnologico.

##### RISULTATI ATTESI

- rafforzamento di collaborazioni tra le imprese, primariamente a livello di trasferimento tecnologico
- innovazione come azione di sistema, che possa coinvolgere anche imprese di minor dimensione
- promozione della competitività delle aggregazioni imprenditoriali sui mercati nazionali ed internazionali.

##### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Imprese della provincia di Varese, interessate ad operare in rete ed effettivamente coinvolte nelle attività di progetto	$\Sigma$ imprese beneficiarie del progetto	Numero	$\geq 30$

##### RISORSE DESTINATE

	Oneri	Proventi
Risorse da anni precedenti	-	-
Anno 2014	60.000	-

##### DESTINATARI

- Imprese della provincia di Varese e le aggregazioni imprenditoriali a cui partecipano in forma stabile.

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

### Programma ►Aggregazioni d'impresa

#### Europa per le imprese: rete EEN e altri progetti

La Camera di Commercio aderisce dal 2008 – in qualità di *cooperation partner* – alla rete europea EEN (*Enterprise Europe Network*), creata dalla Commissione europea per assistere in modo capillare le PMI e orientarle su politiche, programmi e finanziamenti dell'Unione Europea. Oltre alle attività che accomunano i partner della rete EEN, sono state rafforzate altre collaborazioni a livello europeo per assistere le imprese su fronti specifici come quello degli appalti.

#### OBIETTIVI

Favorire le collaborazioni imprenditoriali per la partecipazione a bandi/progetti/gare d'appalto europei e/o opportunità di business a livello europeo. In particolare, si apriranno nuove opportunità di finanziamento nel periodo 2014-2020, grazie ai programmi Horizon 2020 e COSME d'interesse per il mondo imprenditoriale.

#### RISULTATI ATTESI

- incrementare l'accesso ai fondi europei (appalti inclusi) da parte delle imprese della provincia di Varese;
- favorire nuovi contatti per opportunità di business in nuovi mercati;
- fornire supporto informativo ed assistenza, con particolare riferimento ai temi della R&S, dell'innovazione e del trasferimento tecnologico a livello europeo.

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Incremento dei contatti inseriti nel <i>Business Cooperation and Technology Database</i> della Commissione europea, contenente i profili delle imprese interessate alla cooperazione transnazionale	$\Sigma$ contatti	Numero	$\geq 5$
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		60.000	-

#### DESTINATARI

- Imprese della provincia di Varese

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

### Programma ►Aggregazioni d'impresa

#### I venti dell'innovazione

Si intende riproporre anche nel 2014 un ciclo d'incontri periodici, avviato nel 2012, di approfondimento sull'innovazione per dar voce agli esperti e agli imprenditori. Si punterà a trattare argomenti e temi nuovi sempre con l'obiettivo della diffusione dei temi dell'innovazione e la condivisione delle nuove prassi valorizzando sempre più in modo trasversale la voce di tutti i comparti economici interessati da processi di evoluzione e cambiamento.

#### OBIETTIVI

Esplorare – in aiuto al sistema imprese – gli scenari sui quali si fonda lo sviluppo economico del prossimo futuro, gli strumenti di diffusione dell'innovazione e di trasferimento tecnologico già a loro disposizione e per incontrare comparti con i quali sviluppare percorsi/progettualità in tema di innovazione (centri di trasferimento tecnologico, best practice imprenditoriali, giovani professionalità, start-up d'impresa innovative, Università e centri di eccellenza).

#### RISULTATI ATTESI

- rete di "conversazione e azione", fondata sul dialogo tra gli imprenditori e gli esperti e caratterizzata dallo scambio di conoscenze/idee e, laddove possibile, dalla quale scaturiscano opportunità di business e collaborazioni tecnico-scientifiche.

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Follow up "I venti dell'innovazione", registrati/segnalati	$\Sigma$ attività/iniziativa/collaborazioni nate in seguito agli incontri "I venti dell'Innovazione"	Numero	≥10
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		20.000	-

#### DESTINATARI

- Imprese della provincia di Varese
- Associazioni di categoria ed enti locali
- Università e centri di eccellenza
- Mondo della scuola

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

### Programma ►Aggregazioni d'impresa

#### Progetti a favore del tessile abbigliamento

L'industria del comparto tessile – abbigliamento e moda costituisce una componente fondamentale del settore manifatturiero varesino, sia in termini occupazionali, sia in termini di volumi totali di produzione e di creazione di valore aggiunto. Da diverso tempo, tuttavia, essa sta sperimentando una dinamica negativa, che pone il settore nella necessità di interventi in grado di favorirne la riqualificazione. Per l'anno 2014, in continuità con le annualità precedenti, la Camera di Commercio di Varese garantirà il suo sostegno al comparto, per il tramite del Centro Tessile Cotoniero, promuovendo progettualità nell'ambito dell'innovazione e ricerca tecnologica, approfondimento delle normative in vigore nei mercati internazionali e tutela del prodotto "Made in Italy".

#### OBIETTIVI

Riqualificazione delle imprese del comparto Tessile Abbigliamento e Moda mediante sostegno alla realizzazione di investimenti materiali e immateriali volti a garantire innovazione di competenze, di materiali e di prodotti

#### RISULTATI ATTESI

Realizzazione di progettualità innovative, per il tramite di CentroCot, volte alla riconversione del settore verso dinamiche positive e suo riposizionamento su un mercato globale soggetto a spinte competitive estreme.

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Progettualità innovative	$\sum$ progettualità	Numero	$\geq 3$
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
	Risorse da anni precedenti	-	-
	Anno 2014	155.000	-

#### DESTINATARI

Intero comparto Tessile Abbigliamento e Moda

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

### Programma ►Aggregazioni d'impresa

#### Promozione del Sistema TF – Traceability & Fashion nella provincia di Varese

TF – Traceability & Fashion è il sistema di tracciabilità volontario delle Camere di Commercio italiane, promosso da Unioncamere e gestito da Unionfiliere, per riqualificare e valorizzare i prodotti delle filiere Oro e Moda, protagoniste del Made in Italy. La progettualità è finalizzata alla prosecuzione degli interventi di rafforzamento della competitività delle imprese del comparto tessile – abbigliamento e moda, attraverso l'adozione di un sistema volontario di tracciabilità dell'origine dei prodotti.

La progettualità verrà candidata a valere sul fondo perequativo 2014 che presenta apposita linea di finanziamento: *“Sviluppo sostenibile: promozione e tutela del made in Italy attraverso la valorizzazione dei sistemi di qualità e di tracciabilità nazionali per le filiere della moda, della nautica, dell'edilizia e dell'abitare sostenibile”*

#### OBIETTIVI

Ad oggi, sono oltre 30 le imprese della provincia di Varese che hanno richiesto la certificazione, con un rilevante incremento progressivo rispetto agli anni passati. Il dato permette di affermare che la tracciabilità è percepita come un valore aggiunto, in un mercato globale sempre più competitivo. Incremento del numero di imprese certificate.

#### RISULTATI ATTESI

Rafforzamento dell'identità del progetto TF - Traceability & Fashion e diffusione del sistema TF presso le nuove aziende. Fidelizzazione delle aziende già certificate anche attraverso l'individuazione di premialità a loro dedicate. Copertura dei costi relativi al rilascio ed al rinnovo delle certificazioni TF.

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Numero di imprese certificate	$\sum$ imprese certificate	Numero	$\geq 30$

#### RISORSE DESTINATE

	Oneri	Proventi
Risorse da anni precedenti	-	-
Anno 2014	15.000	5.000

#### DESTINATARI

Intero comparto Tessile Abbigliamento Moda: imprese interessate alla Certificazione e loro fornitori.

**LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE**

**Programma ▶ Aggregazioni d'impresa**

**Progetti di cooperazione e responsabilità sociale**

Valutare in sede di concertazione sociale il sostegno a progetti di cooperazione e responsabilità sociale, anche attraverso l'erogazione di apposite misure contributive, oltre a stimolare occasioni di riflessione sull'imprenditorialità sociale dalle quali far emergere necessità, opportunità e bisogni di questo particolare settore.

**OBIETTIVI**

Sostenere e valorizzare il mondo dell'imprenditoria sociale, tramite progettualità mirate alle esigenze delle imprese.

**RISULTATI ATTESI**

Sostenere la nuova imprenditoria sociale e i processi di cambiamento/aggiornamento/innovazione di quella esistente.

**INDICATORI**

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Realizzazione di almeno un progetto condiviso	$\Sigma$ progetti	Numero	$\geq 1$
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		30.000	-

**DESTINATARI**

Soggetti economici e imprese del territorio

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

### Programma ►Aggregazioni d'impresa

#### Azioni di promozione sui mercati trainanti

Proseguiranno, ampliandole, le azioni di valorizzazione del "Sistema Varese" in Cina e più in generale nei mercati trainanti (BRICS, Next Eleven, etc.) attraverso l'assistenza alle imprese varesine che vi operano. Le attività riguarderanno:

- informazioni e assistenza;
- consulenza tecnica;
- rapporti con le istituzioni locali;
- organizzazione di specifici eventi in loco.

#### OBIETTIVI

Supportare le imprese varesine che intendono avviare rapporti di collaborazione, ovvero implementare il proprio posizionamento sui mercati trainanti attraverso informazioni e assistenza specializzata.

#### RISULTATI ATTESI

Ampliare la platea delle imprese varesine che operano con il mercato cinese e gli altri mercati trainanti.

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Rispetto del budget di progetto	$\Sigma$ risorse	€	≤ 40.000,00
Realizzazione delle iniziative programmate	Iniziative realizzate/iniziative programmate	%	90%
Grado di soddisfazione del servizio offerto alle imprese	Scala da 1 a 4	Punteggio	≥3

#### RISORSE DESTINATE

	Oneri	Proventi
Risorse da anni precedenti	-	-
Anno 2014	40.000	-

#### DESTINATARI

Soggetti economici e imprese del territorio.

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

### Programma ►Aggregazioni d'impresa

#### Internazionalizzazione delle imprese: verso un soggetto unico locale

Prosecuzione nell'attività formativa, informativa e di primo orientamento sui mercati esteri.

In un contesto economico come quello varesino, che vede le imprese caratterizzarsi per una forte propensione all'export (oltre 38% del fatturato), la Camera di Commercio è particolarmente attiva nel supporto all'internazionalizzazione. Nel corso del 2014 proseguirà, per il tramite di Promovarese o del soggetto unico locale, l'attività sulle tre seguenti linee di intervento:

- tradizionali canali di informazione, formazione e assistenza specialistica (Sportello LombardiaPoint);
- individuazione di controparti estere con le quali stabilire rapporti continuativi di collaborazione;
- organizzazione di focus paese ed incontri b2b, in coerenza con i mercati target in chiave Expo 2015;
- sviluppo di sinergie con gli attori dell'internazionalizzazione, sia a livello locale che di sistema camerale per massimizzare i benefici.

#### OBIETTIVI

Stimolare e sostenere l'approccio ai mercati esteri delle micro, piccole e medie imprese della provincia di Varese. Promuovere l'attrattiva degli investimenti sul territorio e proporre iniziative di marketing territoriale soprattutto in chiave Expo 2015.

#### RISULTATI ATTESI

- potenziamento delle competenze aziendali rispetto alle problematiche legate all'export
- sviluppo della conoscenza dei mercati esteri e della consapevolezza dei relativi rischi/opportunità
- valorizzazione dei contatti aziendali, attraverso l'ampliamento del ventaglio di servizi camerali di cui le aziende "clienti" usufruiscono
- sviluppo di proficue relazioni economiche per "posizionare" Varese sullo scenario internazionale

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Costo medio sostenuto dalla Camera di Commercio per partecipante ai seminari tecnici	costo complessivo seminario/ numero di partecipanti	€	< 100
Organizzazione di almeno 4 focus tematici durante l'anno	n. Focus/12 mesi	Numero	4
Grado di soddisfazione del servizio offerto alle imprese	Scala da 1 a 5	Punteggio	≥ 4
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
Risorse da anni precedenti		60.000	-
Anno 2014		470.000	-

#### DESTINATARI

Soggetti economici e imprese del territorio.

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

### Programma ►Aggregazioni d'impresa

#### LET3 - Lombardy export trade

Prosecuzione del progetto di scouting e accompagnamento a supporto dei processi di internazionalizzazione delle imprese "matricola", attraverso l'affiancamento della figura di un export temporary manager alle imprese che aderiscono al progetto.

Il progetto L.E.T.3, a valere sul Fondo di Perequazione 2013, sulla scorta dell'esperienza raccolta con i progetti L.E.T e L.E.T. GO! intende riconfermare l'attenzione al tema dell'internazionalizzazione delle micro e piccole imprese attraverso un percorso che metta in luce le potenzialità delle stesse formandole, coinvolgendole e stimolandole ad aprirsi verso i mercati esteri per accrescere la propria competitività e quella dell'intero sistema paese.

#### OBIETTIVI

Stimolare e sostenere l'approccio ai mercati esteri delle micro, piccole e medie imprese "matricola" della provincia di Varese, attraverso un percorso di affiancamento a ETM (figure specializzate in marketing internazionale ed export management).

#### RISULTATI ATTESI

- valutazione dell'attitudine all'export delle imprese che si avvicinano al progetto (*competence selection*)
- acquisizione da parte delle imprese partecipanti di una metodologia di approccio ai mercati esteri, replicabile anche oltre la durata del progetto
- definizione di un programma di internazionalizzazione, condiviso con le imprese partecipanti, articolato in interventi commerciali e di marketing internazionale
- reportistica finale con database dei contatti sviluppati

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Numero di imprese che partecipano al percorso di <i>coaching</i> a livello provinciale	$\sum$ imprese	Numero	$\geq 8$
Grado di soddisfazione del servizio offerto alle imprese	Punteggio	Scala da 1 a 5	$\geq 3$
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		50.000	25.000

#### DESTINATARI

Imprese del territorio che non hanno mai intrapreso un percorso di internazionalizzazione o lo hanno avviato solo in maniera sporadica (imprese "matricola")

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

### Programma ►Aggregazioni d'impresa

#### Sviluppo sostenibile: promozione e tutela del made in Italy

##### Qualità e tracciabilità tessile e arredo casa

Da tempo la Camera di Commercio ha scelto di investire in progetti di qualificazione della filiera moda, come quello della tracciabilità volontaria TFashion, che mettono al centro dell'attenzione l'impresa ed il suo prodotto, la sua storia, il sistema valoriale che esprime la sua identità grazie anche al supporto tecnico garantito da Centrocot S.p.A.

La progettualità è candidata a valere sul fondo perequativo.

##### OBIETTIVI

Prevedere azioni di promozione e sostegno per le aziende della filiera moda, in particolare per quelle che, adottando la tracciabilità TFashion, hanno inteso qualificare le proprie produzioni ed investire su quei valori immateriali sempre più richiesti da un mercato globalizzato.

##### RISULTATI ATTESI

- segmentazione delle diverse tipologie di imprese della filiera moda per individuare quelle che, per le loro caratteristiche strutturali, hanno le migliori possibilità di affermarsi all'estero;
- sostegno alle eccellenze del comparto;
- innesco di un effetto traino da parte delle aziende con maggiore potenziale di crescita dell'export, nei confronti delle altre aziende (soprattutto se la filiera è integrata, anche attraverso strumenti come la tracciabilità e contratti di rete).

##### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Numero. di imprese coinvolte nel progetto	$\sum$ imprese	Numero	5
Livello di soddisfazione delle imprese	Scala da 1 a 5	Punteggio	$\geq 3$
RISORSE DESTINATE		Oneri	Proventi
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		30.000	10.000

##### DESTINATARI

Imprese varesine della filiera moda, in particolare quelle che adottando la tracciabilità TFashion.

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

### Programma ►Aggregazioni d'impresa

#### Distretto aerospaziale

Prosecuzione degli interventi mirati a sostenere il programma di internazionalizzazione del Distretto Aerospaziale Lombardo, con particolare riferimento alle imprese varesine del comparto.

#### OBIETTIVI

Sostenere l'internazionalizzazione delle imprese varesine del comparto aerospaziale attraverso, in particolare: azioni di *outgoing* alle principali fiere e eventi internazionali; azioni di *incoming* rivolte a *prime contractor* e *sub-prime*, supporto alle piccole e medie imprese per l'ottenimento delle certificazioni in ambito aeronautico e spaziale; avvicinamento delle pmi ai programmi europei di ricerca e sviluppo tecnologico.

#### RISULTATI ATTESI

- partecipazione a rassegne internazionali e a iniziative di cooperazione tecnico-produttive
- attività di *networking* con i cluster europei del settore e b2b con i buyer esteri
- sensibilizzazione, formazione e voucher per avviare il percorso di certificazione
- monitoraggio delle opportunità finanziarie europee e assistenza sui bandi.

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Partecipazione a rassegne internazionali	$\sum$ rassegne internazionali	Numero	$\geq 3$
Attività di <i>networking</i> con i cluster europei	$\sum$ relazioni attivate	Numero	$\geq 2$
RISORSE DESTINATE		Oneri	Proventi
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		100.000	-

#### DESTINATARI

Le imprese varesine del comparto aderenti al Distretto Aerospaziale Lombardo

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

### Programma ► Valorizzazione delle competenze

In questo contesto la Camera di Commercio perseguirà alcune misure mirate di sostegno al mercato del lavoro, favorendo una maggior armonizzazione tra la domanda e l'offerta e sviluppando iniziative a supporto dei giovani e della loro formazione. In tal senso potrà essere consolidato il legame tra mondo della scuola e mondo del lavoro, creando occasioni di incontro tra impresa e scuola in stretta collaborazione con gli altri enti e associazioni del territorio. Saranno potenziati e rafforzati i rapporti di collaborazione attivi già da alcuni anni con l'Ufficio Scolastico Territoriale.

Altro obiettivo è la *formazione come arma della competitività* contribuendo alla crescita professionale delle imprese del territorio attraverso un sistema di incentivazione alla formazione realizzato tramite un bando a voucher collettivi rivolto alle piccole e medie imprese della provincia. La Camera di Commercio proseguirà inoltre le iniziative di formazione abilitante per aspiranti imprenditori nel campo delle attività commerciali e della mediazione immobiliare. In particolare si intende promuovere e innovare l'offerta di servizi per gli aspiranti imprenditori dei settori interessati, sia direttamente sia per il tramite di enti di formazione specializzati secondo una logica rispettosa del principio di sussidiarietà.

### Area dirigenziale: Sviluppo di impresa e Regolazione di mercato

	2014	2015	2016
<b>RISORSE STANZIATE</b>	811.267	859.890	782.335

## PRINCIPALI PROGETTUALITÀ

### LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

#### Programma ▶ Valorizzazione delle competenze

#### Formazione imprenditoriale

Voucher formazione multisettoriale: nel corso del 2014 l'ente continuerà a contribuire alla crescita professionale delle imprese con un bando a voucher collettivi rivolto alle piccole e medie imprese della provincia; il bando che nel 2014, sarà alla sua terza edizione, conterrà correttivi tecnici rispetto alle edizioni precedenti disponibili ( inserimento massimali contributo per domanda pervenuta), al fine di garantire un maggior numero di domande di contributo prevenendo sforamenti delle risorse.

#### OBIETTIVI

Contribuire alla crescita professionale delle imprese del territorio sia attraverso un sistema di incentivazione alla formazione realizzato con un bando a voucher collettivi rivolto alle piccole e medie imprese della provincia, sia direttamente organizzando alcuni corsi di formazione legati a specifiche progettualità della Camera di Commercio.

#### RISULTATI ATTESI

Mantenimento di un elevato numero di imprese formate e miglioramento dell'utilizzo delle risorse prenotate con i voucher collettivi

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Utilizzo maggiore delle risorse prenotate	Risorse prenotate/risorse rendicontate	%	≥80%
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		300.000	-

#### DESTINATARI

PMI della provincia di Varese

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

### Programma ▶ Valorizzazione delle competenze

#### Indagini sul mercato del lavoro: Mobilità e tempi della città

##### Le opportunità occupazionali

Sostenere l'attività degli Osservatori ideati come strumenti di analisi e di proposta sui temi di maggiore attualità e interesse per la comunità socio-economica, promuovendo nuove indagini volte ad approfondire gli aspetti più rilevanti, con particolare attenzione al mercato del lavoro e a tutto ciò che gli ruota attorno. In particolare diviene sempre più attuale la comprensione di come evolverà il mercato del lavoro, di quali figure professionali in termini di competenze, esperienze e formazione saranno richieste in futuro dal mondo economico, anche alla luce dei cambiamenti legati alla mobilità delle persone e alle politiche dei tempi delle città.

Verranno analizzati sia i comportamenti di mobilità dei cittadini, dei lavoratori, degli studenti (quanti spostamenti effettuano nella giornata, con quali mezzi, in quali orari, per quali scopi) sia i sistemi di trasporto pubblici e privati al fine di fornire un utile strumento di lavoro a tutti gli Enti che operano sul campo della mobilità nell'area provinciale o che si occupano di piani dei tempi e degli orari delle città. Si valuterà nel corso dell'anno in sede di concertazione con le parti sociali eventuali modifiche e/o integrazioni alla progettualità.

##### OBIETTIVI

La partecipazione alle politiche di sviluppo ed ai tavoli di concertazione e di programmazione a livello territoriale può essere favorita e/o qualificata dalla capacità di fornire precise ed articolate informazioni sull'economia territoriale. Ciò assume particolare rilevanza alla luce della necessità di policies mirate per la realtà locale. Per questo motivo diviene importante continuare a sostenere l'attività degli Osservatori ideati come strumenti di analisi e di proposta sui temi di maggiore attualità e interesse per la comunità socio-economica.

##### RISULTATI ATTESI

Realizzare analisi ed approfondimenti su argomenti importanti che consentano di fornire a tutti gli enti/istituzioni interessati gli strumenti utili per interventi a favore del sistema locale.

L'indagine sarà diffusa con due modalità:

- volume completo (disponibile on line sul sito camerale)
- booklet con sintesi della ricerca (disponibile on line sul sito camerale e alcune copie anche su carta)

##### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Riduzione dei costi di diffusione dell'indagine	$\Sigma$ risorse	€	< 1.000,00 euro
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		80.000	-

##### DESTINATARI

Altre PP. AA., imprese, associazioni di categoria

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

### Programma ►Valorizzazione delle competenze

#### Borse di studio

Questa progettualità intende rafforzare il legame tra il territorio e il suo sistema produttivo e la presenza degli Atenei sul medesimo, considerando questa presenza una delle leve dell'attrattività degli investimenti e complessivamente della competitività di un sistema economico/territoriale. Si intende quindi sostenere anche per il 2014 le due istituzioni universitarie – Università degli Studi dell'Insubria e università Carlo Cattaneo di Castellanza - presenti in provincia di Varese per favorire l'erogazione di borse di studio a favore degli studenti più meritevoli rafforzando i legami di cui sopra.

#### OBIETTIVI

Premiare gli studenti particolarmente meritevoli e la mobilità internazionale degli stessi, e sostenere l'attività di ricerca universitaria, per rispondere:

- alla necessità avvertita dalle piccole e medie imprese della provincia di disporre di figure professionali qualificate sia a livello imprenditoriale che dirigenziale, dotate di una solida base culturale e di una buona preparazione teorico-pratica
- al bisogno di innovazione avvertito dal tessuto economico del territorio e attivabile attraverso una stretta collaborazione tra università e imprese

#### RISULTATI ATTESI

Destinare tutte le risorse agli studenti dell'anno di riferimento nel rispetto delle linee guida dell'ente camerale, promuovendo la visibilità dell'azione della Camera di Commercio con la pubblicazione del logo camerale su tutti i bandi

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Assegnazione di tutti i bandi entro l'anno e esaurimento delle risorse	$\sum$ risorse	€	100%
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		140.000	-

#### DESTINATARI

Studenti frequentanti l'Università Cattaneo di Castellanza e l'Università degli Studi dell'Insubria iscritti alla Facoltà di Economia (possibile deroga: iscrizione ad altra Facoltà con piano di studi di interesse economico). Studenti frequentanti Master di indirizzo economico attivati dall'Università Cattaneo di Castellanza e dall'Università degli Studi dell'Insubria. Studenti neolaureati destinatari di premi per progetti speciali inerenti realizzazione tesi e/o ricerche ovvero a favore di scambi internazionali concordati con l'ente camerale.

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

### Programma ▶ Valorizzazione delle competenze

#### Alternanza scuola-lavoro

La riforma della formazione tecnico professionale e in generale la presenza di numerosi corsi di studi medi superiori in grado di sfociare direttamente nel mercato del lavoro, impone la prosecuzione delle iniziative di alternanza scuola–lavoro poste in essere dalla Camera di Commercio in collaborazione con le associazioni di categoria e con gli istituti scolastici del territorio, finalizzate alla creazione di un ufficio placement, con attività di follow up degli studenti dopo il diploma.

#### OBIETTIVI

Proseguire nell'offerta di un contributo attivo della Camera di Commercio per una maggior armonizzazione tra la domanda e l'offerta di lavoro sviluppando iniziative a supporto dei giovani e della loro formazione. Il risultato delle attività di orientamento, legate allo sviluppo delle competenze personali, fornisce una base per formulare un proprio piano di carriera ed affrontare con maturità e consapevolezza i successivi step di inserimento nel mondo lavorativo.

#### RISULTATI ATTESI

Favorire l'incontro tra impresa e scuola per agevolare l'ingresso degli studenti nel mondo del lavoro, attraverso esperienze di stage. Promuovere l'attività di orientamento per gli studenti e incoraggiare tutte le occasioni di incontro tra impresa e scuola. Potenziare le attività degli Uffici Placement delle scuole per favorire i contatti con le imprese del territorio con la pubblicazione on line sul sito di ciascuna scuola dei curriculum vitae dei diplomati in un data base interrogabile on line direttamente dalle aziende

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Pubblicazione curricula degli studenti diplomati on line	$\sum$ curricula diplomati on line/ n. diplomati	%	≥70%

#### RISORSE DESTINATE

	Oneri	Proventi
Risorse da anni precedenti	-	-
Anno 2014	100.000	-

#### DESTINATARI

Istituti scolastici, studenti, Enti e Istituzioni del territorio, Associazioni di categoria, imprese e lavoratori della provincia.

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

### Programma ▶ Valorizzazione delle competenze

#### Altri interventi in materia di occupazione e occupabilità

In una situazione di contesto ove il tema occupazionale sta divenendo una emergenza, si intendono avviare in via sperimentale diversi progetti volti ad aumentare l'occupazione, l'auto imprenditorialità e l'occupabilità.

Considerate le criticità dello scenario, le iniziative della Camera di Commercio per il sostegno al mercato del lavoro si rivolgeranno a più comparti:

- Interventi volti a favorire l'occupazione tramite incentivi alle imprese collegati a specifiche progettualità
- Interventi nel settore del microcredito, ad oggi ancora sottodimensionato, sia in ambito nazionale che a livello locale, destinati a lavoratori imprenditori in particolari difficoltà e a favore delle imprese del territorio
- Interventi volti a programmare percorsi formativi dei giovani, coerenti con le competenze e le professionalità richieste dalle imprese del territorio

#### OBIETTIVI

Offrire un sostegno ai soggetti economici deboli, ai lavoratori in difficoltà;

Favorire la stabilizzazione dei rapporti di lavoro;

Favorire l'occupabilità dei giovani diplomati della provincia di Varese attraverso una maggiore efficienza nell'incontro domanda-offerta di lavoro e accrescendo le competenze delle persone;

Miglioramento dei livelli occupazionali nelle aziende.

#### RISULTATI ATTESI

Individuazione di un adeguato percorso formativo coerente con i fabbisogni segnalati dal sistema sociale, produttivo ed economico, che consenta un migliore inserimento nel mondo del lavoro

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Progettazione di specifici percorsi formativi per istituti tecnici e professionali (definizione curriculum formativo per competenza)	$\sum$ curricula	Numero	$\geq 1$
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		100.000	-

#### DESTINATARI

MPMI, potenziali imprenditori, lavoratori, studenti, sistema scolastico, UST, Associazioni di categoria, altre PP.AA.

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

### Programma ►Valorizzazione delle competenze

#### Fondazione ITS Lombardo Mobilità Sostenibile

Sostegno alla Fondazione ITS Lombardo Mobilità Sostenibile, con sede a Somma Lombardo, che realizza interventi per lo sviluppo delle politiche attive del lavoro nell'ambito del Sistema Aeroportuale e del Distretto Aerospaziale. Si ritiene questo intervento particolarmente strategico stante l'importanza del settore nell'economia provinciale.

#### OBIETTIVI

La Fondazione si ripromette di avviare percorsi di formazione specialistica e di miglioramento della condizione dell'occupazione di tecnici superiori per la manutenzione di aeromobili, arricchito dalla certificazione ENAC. Quest'ultima è un valore aggiunto determinante per il percorso ITS (in questo momento i soggetti abilitati in Italia a erogare tale servizio di certificazione sono solo 11, tra cui ITS Lombardo Mobilità Sostenibile).

#### RISULTATI ATTESI

Sostenere il percorso formativo dei Tecnici Superiori per la Manutenzione di Aeromobili con la certificazione ENAC (Part 147).

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Mantenimento della certificazione ENAC del percorso di formazione specialistica	SI = 100% NO = 0	SI/NO	SI
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
Risorse da anni precedenti		30.000	-
Anno 2014		-	-

#### DESTINATARI

- Allievi del percorso formativo (provenienti per la maggior parte dalla provincia di Varese)
- Aziende del Comparto Aereo Spaziale della provincia

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

### Programma ►Valorizzazione delle competenze

#### Rapporti bilaterali Italia Svizzera e Progetto Interreg PI.LO.TI.

Realizzazione del progetto PI.LO.TI (Piemonte Lombardia Ticino in rete) che rientra nel Programma di Iniziativa Comunitaria Interreg Italia – Svizzera in qualità di soggetto partner. Si tratta di un'iniziativa pluriennale per lo sviluppo di una collaborazione di rete tra operatori dell'area economica compresa tra le Regioni Lombardia, Piemonte e Cantone Ticino, realizzata in collaborazione con Camera di Commercio del Verbano Cusio Ossola, la Scuola Universitaria Professionale della Svizzera italiana e il Tecnoparco del Lago Maggiore S.p.a.

#### OBIETTIVI

Sviluppare una rete di collaborazione tra i diversi segmenti del lavoro transfrontaliero, atta a promuovere:

- la diffusione di conoscenze in materia di regolamentazione all'accesso del mercato frontaliere del lavoro
- l'interscambio di competenze ed esperienze che valorizzino e favoriscano l'integrazione tra le figure operative di eccellenza presenti nelle regioni confinanti e incoraggino quindi la promozione di azioni congiunte da parte delle imprese con l'obiettivo di acquisire nuovi ambiti di mercato in Europa.

#### RISULTATI ATTESI

Consolidamento sportelli informativi presso Varese e zone limitrofe

Network dei lavori professionali transfrontalieri come nucleo capace di testimoniare e stimolare l'utilità della collaborazione transfrontaliera del lavoro

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Promuovere la conoscenza e l'utilizzo dell'attività degli sportelli con incremento del numero di contatti rispetto al T-1	Contatti anno T / (Contatti anno T - contatti anno T-1)	%	> 5%
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		61.267	34.286

#### DESTINATARI

Lavoratori, imprese, associazioni di categoria.

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

### Programma ▶ Anagrafe delle imprese

Impresa in un giorno, nuove forme societarie, soppressione dei ruoli e liberalizzazioni, soppressione (in Lombardia) dell'albo artigiani e della CPA, fascicolo d'impresa e sviluppo dei SUAP sono tutti elementi di una stessa dinamica recente in cui la centralità del Registro Imprese si impone sempre di più come fattore qualificante di trasparenza e dunque di regolazione del mercato.

*Occorre pertanto sempre di più accompagnare questa tendenza, anche attraverso la valorizzazione del patrimonio statistico/informativo del registro, della sua valenza pubblicitaria nei rapporti commerciali, delle funzioni regolatorie derivanti dal controllo, ove previsto, dei requisiti per lo svolgimento delle attività economiche.*

L'attività da realizzare nel 2014 si innesta in un percorso pluriennale che possa portare a un Registro Imprese sempre più rispondente alla realtà del sistema economico: di qui il rafforzamento di strumenti quali iscrizioni e cancellazioni d'ufficio, da rendere più tempestive, grazie alla telematica e all'interscambio in tempo reale di informazioni con i SUAP; e ancora, percorsi di semplificazione, attività informativa e momenti di formazione degli operatori, per avvicinare maggiormente il R.I. ai suoi utilizzatori.

Un Registro Imprese "open", anche e soprattutto con il coinvolgimento delle rappresentanze delle categorie e dei "grandi utenti", e in grado di rappresentare, in linea con i caratteri distintivi della Camera di Commercio, un partner delle imprese e non una loro controparte.

### Area dirigenziale: Semplificazione e Informazione alle imprese

	2014	2015	2016
<b>RISORSE STANZIATE</b>	<b>RISORSE INTERNE</b>		

## PRINCIPALI PROGETTUALITÀ

### LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

#### Programma ▶ Anagrafe delle imprese

#### OPEN R.I.

Piano articolato di iniziative (tavoli di confronto, formazione degli operatori, potenziamento dei canali informativi) volti a rendere il Registro Imprese più trasparente e ad avviare percorsi virtuosi di semplificazione.

“progetto sospese” e “progetto cancellazioni d’ufficio”: il miglioramento del Registro Imprese passa attraverso l’attuazione dei due percorsi riguardanti la gestione dei sospesi e le cancellazioni d’ufficio, con l’obiettivo nel primo caso di contenere in 45 giorni il ciclo di vita di una pratica irregolare dalla presentazione all’eventuale provvedimento di rifiuto, nel secondo di ripulire l’archivio anagrafico, a cadenze regolari, di tutte le posizioni non più attuali, secondo le procedure previste dalle norme.

#### OBIETTIVI

Incrementare il grado di veridicità e affidabilità dei contenuti del Registro, senza sacrificare la tempestività di aggiornamento

#### RISULTATI ATTESI

Miglioramento delle procedure e del flusso informativo tra il Registro Imprese e i suoi interlocutori;  
Mantenimento degli standard di produttività/qualità del RI;  
Miglioramento gestione sospesi;  
Cancellazioni d’ufficio delle posizioni non più attuali.

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Eventi di divulgazione (incontri, seminari, momenti formativi ecc)	$\sum$ eventi	Numero	10
Rispetto dei tempi di caricamento	Pratiche caricate in 5 gg/pratiche ricevute	%	90%
Mantenimento standard di qualità	Pratiche in errore/pratiche lavorate	%	6%
Riduzione tempi di gestione sospesi	Media	gg	45
Attuazione “progetto cancellazioni d’ufficio”	SAL	%	100%
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		-	-

#### DESTINATARI

Imprese, professionisti, associazioni, altre PPAA

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

### Programma ▶ Anagrafe delle imprese

#### Rete SUAP

Azione congiunta con Regione Lombardia e ANCI per lo *sviluppo e la digitalizzazione degli Sportelli Unici*, con la finalità di applicare concretamente e in modo proficuo per il sistema economico locale il concetto di *“impresa in un giorno”*

#### OBIETTIVI

Favorire l'omogeneizzazione delle procedure tra i SUAP

#### RISULTATI ATTESI

Diffusione dell'applicativo SUAP camerale come front office  
Definizione procedure condivise.

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Utilizzo dell'applicativo SUAP camerale	numero SUAP dotati dell'applicativo camerale / numero SUAP totali	%	40%
Tavoli di lavoro	∑ incontri	Numero	4
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		-	-

#### DESTINATARI

Imprese, professionisti, associazioni, altre PPAA

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DEI MERCATI

### Programma ► VALORIZZAZIONE E TUTELA DELLE ATTIVITÀ ARTIGIANALI

La Camera di Commercio, preposta allo sviluppo dell'economia locale e al servizio delle imprese, ritiene prioritario rivolgersi al comparto dell'artigianato, programmando interventi nell'ottica di: rafforzare e consolidare le imprese artigiane, sostenere i processi di aggregazione e creazione di reti, individuare politiche differenziate, accrescere la cultura d'impresa, sviluppare le attività economiche nel rispetto della salvaguardia dell'ambiente.

Premesso che una consistente parte degli interventi promozionali si rivolgono anche al settore artigiano, quelli specificatamente dedicati al comparto sono finalizzati a:

- riconoscere e favorire le eccellenze nel campo dell'artigianato artistico locale;
- sostenere e incentivare, anche mediante abbattimento costi e corsi di formazione ad hoc, la partecipazione alle più importanti manifestazioni fieristiche dedicate al comparto;
- realizzare azioni di sistema a livello regionale, in collaborazione con la rete camerale, attraverso l'organizzazione di incontri, focus, laboratori tematici di attualità.

### Area dirigenziale: Sviluppo di impresa e Regolazione di mercato

	2014	2015	2016
<b>RISORSE STANZIATE</b>	<b>180.000</b>	<b>180.000</b>	<b>180.00</b>

## PRINCIPALI PROGETTUALITÀ

### LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DEI MERCATI

#### Programma ► VALORIZZAZIONE E TUTELA DELLE ATTIVITÀ ARTIGIANALI

#### Progetto Artigianato Artistico

Nel 2014 proseguiranno le iniziative di valorizzazione delle imprese artigiane con un'attenzione particolare rivolta allo sviluppo di nuove opportunità di mercato, al sostegno dei processi di integrazione con il mondo del design e della scuola, nonché al potenziamento delle forme di collaborazione tra realtà produttive anche appartenenti a differenti categorie merceologiche.

#### OBIETTIVI

- Valorizzare le eccellenze del settore dell'artigianato artistico tradizionale.
- Promuovere l'accesso ai nuovi mercati.
- Favorire la collaborazione tra imprese anche appartenenti a settori merceologici differenti.
- Accrescere l'interesse delle nuove generazioni nei confronti del mondo artigiano quale possibile sbocco professionale.

#### RISULTATI ATTESI

Coinvolgimento imprese settore artigianato artistico.

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Numero imprese coinvolte	$\sum$ imprese	Numero	$\geq 30$
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		100.000	-

#### DESTINATARI

Imprese settore artigianato artistico

**LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DEI MERCATI**

**Programma ► VALORIZZAZIONE E TUTELA DELLE ATTIVITÀ ARTIGIANALI**

**Progetto AF – L’Artigiano in Fiera**

“AF – L’artigiano in Fiera” è la più grande manifestazione internazionale dedicata all’impresa artigiana, un momento di incontro reale con il grande pubblico, un evento che valorizza e riafferma la bellezza e la qualità del prodotto artigianale. La manifestazione vanta ogni anno 2.900 espositori provenienti da 110 Paesi del mondo e oltre 3.000.000 visitatori. A partire dall’ edizione 2013 è stato introdotto un importante elemento di novità, garantendo a tutte le imprese partecipanti un’annualità di e-commerce, mediante apposita piattaforma on line, uno strumento in grado di mantenere sempre vive le relazioni tra aziende e consumatori e di vendere on line i migliori articoli di artigianato. La Camera di Commercio di Varese intende proseguire nel sostegno alle imprese artigiane interessate a partecipare alla manifestazione, adottando misure il più possibile a sostegno diretto delle imprese stesse, mediante pubblicazione di un bando di contributo che garantisca un importante abbattimento dei costi di partecipazione.

**OBIETTIVI**

Sensibilizzare il comparto artigiano del territorio di Varese, affinché colga l’importante occasione di vetrina offerta dalla manifestazione internazionale “AF – L’artigiano in Fiera”

**RISULTATI ATTESI**

Incremento del numero di imprese varesine partecipanti alla manifestazione

**INDICATORI**

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Numero di imprese partecipanti	$\Sigma$ imprese partecipanti	Numero	$\geq 25$
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		80.000	-

**DESTINATARI**

Imprese del comparto artigiano, attive nella produzione di manufatti attinenti la tipologia di manifestazione.

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DEI MERCATI

### Programma ► VALORIZZAZIONE E TUTELA DELLE PRODUZIONI LOCALI

Particolare attenzione sarà dedicata alla crescita del settore promuovendo le produzioni agricole locali più tipiche e in grado di garantire un maggiore valore aggiunto alle imprese. Proseguirà il programma di sostegno alle produzioni di qualità, valorizzando il ruolo dei consorzi e delle associazioni dei produttori presenti sul territorio. Tradizionali e particolarmente apprezzate da un pubblico sempre più vasto, ma anche competente e sensibile, sono le fiere di settore e in particolare “Agrivarese in città” che sarà caratterizzata dalla sempre maggiore sinergia con altri eventi in grado di valorizzarla e “Varese in Fiore” organizzata con successo in via sperimentale nel 2013.

Estensione della presenza coordinata delle aziende agricole, in format ormai consolidati, in altre zone del territorio provinciale.

Il tema delle innovazioni sarà perseguito con interventi di contribuzione diretta alle imprese, soprattutto sul tema del recupero del gap digitale.

- Particolare attenzione sarà, inoltre, dedicata ai temi dell’energia e del risparmio energetico, ed agli interventi diretti al fine di favorire lo strumento della vendita diretta a Km zero.

### Area dirigenziale: Sviluppo di impresa e Regolazione di mercato

	2014	2015	2016
<b>RISORSE STANZIATE</b>	<b>410.000</b>	<b>410.000</b>	<b>410.000</b>

## PRINCIPALI PROGETTUALITÀ

### LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DEI MERCATI

#### Programma ► VALORIZZAZIONE E TUTELA DELLE PRODUZIONI LOCALI

#### Promozione settore agricolo

La Camera di Commercio intende dedicare particolare attenzione alla crescita del settore, promuovendo le produzioni agricole locali più tipiche e in grado di garantire un maggiore valore aggiunto alle imprese. Proseguirà, pertanto, il programma di sostegno alle produzioni di qualità, valorizzando il ruolo dei consorzi e delle associazioni dei produttori presenti sul territorio, che nella programmazione delle singole azioni, si orienteranno specificatamente alla maggiore produttività delle imprese agricole affinché queste ultime possano prepararsi a cogliere la grande opportunità offerta da Expo 2015, il cui tema sarà proprio "Nutrire il Pianeta. Energia per la Vita".

Si prevedono interventi a favore della zootecnia e dell'apicoltura provinciale, florovivaismo, e interventi di contribuzione diretta alle imprese: opportunità di abbattimento costi per coperture assicurative contro calamità naturali, attacchi alle colture e malattie del bestiame e delle piante, aiuti per gli investimenti in materia di vendita diretta a KM zero.

#### OBIETTIVI

Maggiore produttività delle imprese agricole e preparazione delle stesse a cogliere la grande opportunità offerta da Expo 2015, il cui tema sarà proprio "Nutrire il Pianeta. Energia per la Vita"

#### RISULTATI ATTESI

Coinvolgimento, nelle varie iniziative a sostegno del comparto, (compresi i Bandi Contributo), di un numero di imprese maggiore rispetto all'anno 2013.

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Imprese coinvolte nelle varie progettualità	$\Sigma$ imprese	Numero	$\geq 100$
Alunni coinvolti per i progetti di avvicinamento scuole al mondo agricolo	$\Sigma$ alunni	Numero	$\geq 1.000$
Imprese interessate ai bandi di contributo	$\Sigma$ imprese	Numero	$\geq 40$

#### RISORSE DESTINATE

	Oneri	Proventi
Risorse da anni precedenti	-	-
Anno 2014	250.000	-

#### DESTINATARI

L'intero comparto agricolo

**LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DEI MERCATI**

**Programma ► VALORIZZAZIONE E TUTELA DELLE PRODUZIONI LOCALI**

**Agrivarese e altre manifestazioni**

Realizzazione in collaborazione con le Associazioni di categoria e con le Istituzioni locali della manifestazione “Agrivarese in città” secondo il format consolidatosi nelle precedenti edizioni.

Realizzazione della seconda edizione della manifestazione dedicata al florovivaismo, comparto di rilievo nel contesto agricolo provinciale che sta risentendo più di altri della crisi economica degli ultimi anni.

**OBIETTIVI**

Promuovere e valorizzare la produzione agricola locale, nonché favorire l’avvicinamento del grande pubblico (famiglie, bambini e giovani) ai valori e alle professioni del mondo agricolo.

Accrescere la collaborazione tra il settore agricolo e gli altri settori economici, in particolare commercio e ristorazione.

**RISULTATI ATTESI**

Crescita della conoscenza delle imprese locali e dei prodotti/servizi offerti da parte dei residenti in provincia e nelle aree limitrofe (comasco, milanese, Canton Ticino); rafforzamento della collaborazione tra diversi settori economici.

**INDICATORI**

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Coinvolgimento di operatori agricoli	$\sum$ operatori agricoli	Numero	≥80
Coinvolgimento di operatori di altri comparti	$\sum$ operatori altri settori	Numero	≥20
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		160.000	-

**DESTINATARI**

Imprese agricole, imprese del commercio e pubblici esercizi, famiglie, bambini e giovani.

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DEI MERCATI

### Programma ► VALORIZZAZIONE E TUTELA DEL MERCATO E DEL CONSUMATORE

La Camera di Commercio investirà per promuovere e potenziare l'utilizzo dello strumento degli ADR (Alternative Dispute Resolutions) e della mediazione, soprattutto a seguito della reintroduzione del tentativo di Conciliazione in molte materie di contenzioso quale condizione obbligatoria di procedibilità.

Verrà rafforzato il collegamento con la rete regionale delle Camere di Commercio lombarde e con gli altri Organismi di conciliazione (soprattutto pubblici) della provincia di Varese, insieme a una particolare attenzione allo sviluppo qualitativo del servizio, come previsto dagli ultimi interventi del Ministero della Giustizia.

Si rafforzerà il contributo ad assicurare la trasparenza del mercato favorendo la diffusione delle informazioni quale elemento di garanzia di trasparenza e correttezza delle relazioni tra imprese e consumatori. Continuerà, in particolare, a progettare e realizzare interventi di sensibilizzazione e informazione nell'ambito della filiera della "Casa".

Nel perseguire i compiti istituzionali inerenti la tutela del mercato, si rafforzeranno le attività inerenti la metrologia legale e la sorveglianza sugli strumenti di misura, la lotta alla contraffazione dei prodotti, i concorsi a premio, che vedono l'Ente camerale intervenire in qualità di garante della fede pubblica e del consumatore.

Tutto ciò va anche in applicazione del protocollo d'intesa sottoscritto tra Camera di Commercio, Prefettura e Guardia di Finanza sul tema della "Tutela del mercato e dei Consumatori", volto a intensificare l'attività di contrasto della contraffazione e dell'abusivismo, nonché a sviluppare strumenti per garantire la miglior qualità dei prodotti a tutela del mercato.

### Area dirigenziale: Semplificazione e Informazione alle imprese/Sviluppo di impresa e Regolazione di mercato

	2014	2015	2016
<b>RISORSE STANZIATE</b>	<b>305.000</b>	<b>365.000</b>	<b>365.000</b>

## PRINCIPALI PROGETTUALITÀ

### LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DEI MERCATI

#### Programma ► VALORIZZAZIONE E TUTELA DEL MERCATO E DEL CONSUMATORE

#### Salone immobiliare Varese e Busto Arsizio

Con la 4<sup>a</sup> edizione, svoltasi nel 2013, si può considerare del tutto conclusa la fase di start-up della “Casa in Piazza”, salone immobiliare della provincia di Varese.

Per gli anni successivi, l’iniziativa potrà continuare se si verificano le seguenti condizioni, da monitorare insieme alle categorie interessate (immobiliaristi, costruttori, consumatori):

- progressiva riduzione dell’impegno organizzativo e finanziario della Camera di Commercio (e dunque, corrispondente crescente impegno da parte degli operatori coinvolti);
- ampliamento del raggio d’azione dell’evento, in ragione della variabilità territoriale del mercato, prevedendo almeno due edizioni (Varese/Busto Arsizio).

#### OBIETTIVI

Sostenere il mercato immobiliare, quale settore trainante per l’intera economia

#### RISULTATI ATTESI

Realizzazione di due eventi “La Casa in Piazza” con partecipazione sia numerica sia finanziaria, crescente da parte degli operatori.

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Grado di partecipazione degli operatori	$\frac{\text{Partecipanti anno T}}{(\text{partecipanti anno T} - \text{partecipanti anno T-1})}$	%	+20%
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		150.000	-

#### DESTINATARI

Immobiliaristi, costruttori e consumatori

**LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DEI MERCATI**

**Programma ▶ VALORIZZAZIONE E TUTELA DEL MERCATO E DEL CONSUMATORE**

**Regolazione, tutela del mercato e del consumatore**

Svolgimento dell'attività ispettiva in materia di sicurezza generale dei prodotti in genere e in particolare sulla corretta etichettatura di alcune categorie di prodotti (giocattoli, materiale elettrico, dispositivi di protezione individuale, tessili/calzature, prodotti in legno, emissioni di CO2, ...) e sugli adempimenti a carico dei diversi soggetti responsabili, sulla base di quanto previsto nella convenzione rinnovata nel corso del 2013 con il Ministero dello Sviluppo economico per il tramite di Unioncamere Nazionale.

Si prevede di realizzare l'eventuale esame di laboratorio, con strutture convenzionate con il Ministero, di alcuni prodotti prelevati per verificarne la conformità e la sicurezza.

Promozione di iniziative di tutela e difesa dei consumatori (cittadini e/o imprese).

**OBIETTIVI**

Contribuire alla tutela del consumatore e alla sicurezza del mercato, verificando la regolarità dei prodotti in distribuzione e garantendo la concorrenza.

**RISULTATI ATTESI**

Realizzazione delle verifiche previste dal protocollo d'intesa sottoscritto con il Ministero dello Sviluppo Economico in tema di vigilanza sui prodotti.

**INDICATORI**

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Esecuzione delle verifiche e controlli previsti dalla convenzione	Verifiche eseguite nel periodo di validità della convenzione/verifiche previste	%	100%
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		70.000	-

**DESTINATARI**

Imprese, consumatori.

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DEI MERCATI

### Programma ► VALORIZZAZIONE E TUTELA DEL MERCATO E DEL CONSUMATORE

#### Conciliazione e arbitrato

Attività di promozione degli strumenti alternativi di risoluzione delle controversie attraverso la riproposizione di apposite iniziative, che hanno avuto successo nell'annualità precedente (es. gratuità del servizio di mediazione in due mesi dell'anno). Promozione dell'utilizzo della mediazione, favorendo la diffusione della conoscenza dello strumento, anche attraverso la sistematica pubblicazione dei dati di attività relativi alla provincia di Varese sul sito [www.osserva-varese.it](http://www.osserva-varese.it).

#### OBIETTIVI

Tempestività nell'aggiornamento del sito [www.osserva-varese.it](http://www.osserva-varese.it), che raccoglie i dati provinciali sull'andamento dell'attività della mediazione civile attraverso una costante collaborazione con gli Ordini professionali e i Tribunali della provincia, in modo da fornire uno strumento statistico che agevoli lo studio della mediazione e quindi il ricorso ad uno strumento ADR non ancora ampiamente diffuso. Contenimento del tempo necessario all'ufficio per notificare alla controparte l'atto introduttivo del procedimento arbitrale depositato, garantendo a tal fine uno stretto raccordo con Camera Arbitrale di Milano, con la quale è vigente una convenzione per la gestione dei procedimenti.

#### RISULTATI ATTESI

Maggiore conoscenza della mediazione e dell'arbitrato, e maggiore consapevolezza nell'utilizzo degli strumenti ADR anche a seguito della reintroduzione dell'obbligatorietà del tentativo per alcune materie, così come previsto dalla legge 69/2013.

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Mediazione: Raccolta e pubblicazione dei dati sulle mediazioni sul sito <a href="http://www.osserva-varese.it">www.osserva-varese.it</a>	$\sum$ aggiornamenti/anno	Numero	$\geq 6$
Arbitrato: tempestività nella notifica della domanda depositata	$\sum$ giorni	Giorni	$\leq 5$
RISORSE DESTINATE		Oneri	Proventi
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		15.000	-

#### DESTINATARI

Imprese, consumatori, professionisti.

**LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DEI MERCATI**

**Programma ► VALORIZZAZIONE E TUTELA DEL MERCATO E DEL CONSUMATORE**

**Vigilanza e tutela del mercato**

Realizzazione delle verifiche ispettive richieste dagli utenti metrici nell'ambito della loro attività, oltre che in collaborazione con forze di polizia come supporto tecnico della loro attività di vigilanza.  
Svolgimento delle attività di sorveglianza sui laboratori metrologici presenti in provincia di Varese e sull'esecuzione delle verificazioni periodiche.  
Sorveglianza del mercato dell'oreficeria con il prelievo a campione di prodotti orafi da sottoporre poi a verifica di laboratorio.

**OBIETTIVI**

Tutelare il mercato e garantire la fede pubblica nell'ambito dei compiti attribuiti dalla normativa.

**RISULTATI ATTESI**

Maggiore sicurezza e concorrenza a vantaggio degli operatori e del consumatore finale.

**INDICATORI**

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Realizzazione attività ispettiva	Verifiche effettuate nell'anno/totale verifiche richieste dall'utenza	%	80%
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		10.000	-

**DESTINATARI**

Imprese, consumatori

**LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DEI MERCATI**

**Programma ▶ VALORIZZAZIONE E TUTELA DEL MERCATO E DEL CONSUMATORE**

**Progetto Casa**

Continuare a promuovere e diffondere il marchio di garanzia registrato dalla Camera di Commercio che identifica le imprese che si sono impegnate a rispettare le condizioni generali di prestazione del servizio nel settore “Casa” contenuto nell’apposita convenzione. Nel 2014 si continueranno a recepire le istanze del mondo associativo e consumeristico e saranno quindi definite le tematiche di maggior interesse da approfondire e far conoscere (quali ad esempio le forme di acquisto e le tutele nel commercio elettronico, il credito al consumo, la contraffazione, l’amministratore di condominio), in quanto la diffusione delle informazioni favorisce indubbiamente scelte maggiormente consapevoli e una maggiore chiarezza nelle relazioni tra i diversi soggetti presenti nel mercato.

**OBIETTIVI**

Diffondere le informazioni quale elemento di garanzia di trasparenza e correttezza delle relazioni, per contribuire a rendere più chiaro e intelligibile il contesto ambientale entro il quale gli attori del mercato (imprese e consumatori) operano.

Proseguire gli interventi di regolazione nella filiera “Casa”, concentrando l’attenzione soprattutto alla promozione della convenzione casa.

**RISULTATI ATTESI**

Maggiore informazione tra imprese e consumatori nel tema della “Casa” e in altri temi considerati prioritari con conseguente riduzione della conflittualità.

**INDICATORI**

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Diffusione delle informazioni per i consumatori tramite la partecipazione a manifestazioni di rilievo (es. La Casa in Piazza)	$\sum$ fiere	Numero	$\geq 2$
N. imprese aderenti al marchio Casa	Nuove imprese aderenti al marchio anno T/Totale imprese aderenti al marchio anno T-1	%	$\geq 5\%$

**RISORSE DESTINATE**

	Oneri	Proventi
Risorse da anni precedenti	-	-
Anno 2014	30.000	-

**DESTINATARI**

Imprese, consumatori e loro associazioni.

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DEI MERCATI

### Programma ► VALORIZZAZIONE E TUTELA DEL MERCATO E DEL CONSUMATORE

#### Trasparenza e pubblicità di prezzi e tariffe

Nell'ambito delle funzioni di trasparenza del mercato e tutela dei consumi proseguirà l'attività e le progettualità in corso per la trasparenza e la pubblicità dei prezzi. La progettualità comporta la razionalizzazione delle rilevazioni dei prezzi effettuate dalla Camera di Commercio camerale (listino delle opere compiute per l'edilizia, listino dei prezzi degli immobili, listino dei prezzi dei materiali, listino dei prodotti petroliferi) e implementazione della loro diffusione attraverso le modalità telematiche, nonché valorizzazione dei nuovi strumenti online (computo metrico)e/o tramite App per i dispositivi mobile.

#### OBIETTIVI

Promozione dell'utilizzo del listino delle opere edili su supporto informatico mediante la messa a disposizione sul sito camerale di:

- programma per la formulazione di computi personalizzati on line
- prezzari nei formati compatibili con i più importanti software professionali di gestione dei computi e della contabilità di cantiere

#### RISULTATI ATTESI

Pubblicazione dei listini e loro massima diffusione, soprattutto tramite al consultazione on line anche del nuovo programma di computo metrico personalizzato

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
N. accessi on line al programma di computo metrico	Accessi al sito computo metrico prezzi edilizia anno T/(accessi al sito computo metrico prezzi edilizia anno T –accessi al sito computo metrico prezzi edilizia anno T-1)	%	≥10%
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		30.000	-

#### DESTINATARI

Associazioni di categoria, imprese, ordini professionali, consulenti, tribunali della provincia, consumatori

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DEL TERRITORIO

### Programma ► ANIMAZIONE E ATTRATTIVITÀ TURISTICA E COMMERCIALE

La particolare collocazione geografica e la posizione baricentrica rispetto a importanti assi infrastrutturali, la vocazione a un turismo congressuale e leisure favorito da locazioni storiche ma fruibili e da un contesto paesaggistico, naturalistico e storico di primaria importanza e bellezza possono essere gli asset su cui lavorare per una reale politica di attrattività del territorio, nella consapevolezza che tali politiche dovranno essere condivise con gli altri attori istituzionali presenti sul territorio e dei territori vicini (Regione Lombardia, Provincia di Varese, territori del VCO, ecc...).

Altro capitolo ancora poco approfondito ma strettamente legato al tema precedente, è quello dell'attrattività territoriale legata alle attività commerciali dei centri urbani. Il settore, che ha subito e subisce la fortissima concorrenza della grande distribuzione organizzata, a seguito delle riforme regionali che hanno introdotto i modelli di gestione del commercio nelle aree urbane mediante soggetti misti pubblici/privati (Duc, Did) presenta nuove potenzialità e interessanti modelli di sviluppo che si intende valorizzare e rafforzare.

Nel 2013 è stato avviato un Coordinamento territoriale dei Distretti del Commercio al fine di supportare la crescita degli stessi con incontri mensili dedicati a specifiche tematiche, il proseguimento nel 2014 sarà determinato dalla valutazione finale dei risultati ottenuti nel 2013.

Gli obiettivi perseguiti saranno quelli di favorire il rafforzamento del tessuto di relazione, che lega le imprese della stessa filiera commerciale/turistica, mediante azioni di innovazione tecnologica, di supporto allo sviluppo competitivo delle aree commerciali urbane, di sviluppo delle reti turistiche esistenti. Tutti questi elementi concorrono ad aumentare l'attrattività e la competitività del territorio. In questo ambito strategica sarà la capacità di capitalizzare l'evento di Expo 2015.

### Area dirigenziale: Semplificazione e Informazione alle imprese/Sviluppo di impresa e Regolazione di mercato

	2014	2015	2016
<b>RISORSE STANZIATE</b>	<b>1.955.000</b>	<b>1.990.000</b>	<b>1.390.000</b>

## PRINCIPALI PROGETTUALITÀ

### LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DEL TERRITORIO

#### Programma ► ANIMAZIONE E ATTRATTIVITÀ TURISTICA E COMMERCIALE

#### Sostegno Consorzio turistico

Il Consorzio Turistico, unico soggetto consortile operante in provincia di Varese, associa oltre 130 aziende della filiera turistica. La Camera procede da alcuni anni al sostegno di progettualità condivise, tramite contributo, al fine di attivare forme virtuose di sostegno al comparto.

Sono all'esame anche forme alternative di partecipazione più diretta alla programmazione delle attività del Consorzio.

#### OBIETTIVI

Sviluppo delle attività di promozione e commercializzazione delle imprese associate sia nell'area congressi, sia nell'area leisure.

Implementazione della filiera turistica in termini quantitativi e qualitativi;

Incremento delle relazioni e degli accordi di partnership con i più importanti soggetti del territorio

Promozione e commercializzazione di prodotti turistici aggregati (club di prodotto).

#### RISULTATI ATTESI

Azioni promo commerciali (partecipazione fiere, sales blitz, educational, ecc.) su mercato nazionale ed internazionale con target di riferimento business e leisure

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Condivisione e sostegno ad almeno una progettualità	$\Sigma$ progetti	Numero	$\geq 3$
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		120.000	-

#### DESTINATARI

Consorzio Turistico

**LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DEL TERRITORIO**

**Programma ► ANIMAZIONE E ATTRATTIVITÀ TURISTICA E COMMERCIALE**

**Interventi promozionali a favore del turismo**

Partecipazione e/o avvio di progetti di promozione turistica ed attrattività del territorio. La Camera di Commercio di Varese sostiene direttamente o tramite contributi progettualità provenienti dai sistemi associativi e dalle imprese per aumentare l'attrattività del sistema territoriale e turistico, accedendo alle banche dati statistiche per forniti dagli osservatori regionali e aderendo a progetti di sistema (ADP).

**OBIETTIVI**

Stimolo e condivisione di progettazioni che possano dare alle imprese turistiche del territorio una benefica ricaduta in termini di visibilità promozionale e supporto con monitoraggio statistico del mercato locale

**RISULTATI ATTESI**

Partecipazione alle azioni promozionali previste da progetti ADP Unione Regionale  
Accesso e condivisione ai dati statistici forniti da osservatori regionali  
Adesione a progetti di collaborazione con il sistema camerale

**INDICATORI**

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Partecipazione progetti di collaborazione	$\Sigma$ progetti	Numero	$\geq 4$
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		100.000	-

**DESTINATARI**

Imprese varesine del settore.

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DEL TERRITORIO

### Programma ► ANIMAZIONE E ATTRATTIVITÀ TURISTICA E COMMERCIALE

#### Progetto Club di prodotto e attrattività del territorio

In occasione di EXPO 2015 la Camera ha rilanciato una azione mirata al sostegno dell'economia turistica del territorio, stimolando le imprese alla presentazione di progettualità su una call legata a progetti di marchi e/o club di prodotto, seguendo le tendenze più recenti del mercato turistico nazionale e internazionale sempre più concentrato sul turismo motivazionale. Le risorse camerali a disposizione, addizionate da risorse regionali, per la realizzazione di iniziative finalizzate allo sviluppo dell'economia turistica, dell'attrattività e dell'animazione commerciale del territorio. Il bando prevede una contribuzione economica e messa in opera delle azioni di accompagnamento ed affiancamento alle imprese aggregate in "club di prodotto" a seguito della pubblicazione di bando triennale, capitalizzando l'evento Expo 2015.

#### OBIETTIVI

Attraverso la formazione di aggregazioni le imprese beneficeranno di:  
aumento potere contrattuale, incremento competitività, accrescimento di professionalità, sviluppo di strategie di vendita, stimolo a migliorare l'innovazione di prodotto e di processo

#### RISULTATI ATTESI

Costituzione di nuovi marchi/ club di prodotto turistici sostenibili che presentino caratteri di unicità, attrattività internazionale e non replicabilità per formulare un'offerta turistica di tipo esperienziale.

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Costituzione di club di prodotto	$\Sigma$ club di prodotto	Numero	>3
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
Risorse da anni precedenti		100.000	-
Anno 2014		510.000	300.000

#### DESTINATARI

Imprese del territorio, associazioni enti e istituzioni.

**LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DEL TERRITORIO**

**Programma ► ANIMAZIONE E ATTRATTIVITÀ TURISTICA E COMMERCIALE**

**Progetto Interreg Lago Maggiore blue Lake**

Promozione dell'offerta turistica congressuale, che presenta interessanti margini di crescita, attraverso il rafforzamento dei rapporti di collaborazione dei convention bureau operanti intorno al Lago Maggiore, al fine di incrementare la presenza turistica sui comuni rivieraschi. Infatti il Lago Maggiore costituisce un potenziale di attrattività da implementare soprattutto in alcuni periodi dell'anno e in alcune destinazioni che vedono ancora una presenza turistica minore. Le azioni congiunte con gli altri Bureau consente sinergie di risorse e potenzialità di intervento maggiore e con maggiori ricadute.

**OBIETTIVI**

Consolidare i flussi di clientela e accrescere la domanda, attraverso una strategia di comunicazione e promozione condivisa del Lago Maggiore come destinazione di turismo congressuale e d'affari.

**RISULTATI ATTESI**

Azioni di promozione congiunta, aggiornamento e consulenza agli operatori sviluppo di network congressuale tra i soggetti coinvolti.

**INDICATORI**

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Coinvolgimento in azioni promozionali	$\sum$ azioni promozionali	Numero	>2
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		45.000	23.640

**DESTINATARI**

Imprese varesine del settore turistico/congressuale

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DEL TERRITORIO

### Programma ► ANIMAZIONE E ATTRATTIVITÀ TURISTICA E COMMERCIALE

#### Marchio qualità ristorante e alberghi

Le politiche della qualità costituiscono una leva determinate e distintiva dell'offerta turistica di un territorio. In questo ambito si conferma, d'intesa con le associazioni maggiormente rappresentative del comparto, di procedere al rinnovo, per il tramite dell'intervento di Isnart (progetto a cadenza biennale), della certificazione "Marchio di Qualità", riconoscimento attribuito a quelle strutture alberghiere e di ristorazione che rispettino determinati standard qualitativi e che rispondano a criteri pre-determinati di tipicità e di ospitalità.

#### OBIETTIVI

Sviluppare un circuito ricettivo e ristorativo di qualità per valorizzare l'intero territorio, offrendo ai turisti la garanzia di un prodotto qualitativamente certificato e monitorato

#### RISULTATI ATTESI

- Sensibilizzare gli operatori turistici ad una cultura e modelli di ospitalità di qualità
- Richiamare l'attenzione dei media verso le varie destinazioni dei territori provinciali
- Promuovere sui mercati nazionali ed esteri le strutture di qualità del territorio

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Incremento imprese certificate	$\sum$ imprese	Numero	>150
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		80.000	30.000

#### DESTINATARI

Strutture ricettive e ristoranti

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DEL TERRITORIO

### Programma ► ANIMAZIONE E ATTRATTIVITÀ TURISTICA E COMMERCIALE

#### Expo 2015

La Camera di Commercio, anche in base a un accordo maturato tra Regione Lombardia e sistema camerale, ha incominciato nel 2013 un percorso in direzione di Expo Milano 2015, proponendosi con un ruolo di guida e punto di riferimento sul territorio. È infatti necessario avvicinarsi alla grande manifestazione (stime parlano di: 20 milioni di visitatori; un indotto di 70 miliardi di fatturato e 29 miliardi di valore aggiunto; 200mila posti di lavoro) con una visione globale, rivolta a tutti i settori economici potenzialmente interessati dall'evento (turismo, servizi, trasporti e logistica, produzione) che nell'ente camerale trovano la loro rappresentanza come sistema imprenditoriale. L'azione della Camera di Commercio verso Expo è articolata nelle "5 strade verso Expo 2015" (INFORMARE, ATTRARRE, ACCOGLIERE, ESPORRE, LAVORARE), che in gran parte troveranno attuazione nell'ambito delle linee strategiche che i documenti di programmazione dell'ente hanno delineato (internazionalizzazione, mercato del lavoro, turismo ecc); esiste però un'esigenza di coordinamento e di informazione generale sull'evento e sulle opportunità che da esso scaturiranno, riconducibile alla strada INFORMARE, che occorre affrontare in maniera sistemica e con una visione unitaria.

Altro scenario che è opportuno affrontare con un approccio territoriale è quello della presenza e visibilità all'interno di Expo Milano 2015: sono in corso approfondimenti con le altre Camere di Commercio lombarde per valutare modalità e opportunità di una partecipazione collettiva, di livello regionale, alla rassegna universale.

#### OBIETTIVI

Favorire il coordinamento territoriale delle iniziative per Expo Milano 2015, accrescendo il ruolo dell'ente camerale e evitando per quanto possibile la dispersione di risorse.

#### RISULTATI ATTESI

Promozione di una presenza territoriale significativa ad Expo Milano 2015

Sviluppo del sito [www.varesexpo.it](http://www.varesexpo.it) e miglioramento della circolazione delle informazioni sulle opportunità per le imprese

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Incremento contatti web/social	$\frac{\text{Contatti anno } T}{\text{contatti anno } T-1}$	%	+10%
Eventi di divulgazione	$\sum$ eventi di divulgazione	Numero	4
Accordi per la presenza territoriale ad Expo Milano 2015	$\sum$ presenze territoriali	Numero	1
RISORSE DESTINATE		Oneri	Proventi
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		450.000	19.000

#### DESTINATARI

Imprese, associazioni, enti locali, cittadini

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DEL TERRITORIO

### Programma ► ANIMAZIONE E ATTRATTIVITÀ TURISTICA E COMMERCIALE

#### Distretti del Commercio

Bando a sostegno dei Distretti del Commercio 2014: concessione di contributi a sostegno delle attività di comunicazione, monitoraggio delle performance, animazione del tessuto commerciale e formazione degli operatori coinvolti. Si tratta della settima edizione del Bando Camerale che, anno per anno, ha sostenuto la crescita di queste realtà che orientano lo sviluppo del commercio nei centri urbani. Il 2014 sarà anno di affinamento degli strumenti che accompagneranno queste realtà, con appositi interventi nel bando, cercando di aumentarne l'attrattività commerciale in vista di Expo 2015.

#### OBIETTIVI

Sostegno alle politiche di accrescimento della qualità e dell'offerta commerciale per dare un valore aggiunto e maggiore qualificazione alle attività dei Distretti del Commercio nell'ambito delle aree tematiche di sviluppo di azioni di promozione, sviluppo di azioni di comunicazione, attività di monitoraggio delle performance di Distretto e sviluppo di attività di formazione rivolte agli operatori di settore.

#### RISULTATI ATTESI

Promuovere il commercio come efficace fattore di aggregazione in grado di attivare non solo dinamiche economiche, ma anche sociali e culturali al fine di trasformare i centri urbani in poli di attrazione per il "consumo" di tempo libero.

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Erogare la percentuale più alta possibile di risorse disponibili	Risorse erogate/Risorse stanziare	%	≥90
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		200.000	-

#### DESTINATARI

I 15 Distretti del Commercio della provincia di Varese

**LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DEL TERRITORIO**

**Programma ► ANIMAZIONE E ATTRATTIVITÀ TURISTICA E COMMERCIALE**

**Progetto Mopic**

Accompagnare e coordinare la presenza dei Distretti varesini al salone internazionale dell'insediamento commerciale, a condizione che i risultati della partecipazione al triennio di manifestazioni precedenti forniscano i presupposti per aumentarne la capacità dei Distretti di essere interlocutori dei retailers, degli sviluppatori e degli immobilariisti del campo del commercio.

**OBIETTIVI**

Aumentare la visibilità d'immagine dei Distretti del Commercio che si presenteranno a Mopic come unica offerta territoriale, anche se differenziata, consolidando il ruolo di interlocuzione stabile per gli investitori.

**RISULTATI ATTESI**

Supportare i Distretti del Commercio ad essere riconosciuti come interlocutori, anche a livello internazionale, per la programmazione commerciale e la promozione del settore.

**INDICATORI**

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Distretti partecipanti	$\sum$ Distretti	Numero	$\geq 3$
Numero contatti per Distretto partecipante	$\sum$ Contatti	Numero	$\geq 20$

**RISORSE DESTINATE**

	Oneri	Proventi
Risorse da anni precedenti	-	-
Anno 2014	50.000	-

**DESTINATARI**

I Distretti del Commercio della provincia di Varese

**LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DEL TERRITORIO**

**Programma ► ANIMAZIONE E ATTRATTIVITÀ TURISTICA E COMMERCIALE**

**Promozione del territorio e attrazione investimenti**

Attività di promozione della ricettività del territorio oltre che di valorizzazione delle sedi camerali. Gli importi indicati derivano dai risultati economici, ricavati per saldo dal bilancio preventivo dell'azienda speciale su questo filone di attività.

**OBIETTIVI**

Incremento del fatturato delle due strutture Centro Congressi Ville Ponti e Centro Espositivo Malpensafiere, riduzione dei costi di gestione mediante razionalizzazione delle risorse e delle attività e conseguente diminuzione del contributo camerale.

**RISULTATI ATTESI**

Razionalizzazione delle risorse con conseguente contenimento del contributo camerale

**INDICATORI**

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Contenimento disavanzo	Margine di contribuzione	€	≤300.000
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
	Risorse da anni precedenti	-	-
	Anno 2014	300.000	-

**DESTINATARI**

Azienda speciale Promovarese

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DEL TERRITORIO

### Programma ► INFORMAZIONE ECONOMICA E STATISTICA

Le attività di raccolta dati, ricerca e informazione si pongono in modo trasversale rispetto a tutti i servizi camerali, a supporto di essi. Diviene prioritario, quindi, mettere a disposizione il patrimonio di conoscenze sviluppato nell'Ente e diffonderlo in modo efficace ai diversi target di utenti e stakeholders: associazioni, imprese, cittadini e opinione pubblica in genere.

Le modalità, il communication mix, i canali di diffusione si avvarranno sempre più delle tecnologie innovative, lungo la direttrice dell'e-government e di una pubblica amministrazione effettivamente paperless. L'attività di comunicazione tenderà ad essere sempre più diretta e mirata, implementando l'interazione attraverso i canali social in grado di sviluppare vere e proprie reti di informazione, ascolto e condivisione. Una grossa fetta di utenza camerale avrà comunque bisogno, anche nell'era della digitalizzazione, di un contatto con gli sportelli fisici, per i quali si rende necessario un percorso di razionalizzazione, in grado di allineare le modalità di erogazione e la qualità del servizio alle effettive esigenze dell'utenza, intese sia come bisogni diffusi (economicità dell'utilizzo delle risorse) sia come bisogni collettivi (efficienza ed efficacia dell'azione amministrativa). Da qui il ripensamento dei servizi sul territorio, per quanto riguarda gli orari di sportello, le sedi, le modalità di accesso, anche sulla base del monitoraggio dell'esistente.

Una informazione, dunque, non è fine a se stessa, ma di servizio e supporto al processo di continua evoluzione dell'Ente nei rapporti interni ed esterni. Nell'ambito dell'attività di informazione economica, uno spazio particolare sarà dedicato al tema dell'autoimprenditorialità e del supporto alla "nuova impresa" (o "impresa nuova", intesa come impresa in fase di ampliamento/riqualificazione), anche attraverso la valorizzazione di reti di servizi e di competenze provenienti da altri soggetti istituzionali o di mercato.

### Area dirigenziale: Segretario Generale/Semplificazione e Informazione alle imprese

	2014	2015	2016
<b>RISORSE STANZIATE</b>	738.000	763.000	728.000

## PRINCIPALI PROGETTUALITÀ

### LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DEL TERRITORIO

#### Programma ► INFORMAZIONE ECONOMICA E STATISTICA

### Erogazione di informazione economica alle imprese: InfoPoint e progetto nuove imprese

Razionalizzare e modernizzare l'attività di servizio al pubblico in ottica promozionale e di supporto alla crescita economica. Con tale finalità è stato sviluppato un progetto pluriennale per la gestione del servizio al pubblico affidato all'azienda speciale Promovarese.

Per il 2014, il progetto intende potenziare il processo di razionalizzazione e modernizzazione delle attività di servizio al pubblico, incrementando, tra l'altro, l'offerta dei servizi on-line, consolidando e sviluppando ulteriormente un pacchetto informativo di qualità in relazione alle procedure di apertura di nuove attività ed accentuando l'ottica promozionale del servizio.

Inoltre si intende dare continuità alle iniziative sulla neo imprenditoria (optando, ove possibile, per una collaborazione con le altre CdC lombarde e/o il sistema regionale), attraverso l'individuazione dei percorsi ritenuti più idonei a supportare la nascita e lo sviluppo di nuove imprese (es. servizi reali di accompagnamento, attività formative, azioni di mentoring sulle imprese neo-costituite, strumenti di accesso al credito, contributi a fondo perduto).

#### OBIETTIVI

Informare, orientare, erogare e promuovere i servizi della Camera di Commercio.

Sostenere la diffusione della cultura imprenditoriale e la creazione di nuove imprese con particolare riferimento, alla luce del dato congiunturale sulle imprese giovanili attive che si colloca al di sotto della media nazionale, all'imprenditoria giovanile ed alle start up innovative.

#### RISULTATI ATTESI

Razionalizzare i processi di informazione nei confronti dell'utenza e degli stakeholders; sviluppare l'erogazione dei servizi offerti online; strutturare un servizio di orientamento alle tematiche nuove imprese/imprese nuove.

I risultati attesi (e i relativi indicatori) dipendono strettamente dagli strumenti individuati per il raggiungimento degli obiettivi e potrebbero essere declinati su distinte linee di attività:

- sistemi integrati di servizi reali (es. informazione, orientamento, formazione, assistenza personalizzata, rete, ecc.);
- strumenti di accesso al microcredito per l'agevolazione delle spese di avvio, di investimento e di prima gestione nella nuova impresa;
- contributi a fondo perduto per la copertura delle spese di avvio, di investimento e di prima gestione nella nuova impresa.

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Incremento delle richieste gestite virtual-mente ed evoluzione dei servizi on line	Servizi erogati on-line / Totale servizi erogati	%	+ 5%
Contatti/ricieste informazioni da parte di aspiranti imprenditori	∑ contatti	Numero	≥ 500 contatti
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		430.000	-

#### DESTINATARI

Imprese, aspiranti imprenditori, associazioni, professionisti, altre PPAA

**LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DEL TERRITORIO**

**Programma ► INFORMAZIONE ECONOMICA E STATISTICA**

**Semplificazione e E-gov**

La Camera di Commercio è ormai unanimemente percepita come un motore di semplificazione amministrativa: occorre operare affinché questo non rimanga uno slogan privo di significato, agendo su vari fronti.

Uno su tutti quello della digitalizzazione: nel 2014 saranno consolidati specifici percorsi con altre amministrazioni, quali Tribunali, sportelli unici e cosiddetti “enti terzi”.

**OBIETTIVI**

Favorire la semplificazione amministrativa anche attraverso gli strumenti di digitalizzazione

**RISULTATI ATTESI**

Azzeramento comunicazioni cartacee

**INDICATORI**

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Azzeramento delle comunicazioni cartacee Tribunale/RI	Comunicazioni cartacee / Totale comunicazioni	%	99%
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		60.000	-

**DESTINATARI**

Imprese, associazioni, professionisti, altre PPAA

**LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DEL TERRITORIO**

**Programma ► INFORMAZIONE ECONOMICA E STATISTICA**

**Diffusione informazione economica (fiere, eventi, ecc.)**

Selezione e diffusione verso gli organi della stampa delle informazioni provenienti dalle varie aree di attività dell'Ente attraverso comunicati stampa e conferenze stampa; diffusione delle informazioni economiche a favore delle imprese attraverso newsletter, direct mailing, brochure informative, siti internet e implementazione della rete social in una prospettiva di sempre maggiore trasparenza e vicinanza.

Qualificazione dei contatti già esistenti nella CRM e implementazione della banca dati ai fini di una più articolata segmentazione dei destinatari della comunicazione dell'Ente.

**OBIETTIVI**

Orientare la comunicazione dell'Ente in modo sempre più diretto e mirato verso i diversi segmenti di pubblico

**RISULTATI ATTESI**

Incremento della comunicazione diretta attraverso i diversi canali online

**INDICATORI**

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Rilevazione del numero dei contatti sui social network utilizzati	Contatti anno T / (Contatti anno T - Contatti anno T-1)	%	+10%

**RISORSE DESTINATE**

	Oneri	Proventi
Risorse da anni precedenti	-	-
Anno 2014	158.000	-

**DESTINATARI**

Imprese, professionisti, stakeholders, cittadini.

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DEL TERRITORIO

### Programma ► INFORMAZIONE ECONOMICA E STATISTICA

#### Osservatori e indagini congiunturali

E' ormai culturalmente diffusa la consapevolezza sulla rilevanza del ruolo della statistica come strumento di conoscenza a supporto non solo delle politiche economiche ma anche delle scelte strategiche aziendali, in un contesto in cui i fenomeni economici, sociali e ambientali da misurare e da valutare tendono ad essere sempre più complessi.

Alle più consolidate analisi quantitative si affiancheranno quindi a partire da quest'anno alcuni sondaggi qualitativi per approfondimenti settoriali e indagini qualitative su temi di maggiore attualità.

Quanto al sito "Osserva", innovativo strumento di osservazione permanente dell'economia provinciale che offre online una lettura strutturata delle informazioni economiche relative al territorio, si opererà per un potenziamento dei contenuti.

Considerata la forte focalizzazione sui temi del lavoro si procederà inoltre con l'aggiornamento costante del sistema di monitoraggio dell'occupazione.

Un supporto verrà infine assicurato alle attività del Tavolo per la Competitività e lo Sviluppo, per la condivisione delle conoscenze e l'interpretazione dei fenomeni socio-economici di maggiore rilievo per il nostro territorio

#### OBIETTIVI

Fornire elementi sempre più articolati e integrati di conoscenza e di valutazione dei fenomeni socio-economici

#### RISULTATI ATTESI

Produzione di analisi settoriali

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Elaborazione analisi statistiche settoriali	$\sum$ schede di sintesi quali-quantitativa	Numero	$\geq 20$
<b>RISORSE DESTINATE</b>		<b>Oneri</b>	<b>Proventi</b>
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		90.000	-

#### DESTINATARI

Imprese, organizzazioni di rappresentanza, enti, studenti, cittadini

## LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DEL TERRITORIO

### Focus ► PROMOZIONE TEMI INFRASTRUTTURE

Lo sviluppo delle infrastrutture rappresenta, soprattutto nei momenti di recessione, un elemento di rilancio dell'economia da un duplice punto di vista:

- ricadute immediate derivanti dall'”effetto cantiere”;
- prospettive di crescita nel m/l termine grazie all'incremento di competitività del territorio generato dalla nuova opera.

L'ente camerale, pur non avendo competenze dirette in ordine alla realizzazione di infrastrutture, ha il dovere istituzionale di promuovere attraverso studi, ricerche, convegni, l'attuazione di programmi di governo tendenti al miglioramento della dotazione infrastrutturale e dunque, come detto, alla crescita economica locale.

Occorre pertanto dare voce alle aspettative del sistema imprenditoriale locale, come accaduto anche nella storia recente con gli studi di fattibilità per l'autostrada regionale Varese-Como-Lecco, contribuendo ad alimentare il dibattito e portare i decisori politici a prendere posizioni nette e decise sulla programmazione territoriale.

### Area dirigenziale: Semplificazione e Informazione alle imprese

	2014	2015	2016
<b>RISORSE STANZIATE</b>	150.000	100.000	100.000

## PRINCIPALI PROGETTUALITÀ

### LINEA DI INTERVENTO: COMPETITIVITÀ DEL TERRITORIO

#### Focus ► PROMOZIONE TEMI INFRASTRUTTURE

#### Infrastrutture: attività di animazione e divulgativa

Nel 2014 si proseguirà nell'azione di divulgazione ed approfondimento dei temi infrastrutturali, con l'individuazione, in accordo con gli stakeholder della Camera di Commercio, di specifici argomenti da sviluppare, anche in collaborazione con centri di ricerca e strutture specializzate del sistema camerale, e successivamente valorizzare in momenti di discussione sul territorio (eventi, talk show, campagne stampa, osservatori, pubblicazioni ecc), guidati e gestiti dagli esponenti di vertice dell'Ente camerale insieme alle rappresentanze di categoria.

#### OBIETTIVI

Stimolare il dibattito sul territorio in relazione allo sviluppo infrastrutturale e alle opportunità di crescita economica a livello locale

#### RISULTATI ATTESI

Realizzazione di studi/ricerche/eventi di divulgazione dei temi rilevanti in campo infrastrutturale

#### INDICATORI

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Incontri/eventi di divulgazione	$\sum$ interventi	Numero	2
RISORSE DESTINATE		Oneri	Proventi
Risorse da anni precedenti		-	-
Anno 2014		100.000	-

#### DESTINATARI

Imprese, sistema associativo, Enti e Istituzioni.