

# **RELAZIONE PREVISIONALE E PROGRAMMATICA ANNO 2008**

## **1 – Premessa**

L'attività della Camera di Commercio deve essere esplicitata per esprimere i valori di cui essa è portatrice in una realtà di contesto dove l'agire quotidiano deve favorire uno sviluppo complessivo ed equilibrato.

Non a caso l'Ente camerale è il punto d'incontro tra imprese e cittadini, tra imprese e mercato, tra imprese e istituzioni. Pertanto, l'impegno è quello di promuovere e valorizzare il tessuto produttivo locale e di realizzare interventi infrastrutturali, materiali e immateriali, per rendere competitivi i sistemi territoriali di imprese.

Come "motore dello sviluppo" la Camera di Commercio dovrà continuare ed essere la forza trainante della crescita realizzando progetti strategici in sinergia con le altre istituzioni e il mondo imprenditoriale.

## **2 – Ruolo propulsivo**

Negli ultimi anni la Camera di Commercio di Brindisi si è distinta per un intenso e costante impegno a favore del sistema economico territoriale attraverso:

- il rafforzamento del suo ruolo istituzionale;
- la proposizione e l'accompagnamento di programmi volti a valorizzare le identità e le vocazioni dei sistemi territoriali locali;
- l'accresciuta visibilità esterna e presenza sui mass-media,

- l'ampliamento delle sue competenze in materie economiche e contributo sostanziale alla semplificazione amministrativa e all'e-government per le imprese.

Nell'ottica di una continuità strategica, nell'indirizzo programmatico per il prossimo biennio sarà centrale l'ulteriore rafforzamento dei suddetti compiti per il raggiungimento di un duplice obiettivo:

- affermare la Camera come elemento propulsivo per il sistema economico territoriale e come fondamentale struttura al suo servizio;
- promuovere il massimo livello di coesione e collaborazione con la rappresentanza associativa per il rafforzamento dell'autonomia funzionale rispetto al mondo politico.

Il ruolo propulsivo implica che la Camera diventi sempre più un laboratorio di cultura economica per lo sviluppo di impresa che attraverso una approfondita e attenta analisi dei processi di sviluppo economico promuova l'innovazione quale leva principale dello sviluppo. Ulteriore impulso proverrà anche dallo sviluppo di attività volte a valorizzare le risorse del territorio. Tutto ciò potrà compiersi, da una parte intensificando l'azione volta a promuovere l'immagine, a sensibilizzare l'attenzione di operatori e opinione pubblica sui temi prioritari del sistema economico locale, dall'altra rafforzando l'interazione e l'integrazione tra la Camera e le associazioni professionali e imprenditoriali e le istituzioni locali, quale scelta strategica per valorizzare il proprio ruolo di autonomia funzionale.

### **3 – Le aree tematiche prioritarie**

Una efficace azione della Camera tesa a favorire lo sviluppo dell'economia locale passa attraverso la selezione di alcune priorità strategiche che sono:

## **1. Interventi sul fronte interno**

### *1.1. L'organizzazione aziendale*

L'innovazione tecnologica e la semplificazione amministrativa sono l'obiettivo principale delle strategie generali che devono governare le azioni della Camera. Occorre agire principalmente sulle seguenti variabili:

- la riduzione dei tempi di attesa negli uffici;
- la riduzione dei tempi di gestione dei procedimenti;
- il linguaggio e la semplificazione degli adempimenti.

Pertanto, l'approccio strategico sarà orientato a sviluppare la capacità di adattarsi costantemente ai mutamenti del contesto. In primis, è essenziale un'attenta comunicazione orientata sia all'esterno che all'interno dell'Ente al fine di rendere i soggetti interessati partecipi e corresponsabili dei cambiamenti. La comunicazione è lo strumento per promuovere i servizi e per assicurare alle imprese la conoscenza delle decisioni e delle funzioni istituzionali. All'interno dell'Ente occorre rendere sistematico l'uso di un linguaggio comprensibile attraverso l'introduzione di regole condivise da tutto il personale. L'insieme di queste azioni consentirà alla camera di migliorare la capacità di anticipare i bisogni delle imprese mantenendo un atteggiamento pro-attivo verso la soluzione dei problemi.

## **2. Interventi per le imprese**

### *2.1 la promozione, la progettazione, la realizzazione e la gestione di infrastrutture materiali e immateriali.*

Il patrimonio infrastrutturale è elemento determinante di un'area geografica per attrarre attività economiche e di favorire un'evoluzione sociale equilibrata.

In un contesto locale, come quello della nostra provincia ad alto indice infrastrutturale ma afflitto da pesanti carenze gestionali, appare improrogabile mettere in atto azioni che rafforzino quantitativamente e qualitativamente detto patrimonio affrontando alcuni nodi critici come:

- la difficoltà di porre in essere modalità realizzative e gestionali;
- la complessità amministrativa;
- l'insufficiente disponibilità di risorse pubbliche.

La Camera di Commercio, nel suo ruolo cruciale nella strategia di sviluppo infrastrutturale, dovrà divenire il vero e proprio motore dell'azione di adeguamento del patrimonio infrastrutturale locale attraverso interventi che:

- rafforzino le interazioni ed aggregazioni tra i vari attori del territorio sia nel processo di ideazione di opere che nel raggiungimento in tempi rapidi di decisioni definitive;
- possano comprendere le esigenze dei vari contesti infrastrutturali, partecipando nel contempo alla determinazione delle priorità attuative;
- possano confermare o accrescere la propria partecipazione finanziaria;
- possano individuare strumenti giuridici che semplifichi il processo decisionale e le fasi di realizzazione.

## ***2.2. l'internazionalizzazione.***

In un'economia globalizzata, l'internazionalizzazione costituisce la condizione imprescindibile per la crescita dei sistemi economici locali. Infatti le sfide sempre più crescenti e complesse che attendono le imprese richiedono il potenziamento di iniziative a sostegno dell'espansione estera delle imprese da renderle il più possibile coerenti con le diverse esigenze, nonché ad individuare modalità di valorizzazione delle produzioni

fortemente ancorate alle tradizioni territoriali senza tralasciare il rilancio dei saperi e delle abilità locali.

La Camera, pertanto, deve promuovere:

- l'internazionalizzazione delle filiere. Occorre sviluppare "la cultura dell'internazionalizzazione" al fine di favorire l'espansione estera non solo delle singole imprese ma anche e soprattutto di aggregati di operatori che opportunamente integrati sono in grado di presentare nei mercati esteri offerte qualitativamente e quantitativamente rilevanti;
- la presenza delle imprese locali in partenariati e cooperazione transnazionale;
- la diffusione delle buone pratiche al fine di favorire una maturazione strategica e gestionale nelle imprese;
- la collaborazione tra imprese di dimensione e visibilità internazionale diversa.

### 2.3. L'innovazione e trasferimento tecnologico

La competitività e lo sviluppo economico di un territorio passa attraverso l'innovazione. La Camera di Commercio, in quanto istituzione economica volta a favorire uno sviluppo integrato, deve rilanciare e propagare la cultura dell'innovazione ed accompagnare il sistema produttivo aumentandone la capacità innovativa. A tale scopo occorre puntare ad accrescere il grado di innovatività della produzione, specialmente, dei settori maturi introducendo nelle aziende processi innovativi non solo tecnologici ma anche di design, di marketing e di strategie distributive. L'impegno della nostra Camera è quello di supportare gli start-up ad alta intensità tecnologica, possibilmente anche finanziariamente attraverso la costituzione di fondi rotativi, nonché mettendo a disposizione competenze per l'immissione di idee e brevetti. Tale approccio potrà trovare applicazione promuovendo la cultura brevettale e la creazione di strutture preposte all'innovazione in analogia ai laboratori di ricerca e sviluppo.

## ***2.4. Il Marketing territoriale***

Il marketing territoriale promuove lo sviluppo sistematico dei diversi fattori che determinano l'attrattività di un territorio. La Camera di Commercio, per la sua naturale configurazione di istituzione incardinata nel sistema economico e sociale del proprio territorio, di organismo di convergenza delle competenze e delle istanze di tutte le forze produttive attraverso le organizzazioni imprenditoriali e professionali che compongono il proprio consiglio e di essere un sistema a rete idoneo a promuovere progetti di sviluppo di respiro spaziale e temporale, si deve porre al centro di un governo di alto profilo istituzionale e tecnico che definisca e metta in atto una strategia in grado di accrescere il potenziale attrattivo del territorio. Pertanto, insieme agli organi di governo politico locale, la Camera di Commercio deve promuovere e realizzare progetti che, aggregando interessi e risorse diverse, possano diventare volano di sviluppo economico e fattore di significativa attrazione del territorio. Si pensi a valorizzare le produzioni tipiche locali, il patrimonio artistico-culturale, la gastronomia, le strutture ricettive, l'artigianato artistico. In particolare temi unificanti per l'impostazione di queste strategie sono:

- Utilizzazione di know-how e nuove tecnologie per aumentare la competitività dei prodotti e dei servizi dei territori in questione.
- Miglioramento della qualità di vita nelle zone rurali.
- Valorizzazione dei prodotti tipici locali, in particolare agevolando mediante un'azione collettiva l'accesso ai mercati per le piccole strutture produttive e per il sistema della cooperazione agroalimentare.
- Recupero dell'identità delle aree rurali.

In questi temi potrebbe rientrare la realizzazione di piccole strutture aziendali (laboratori) per la trasformazione, per lo stoccaggio e l'affinamento dei prodotti ottenuti dalle coltivazioni ad es. di mandorlo, di fico, di melo cotogno, di melograno, di "melo e pero nostrano", nonché di prodotti lattiero-caseari come caciotte, formaggi stagionati e ricotte provenienti da allevamenti ovi-caprini prevalentemente al pascolo. Ma anche la

realizzazione di punti vendita aziendali esclusivamente per i prodotti tipici dell'enogastronomia del territorio. Ma anche interventi per aumentare la ricettività extralberghiera del territorio, ed in particolare delle aree rurali, creando posti letto con la formula del Bed & Breakfast. Con l'obiettivo di migliorare l'utilizzazione del patrimonio immobiliare esistente e favorire l'accoglienza dell'enogastronauta con spazi informativi e di degustazione dei vini e dei prodotti tipici dell'area.

Inoltre è necessario portare a termine la realizzazione del laboratorio per le analisi alimentari e, una volta avviato, fare in modo che gli attori del mondo agricolo ed agroindustriale abbiano una parte attiva nelle attività di gestione e funzionamento.

Riguardo alle manifestazioni che promuovono il territorio in loco, ma anche a quelle al di fuori del territorio provinciale, vengono concordate congiuntamente secondo una tempistica che consenta di programmare al meglio gli eventi (pianificare alcuni mesi prima in modo da permettere azioni di informazione e coinvolgimento di aziende potenzialmente interessate a parteciparvi).

Si prevede, altresì, di effettuare nel 2008 interventi su progetti specifici proposti dai CAT o da altri soggetti facenti capo alle Associazioni di Categoria rientranti nel Marketing Territoriale. Saranno, altresì, realizzati studi e ricerche storiche sull'industria in provincia di Brindisi.

## ***2.5. La Formazione e l'Università***

La strategia di sviluppo socio-economico di un territorio comprende la formazione del capitale umano.

Il mercato globale impone alle imprese e alla pubblica amministrazione maggiori competenze gestionali e tecnico-produttive. Da tempo la Camera di Commercio è impegnata, tramite la sua Azienda Speciale "ISFORES", nella formazione imprenditoriale e professionale di base, nonché all'aggiornamento professionale e la formazione manageriale. Direttamente, la Camera di Commercio di Brindisi è partner

con le altre istituzioni locali per la istituzioni di Facoltà e corsi di laurea nella provincia al fine di creare un sistema universitario regionale.

In questa direzione, attraverso Isfores e PromoBrindisi, vengono avviati interventi di informazione e formazione mirati al comparto agricolo e agroalimentare e che fungono da supporto alle strategie di marketing territoriale elencate al precedente punto.

### ***2.6.Credito e finanza***

Nelle relazioni tra il sistema delle imprese, in particolare quelle di dimensione medie o medio piccole, e il sistema finanziario, la Camera intende assumere un ruolo di primo piano in considerazione che le Banche sono una componente importante del sistema camerale, agendo sulle strategie di fondo più che su quello delle azioni. La Camera, oltre a svolgere il compito di favorire l'accesso delle aziende al mercato del credito, deve attuare un processo di cambiamento culturale che tende al superamento di un atavico antagonismo tra banca e impresa. A tal fine fondamentale è la collaborazione tra la Camera e le organizzazioni territoriali che svolgono servizi di assistenza al credito, favorendo nel contempo il processo evolutivo dei Consorzi di Garanzia fidi. Significativo è altresì il sostegno finanziario volto a incrementare le garanzie collettive e a promuovere il reperimento di forme specifiche di capitale di rischio, come la partecipazione a fondi di *seed capital*

### ***2.7 L'informazione economica***

La Camera di Commercio è in grado di produrre numerosi rapporti periodici che possano offrire un quadro analitico ed ampio spettro dell'economia locale. Il patrimonio di conoscenza socioeconomica deve essere rafforzato e valorizzato al meglio. Ciò per affermare che la Camera è un laboratorio di cultura economica per lo sviluppo delle imprese nel territorio.



A tal fine occorre mettere a disposizione del sistema produttivo, delle istituzioni e dei cittadini il suo grande patrimonio informativo costituito dai dati contenuti nei registri e negli albi camerali e nelle altre banche dati di cui il sistema camerale si è dotato. Inoltre, deve svolgere attività di monitoraggio e di studio del sistema economico provinciale, funzionale a strumenti di programmazione e intervento in collaborazione con i policy makers, attraverso la realizzazione dell'Osservatorio Economico Provinciale.

### ***2.8 La regolazione del mercato***

L'evoluzione del sistema camerale italiano ha riconosciuto, tra l'altro, alla Camera di Commercio una funzione di tutela di tutti i soggetti del mercato. L'Ente diventa, quindi, soggetto di innovazione economica, garante della tutela delle libertà di mercato, della concorrenza e della trasparenza degli accordi. Pertanto si dovranno svolgere azioni per:

- sviluppare forme alternative di giustizia;
- predisporre e promuovere contratti tipo tra imprese, associazioni e associazioni di consumatori;
- promuovere forme di controllo sulla presenza di clausole inique nei contratti.

Queste azioni dovranno essere concepite con una ottica di rete per garantire quei volumi di servizi che il mercato progressivamente richiederà.

### ***2.9 La qualità e l'ambiente***

Tra gli ambiti strategici della Camera di Commercio si annovera la certificazione di qualità. In particolare, l'azione dell'Ente Camerale deve concretizzarsi nella fornitura di consulenza alle aggregazioni di imprese nella stesura dei disciplinari di produzione, nella richiesta della certificazione, nella promo-commercializzazione delle produzioni. Per quanto concerne l'ambiente, la Camera deve promuovere e sostenere iniziative che vanno dalla informazione alla formazione, dalla raccolta dei dati sui rifiuti alla certificazione ambientale e al supporto al trasferimento di Know-how agli operatori.

Per perseguire dunque gli obiettivi di qualità ed ambiente (che, dunque, sono strettamente connessi), si fornisce il sostegno a percorsi di tracciabilità e di tutela della tipicità delle produzioni locali (attraverso il riconoscimento di Denominazioni di Origine Protetta – DOP ed Indicazioni Geografiche Protette- IGP). Dal punto di vista ambientale, inoltre, si persegue l'obiettivo di favorire la diffusione delle Bioenergie in provincia di Brindisi. Per perseguire quest'ultimo obiettivo potrebbe essere di supporto la costituzione di un "Comitato tecnico per il sostegno alla riconversione produttiva nel comparto agricolo ed agroalimentare" che possa fare in modo di trasformare le idee in prospettive concrete (si pensi ad esempio alla riconversione di frantoi oleari in frantoi per produzione di olii non alimentari da utilizzare per produrre energia).

Saranno, inoltre, realizzati nel 2008 interventi sull'Inquinamento Energetico.

### ***2.10 Politiche per i distretti***

In questi anni i distretti sono stati colpiti da una crisi che, sotto certi aspetti, appare irreversibile.

Pur non esistendo in provincia di Brindisi distretti, essi possono rappresentare la forza attrattiva e competitiva del sistema produttivo locale per il sempre crescente grado di apertura internazionale e per la loro capacità di aggregazione delle imprese che ne fanno parte.

Per il suo intrinseco radicamento nel territorio, la Camera di Commercio deve essere la naturale protagonista delle strategie per lo sviluppo delle economie distrettuali favorendone la loro creazione. Si pensi alla creazione di distretti in settori strategici come l'aeronautico, il tessile e abbigliamento e l'agroalimentare.

Sarà, inoltre, realizzata nel 2008 la promozione del Distretto Agroalimentare della provincia di Brindisi.

#### **4 - Conclusioni**

Le linee programmatiche sopra evidenziate dovranno tendere unitariamente a raggiungere l'obiettivo di rendere la Camera di Commercio un Ente più forte e in grado di dare un considerevole contributo alla crescita economica come vero motore dello sviluppo territoriale.