Legge regionale 04 aprile 2013 , n. 4 - TESTO VIGENTE dal 16/12/2025

Incentivi per il rafforzamento e il rilancio della competitività delle microimprese e delle piccole e medie imprese del Friuli Venezia Giulia e modifiche alle leggi regionali 12/2002 e 7/2011 in materia di artigianato e alla legge regionale 2/2002 in materia di turismo.

Art. 5

(Definizioni)

1. Ai fini dell'applicazione della presente legge e della relativa normativa di attuazione, si intende per:

a) PMI: le imprese che soddisfano i requisiti di cui all'allegato I al regolamento (CE) n. 70/2001 della Commissione, in base alla raccomandazione della Commissione Europea 2003/361/CE del 6 maggio 2003, relativa alla definizione di microimpresa, piccola e media impresa (PMI), recepita con decreto del Presidente della Regione 29 dicembre 2005, n. 463 (Regolamento recante "Indicazioni e aggiornamento della definizione di microimpresa piccola e media impresa ai sensi dell'articolo 38, comma 3 della legge regionale 7/2000");

b) manager a tempo: soggetto di dimostrata ed elevata qualificazione che opera, anche a livello di direzione generale, assumendo la responsabilità dei risultati contrattualmente definiti. Il manager a tempo svolge azioni volte al rafforzamento dell'impresa, anche attraverso l'affiancamento e l'accompagnamento della PMI, il trasferimento di buone pratiche e tecniche amministrative e gestionali, la riorganizzazione aziendale e il controllo di gestione; può, inoltre, contribuire alla positiva risoluzione di momentanee criticità; tale soggetto non è un collaboratore già inserito nell'organizzazione aziendale in modo continuativo e si inserisce nell'impresa per un periodo di tempo determinato;

c) commercio elettronico: conformemente a quanto stabilito dalla comunicazione della Commissione COM (1997) 157 del 16 aprile 1997, relativa a un'iniziativa europea in materia di commercio elettronico, consiste nello svolgimento di attività commerciali per via elettronica basato sull'elaborazione e la trasmissione di dati (tra cui testo, suoni e immagini video) per via elettronica. Il commercio elettronico per i consumatori finali (Business-to-Consumer) riguarda, in particolare, la fornitura di beni e servizi direttamente all'utente finale; il commercio elettronico tra imprese (Business-to-Business) riguarda, in particolare, le relazioni che un'impresa detiene con i propri

fornitori o con imprese collocate in punti diversi della filiera produttiva;

d) consulente per l'internazionalizzazione: la figura specialistica con dimostrata qualificazione in tema di internazionalizzazione delle imprese. Tale figura svolge attività quali: supportare l'azienda in specifiche azioni di internazionalizzazione come la selezione e l'individuazione dei mercati, la selezione di potenziali partner per la commercializzazione, la fornitura e la collaborazione produttiva, la ricerca e l'individuazione di siti produttivi, i programmi di penetrazione commerciale per settore o paese per le aggregazioni di imprese, le missioni commerciali all'estero e incoming di operatori esteri, l'utilizzo degli strumenti finanziari italiani, comunitari e internazionali a sostegno dell'internazionalizzazione; tale soggetto non è un collaboratore già inserito nell'organizzazione aziendale in modo continuativo;

e) consulente per la strategia aziendale: tale figura svolge attività quali: affiancare l'azienda nel processo di crescita attraverso un'analisi diversificata delle varie aree di business e tramite l'apertura di nuovi mercati, il riposizionamento competitivo, la differenziazione, la valorizzazione dei punti di forza, il reengineering dei processi aziendali, lo sviluppo di nuove politiche di gestione delle risorse umane, di marketing e finanziarie con l'obiettivo di orientare scelte che possono comportare la revisione della business idea, la diversificazione delle attività aziendali, le alleanze strategiche e le partnership di scopo, la ristrutturazione organizzativa e gestionale, la ricerca dell'efficienza e i processi di riconversione industriale; tale soggetto non è un collaboratore già inserito nell'organizzazione aziendale in modo continuativo;

f) contratto di rete: il contratto definito dall'articolo 3, comma 4 ter, del decreto legge 10 febbraio 2009, n. 5 (Misure urgenti a sostegno dei settori industriali in crisi, nonché disposizioni in materia di produzione lattiera e rateizzazione del debito nel settore lattiero-caseario), convertito, con modificazioni, dalla legge 33/2009;

g) progetto di aggregazione: progetto delle PMI rivolto al sostegno dell'economia territoriale che prevede la stipulazione, il consolidamento o l'esecuzione di contratti di rete finalizzati:

1) all'aumento della competitività sui mercati delle imprese aggregate;

2) alla razionalizzazione dei costi;

3) allo studio, allo sviluppo, all'implementazione e alla sperimentazione di soluzioni tecnologiche legate alla produzione e/o alla commercializzazione di prodotti;

4) allo scambio di conoscenze funzionali relative all'innovazione di processo, di prodotto, organizzativa e/o di servizio.