



Camera di Commercio
Terni

Indirizzi Generali e Progetto Programma Pluriennale

2010 - 2014

Consiglio camerale del 28 ottobre 2009

Progetto Programma Pluriennale 2010 – 2014

- Premessa.....	3
- Il contesto di riferimento.....	4
- La mission e la vision dell'ente.....	19
- Le strategie di intervento	21
1 INNOVAZIONE IMPRENDITORIALE	24
1.01 Innovazione finanziaria e sostegno al credito	
1.02 Innovazione tecnica, tecnologica e organizzativa	
1.03 Sviluppo del capitale sociale e delle competenze	
2 INTERNAZIONALIZZAZIONE	32
2.01 Supporto all'internazionalizzazione	
2.02 Progetti di natura internazionale	
3 MARKETING TERRITORIALE	35
3.01 Sistemi turistici	
3.02 Promozione del territorio e delle produzioni tipiche	
4 INFRASTRUTTURE	39
4.01 Sviluppo reti infrastrutturali	
5 REGOLAZIONE E SVILUPPO DEI MERCATI	42
5.01 Regolazione e tutela del mercato	
6 E-GOVERNMENT ED INFORMAZIONE ECONOMICA	45
6.01 E-government e semplificazione amministrativa	
6.02 Informazione e Comunicazione economica	
- Il piano strategico degli investimenti	53
- Nota contabile al programma pluriennale	57

... migliaia, milioni di individui lavorano,

producono e risparmiano

nonostante tutto quello che noi possiamo inventare

per molestarli, incepparli, scoraggiarli.

E' la vocazione naturale che li spinge;

non soltanto la sete di denaro.

*Il gusto, l'orgoglio di vedere la propria azienda prosperare,
acquistare credito, ispirare fiducia a clientele sempre più vaste,*

ampliare gli impianti, abbellire le sedi,

costituiscono una molla di progresso

altrettanto potente che il guadagno.

Se così non fosse, non si spiegherebbe

come ci siano imprenditori che nella propria azienda

prodigano tutte le loro energie

e investono tutti i loro capitali per ritrarre spesso utili

di gran lunga più modesti di quelli che potrebbero

sicuramente e comodamente ottenere con altri impieghi.

Luigi Einaudi

PREMESSA

Il regolamento per la gestione patrimoniale e finanziaria delle camere di commercio, approvato con D.P.R. n. 254 del 2 novembre 2005, prevede all'articolo 4 che il Consiglio determini gli indirizzi generali ed approvi il programma pluriennale della Camera di Commercio, con una validità di norma riferita alla durata del mandato.

Indirizzi e programma devono di norma tenere conto degli atti di programmazione degli enti territoriali, nonché delle risorse necessarie e dei risultati che si intendono perseguire.

Nel concreto, il Consiglio è chiamato a predisporre, per la durata del proprio mandato, la piattaforma strategica che, tenendo conto dell'attività programmatica degli enti territoriali, guiderà l'attività camerale a supporto dello sviluppo del sistema imprenditoriale provinciale per il mandato 2010/2014.

Si distinguono due livelli di programmazione strategica e cioè :

o Indirizzi Generali

o Programma Pluriennale.

Gli indirizzi generali individuano le linee strategiche di fondo che, in coerenza con la missione istituzionale inquadrata dalla Legge 580/93, verranno declinate negli strumenti di programmazione (pluriennale ed annuale) e, quindi, negli atti di gestione, rappresentati dai progetti, dai servizi e dalle attività poste in essere dalla struttura.

Gli indirizzi generali costituiscono pertanto la base politica su cui articolare il programma pluriennale che, con un maggiore grado di dettaglio, individua gli ambiti ed i settori di attività di prioritario interesse per l'azione camerale.

Il programma pluriennale della Camera di Commercio di Terni nasce da un percorso strutturato che ha portato gli amministratori a riflettere sul ruolo che l'ente riveste, ai risultati sinora ottenuti, alle nuove mete da raggiungere.

Ciò ha significato anche pensare e identificare obiettivi precisi e realizzabili e programmare, di conseguenza, azioni mirate e concrete.

In sostanza il documento rappresenta il momento di sintesi delle capacità strategiche del sistema economico del territorio: amministratori camerale, rappresentanti delle associazioni imprenditoriali e sindacali, professionisti e consumatori che sono stati coinvolti nella sua stesura.

Nel programma pluriennale, la Camera di Commercio presenta la mission e le strategie dell'ente a supporto della crescita e della competitività delle imprese ternane. Individua gli ambiti strategici su cui il territorio giocherà la propria capacità di fare impresa e gli assi di intervento nei quali la Camera di Commercio attiverà conoscenze, progettualità e risorse.

Uno, in particolare, è l'obiettivo al quale l'operato dell'ente dovrà tendere nel prossimo quinquennio: favorire la crescita di Terni, della sua provincia e delle sue imprese, contribuendo a migliorare la qualità della vita dei suoi cittadini.

IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

Il Contesto socio-economico

Il territorio della provincia di Terni si caratterizza per una grandissima virtù: quella di aver sempre cercato di mantenere una vocazione all'innovazione a partire dalle risorse a disposizione. Che fosse di volta in volta da considerare leva strategica il beneficio della posizione, la disponibilità di acqua oppure la qualità delle forze di lavoro presenti le popolazioni locali hanno costantemente vissuto in termini dinamici il loro rapporto con l'ambiente circostante. Così il potenziale naturale, scientifico, tecnologico ed umano in dotazione è stato di volta in volta incanalato in una pertinente prospettiva di sviluppo in grado di garantire il futuro di tutta l'area e non solo.

Quanto appena detto vale, anche tenendo conto delle diversità strutturali riconoscibili tanto per l'area ternano-narnese quanto per l'amerino e l'orvietano.

Col tempo la conca ternana, in special modo, è divenuta punto di approdo per una forza lavoro, dalle più diverse caratteristiche e specializzazioni, proveniente da tutta l'Italia.

L'area amerina e, ancor più, quella orvietana, collegate alle risorse agricole del territorio o a inserimenti incidentali eppure messi a sistema, hanno proceduto in parallelo, anch'esse con alterne vicende e comunque entrambe accomunate dalla capacità di sfruttare le proprie vocazioni agro-alimentari e, in particolare, vitivinicole. L'area di Orvieto, peraltro, ha potuto a lungo contare anche su un periodo di relativa floridezza assicurata dalla presenza di stabilimenti tessili e di insediamenti pubblici (ad esempio: il patrimonio immobiliare del Ministero della Difesa).

Nell'insieme, le esperienze passate hanno portato tutta la nostra provincia ad assumere quel profilo di economia basata sull'industria che tutt'ora la caratterizza.

L'agricoltura ha avuto di recente, lo si può dire, una seconda e più convinta giovinezza con la crescita della domanda di consumi, con il miglioramento delle tecniche, con l'opportunità di specializzarsi sulle vocazioni più evidenti della vitivinicoltura e delle colture cosiddette industriali. Sottolineare i caratteri industriali dell'area presuppone indirizzare un riconoscimento altrettanto importante, per tutte le attività di servizio, dal commercio ai trasporti, che si sono impegnate per accompagnare, amplificandone l'impatto, il processo di industrializzazione di questa nostra provincia.

Così le maggiori città della provincia sono divenute città moderne, ossia città ove manodopera e creatività imprenditoriale, scientifica e culturale si sono proficuamente alleate per assicurare la sostenibilità di un lungo percorso di sviluppo. E le città più piccole hanno mantenuto caratteri, tradizioni e qualità del proprio passato per metterli ora a disposizione come opportunità per un nuovo sviluppo, ancor più qualificato.

Tenendo conto di quanto è stato realizzato, per il passato, e, per il futuro, delle risorse disponibili e delle funzioni da potenziare e implementare per un migliore servizio a beneficio del sistema imprenditoriale e avvalendosi di un coerente monitoraggio dei cambiamenti in atto l'azione delle CCIAA, nell'orizzonte degli anni 2010-2014, potrà dispiegarsi compiutamente ed efficacemente.

Il profilo demografico

Anche la provincia di Terni, come molte altre province italiane, vede la sua popolazione espandersi sotto la spinta di robuste componenti di immigrazione.

L'aumento del numero di residenti è leggermente più basso di quello della media regionale ma sensibilmente più alto di quello della media nazionale.

L'incremento è la risultante di due tendenze antitetiche. La prima, quella collegata al naturale ricambio demografico, sconta un numero di decessi superiore a quello delle nascite ed è dunque negativa. Lo è da un certo numero di anni, come effetto di una maggiore longevità e di una natalità di gran lunga affievolita rispetto al passato.

Il sostegno allo stock deriva dunque esclusivamente dai flussi in entrata che compensano abbondantemente quelli in uscita. Il saldo è tale da riempire i vuoti generati dal decremento naturale e da sopravanzarli fino a determinare l'aumento di cui si è detto.

Si tratta di flussi che modificano in primo luogo il profilo della popolazione attiva e dell'occupazione presente sul territorio provinciale. Nel più lungo periodo porteranno a sostanziose modifiche oltre che nel profilo etnico anche in quello culturale delle società che li accolgono. Probabilmente porteranno anche ad una ripresa dei flussi netti di incremento naturale.

L'impatto sull'offerta di lavoro, che quei flussi caratterizza maggiormente ora, si dispiegherà in seguito, più compiutamente, anche sulla domanda di beni per il consumo familiare. Ciò specialmente quando, passato un certo periodo di tempo, la permanenza in loco diventerà più strutturata e per soddisfare i connessi fabbisogni rallenteranno le rimesse verso l'estero da parte degli immigrati.

Si consideri, comunque, il profilo relativamente debole dell'apertura demografica nel caso della provincia di Terni.

Qui infatti è una natalità leggermente più bassa che nel resto dei territori presi in considerazione, quali parametri di comparazione: l'Italia centrale e l'Italia nel suo complesso.

Al contrario è più alta la mortalità, a conferma di alcuni dati strutturali sulla presenza di popolazione anziana presentati più avanti e soprattutto sembra piuttosto recente il rinforzo da parte di flussi di immigrazione. Talmente recente da non aver ancora influenzato significativamente i tassi di natalità e con essi la ripresa demografica.

Gli indicatori strutturali, per due anni distanziati come il 2006 e il 2008, parlano di una pressione molto netta delle classi di popolazione più anziana (con più di 64 anni) sul resto della società. E di un carico imposto alla classe centrale, quella in età di lavoro, da parte tanto degli anziani quanto delle classi ancora in obbligo di formazione (con meno di 15 anni).

Se poi si guarda al carico degli anziani sui giovanissimi, ossia all'indice di vecchiaia, il cui valore si ottiene ponendo a rapporto il numero degli anziani con quello degli individui fino ai 14 anni compresi, non può non destare imbarazzo e insicurezza appurare il livello cui si giunge in provincia di Terni: un valore di 211, infatti, equivale a dire che ci sono oltre 2 adulti ogni giovane prossimo a entrare nel mercato del lavoro.

Si tratta di un valore assai più alto di quelli considerati a riscontro. Un valore, dunque, che richiederà un ulteriore affinamento delle politiche locali rispetto alle eventuali misure di accompagnamento implementate su scala nazionale.

Il sistema imprenditoriale

Il profilo del sistema imprenditoriale ternano continua ad apparire condizionato dalla presenza di un certo numero di imprese di grandi dimensioni le quali influenzano le analisi statistiche molto più delle altre imprese, di medie, piccole e piccolissime dimensioni.

Ciononostante la vivacità del tessuto continua a manifestarsi anche in presenza di tempi particolarmente difficili. I primi sei mesi del 2009 vedono crescere il numero delle imprese. 51 unità in più, se si considerano anche le imprese agricole le quali, per parte loro si sono ridotte di 36 unità. L'aumento del numero di imprese, pertanto, è ad opera del settore industriale, con tre imprese in più, e soprattutto del settore terziario che vede aggiungersi, rispetto alla fine del 2008, 77 nuove unità.

Si conferma così il prevalere delle imprese attive nel complesso delle "altre attività" arrivate ormai ben oltre la metà del totale (53,1%).

Costituite per la stragrande maggioranza da ditte individuali le imprese della provincia di Terni si concentrano prevalentemente nel commercio, nelle costruzioni e, infine, nell'industria manifatturiera.

Dinamica ma per numeri ancora piccoli si dimostra la componente etnica. Sono ora più di 500 gli imprenditori di origine extra comunitaria e oltre 300 quelli di origine non italiana ma comunitaria. Commercio e costruzioni sono i due comparti ove si concentra l'imprenditoria extra-comunitaria.

Sempre cospicua, infine, è la componente femminile, la cui incidenza sul totale delle imprese è in provincia di Terni, come risaputo, superiore a quelle rilevata per l'Italia e anche per la stessa regione Umbria.

In questo caso i settori preferiti sono quello del commercio, l'agricoltura, i servizi per le imprese e le famiglie e, infine, le attività manifatturiere (in particolare il tessile-abbigliamento e l'alimentare).

Da ultimo, per quanto riguarda le localizzazioni delle imprese, è da notare la proporzionata incidenza delle unità artigiane sul totale e la discreta presenza di unità locali di pertinenza di imprese con sede fuori provincia (in prevalenza laziali oppure perugine).

Il fenomeno sembra particolarmente incidente, in termini relativi, in seno al comparto delle attività immobiliari, di noleggio, informatica e ricerca.

Il profilo occupazionale

I dati su occupazione, disoccupazione e partecipazione al mercato del lavoro, fermi alle statistiche disponibili al 31 dicembre 2008, permettono di rappresentare lo sforzo della società ternana per espandere il numero dei posti di lavoro e con essi la base produttiva per la generazione locale di ricchezza.

Ancora nell'ultimo anno le Indagini Istat sulle forze di lavoro hanno stimato un aumento di occupazione, in provincia di Terni, piuttosto sostenuto: + 3,4%. In valore assoluto si tratta di un incremento di quasi tremila unità, che fa seguito ad un incremento di pari importo, anzi con qualcosa in più, conseguito nel precedente anno 2007 quando, rispetto alle 86 mila unità del 2006 l'occupazione è salita a oltre 89 mila. L'aumento è da riconoscere quasi integralmente alla componente terziaria: quasi 4 mila sono gli occupati aggiuntivi nelle cosiddette "altre attività", tra il 2006 e il 2008. Ad essi fa seguito l'espansione della componente industriale. Quest'ultima registra un aumento di occupazione, nello stesso biennio 2006-2008, di oltre tre mila unità. Va specificato, a questo proposito, che alla variazione il contributo maggiore

viene dato dall'industria in senso stretto, con quasi due mila unità in più, più che dal settore delle costruzioni, il cui incremento è di 1,5 mila posti di lavoro.

Si intravede anche in questi dati, in definitiva, la trasformazione in atto nel profilo occupazionale e produttivo che ha caratterizzato, con continui aggiustamenti nell'uno o nell'altro senso (ovvero a volte "premiando" l'industria e altre volte irrobustendo invece il terziario) la provincia di Terni.

Il risultato "sociale" delle dinamiche evidenziate è un deciso contenimento osservato nei livelli di disoccupazione. Questa comincia ad apparire meno appesantita dall'apporto di una particolare categoria di disoccupati: quelli di lunga durata, ovvero disoccupati da lungo tempo in conseguenza delle crisi e delle ristrutturazioni dei grandi comparti metallurgici. Di conseguenza, i recuperi di assunzioni nelle nuove imprese si sono tradotti in un beneficio netto per la popolazione presente. Almeno fino alla fine del 2008, anno in cui solidarietà tra lavoratori e ammortizzatori sociali hanno consentito di smorzare l'impatto delle difficoltà dell'economia internazionale su quella locale.

Fino al 2008, dunque, gli indicatori strutturali del mercato del lavoro hanno trasmesso segnali per lo più positivi sia per quanto riguarda la partecipazione al mercato del lavoro, accresciuta sia per una maggiore fiducia nelle possibilità di trovare una occupazione sia, in parte, per un più intenso e problematico ingresso di nuove forze di lavoro femminile. I livelli occupazionali sono migliorati anche per la componente femminile. Tuttavia, anche per effetto di un massiccio ingresso nel mercato del lavoro di componenti prima esterne, quell'aumento non è stato sufficiente a contenere lo specifico tasso di disoccupazione. L'effetto di un aumento del medesimo dal 5,7% al 6,5% non ha dato luogo ad aumenti del tasso di disoccupazione nell'area (stabile, tra il 2005 e il 2008 a quota 4,4%) per il contributo compensativo proveniente dalla componente maschile (la cui disoccupazione è ulteriormente scesa dal 3,2% al 2,6%).

I dati più recenti, anche se disponibili solo per l'intera regione, non sono altrettanto positivi. Essi, infatti, segnalano una piuttosto consistente riduzione del numero degli occupati sull'intero territorio regionale ed una certa parte di questa perdita deve essere preventivata anche per la provincia di Terni.

La contabilità economica

Un'altra prospettiva per guardare alla fisionomia della provincia è quella di definirne il quadro di riferimento macroeconomico, così come ricostruito dall'Istat.

Il sistema dei conti economici provinciali, così come quello dei conti regionali, fornisce la descrizione quantitativa dell'attività economica e finanziaria di una provincia o di una regione e la base più importante da cui prende le mosse la ricostruzione è costituita dall'Archivio statistico delle imprese, dalle rilevazioni sui fatturati delle imprese e dalle indagini periodiche sulle forze di lavoro.

Da tale sistema si ricava che il valore aggiunto complessivo prodotto sul territorio della provincia di Terni, pari a 4.441 miliardi (dato 2006), proviene per una piccola parte, il 2% circa, dall'agricoltura, per una quota compresa tra poco più di un quarto e meno di un terzo dall'industria e per la restante parte, più di due terzi, dai servizi privati e pubblici.

Il profilo è in linea con i valori medi nazionali e si rivela sostanzialmente stabile da un quinquennio a questa parte.

Considerazioni analoghe valgono per i circa 90 mila occupati stimati dal sistema di contabilità e distribuiti tra i vari settori quasi in proporzione alla ripartizione del valore aggiunto. Un po' più in agricoltura, dove

arrivano a contare oltre il 3%, un po' meno nell'industria, dove si fermano al 27%. Di pari ammontare, 70%, è la quota degli occupati nei servizi.

Emerge quindi il profilo di una provincia dove è cresciuta l'incidenza del comparto dei servizi.

In ogni caso, nell'ultimo quinquennio, appare non sostanzialmente cambiato l'apporto congiunto dell'industria e dei servizi alla formazione di valore aggiunto. Così come la distribuzione dell'occupazione. Mutata, invece, è la gerarchia dei valori della produttività per la quale, tra il 2001 e il 2006, si è avuto un recupero sostanzioso da parte dell'industria in senso stretto, mentre il settore delle costruzioni è rimasto un po' indietro ed è passato da valori maggiori della media nazionale a valori al di sotto della stessa. Una dinamica analoga riguarda anche il settore del commercio, partito nel 2001 da una base più alta anche se già inferiore alla media nazionale. La distanza da quest'ultima si è dunque accresciuta dai 9 ai 14 punti percentuali nell'arco dei cinque anni considerati.

Più in generale appare una evidente debolezza di tutti i comparti dei servizi: da quelli finalizzati alla circolazione delle merci e dei fattori produttivi (dal commercio alle riparazioni all'accoglienza alberghiera e alle comunicazioni) alle altre attività terziarie tra le quali la parte predominante è data dalle amministrazioni pubbliche e collettive.

Il recupero, nell'ultima parte del periodo, di un livello complessivo della produttività per addetto piuttosto soddisfacente è calata per altro su una popolazione in cui la quota di anziani, particolarmente elevata, stemperava gli aumenti di produttività dando luogo ad un PIL per abitante basso più basso, anche se in leggera risalita nel 2006. Il suo valore medio risulta ancora distante, comunque, di quasi tredici punti percentuali dal valore medio calcolato per l'Italia.

L'orientamento all'export

In una regione dualistica sotto il profilo della distribuzione delle attività produttive (manifattura leggera in provincia di Perugia, industria pesante in quella di Terni) non deve stupire la sproporzione tra il peso che qui raggiungono le esportazioni sidero-meccaniche, in primo luogo, e poi anche quelle chimiche e, per converso, la scarsa incidenza sul totale che esprimono tutte le altre attività, anche qualora le si consideri in aggregato.

In effetti il bilancio complessivo dell'area è sempre stato condizionato da queste due voci che, nel complesso, rappresentano il 72,5% del totale.

In mezzo stanno le esportazioni di alcuni prodotti a volte ascritte al comparto della chimica, altre volte a quello degli "altri prodotti tessili" e poi ancora a quello della chimica, a seconda delle opportunità legislative e retributive prevalenti.

Un elemento di debolezza di questo particolare profilo delle esportazioni è la loro dipendenza, in vario grado, dalle decisioni strategiche di imprese multinazionali con tutto quello che ne discende anche in termini di cultura delle relazioni economiche internazionali.

Un secondo, speculare elemento di debolezza è nell'annebbiamento che una tale struttura comporta sulla realtà esportativa degli altri comparti. Costretti ad essere poco più di un quarto del totale, i flussi di vendite all'estero derivanti dai comparti minori, anche quando sono in crescita, non arrivano ad acquisire la stessa evidenza e dunque una considerazione analoga sì che non si impongono come essenziali ed urgenti le eventuali misure idonee a farli irrobustire e consolidare.

Così resta nell'area una qualificata cultura produttiva, una buona capacità di organizzazione del lavoro e di gestione delle commesse, quali provengono da rapporti di collaborazione attivati da interrelazioni personali ma stenta ad affermarsi una adeguata e moderna cultura della promozione delle nuove forme di internazionalizzazione.

Rispetto alla platea altalenante dei valori registrati da importazione ed esportazioni nel complesso alcune voci esprimono andamenti molto interessanti. Quindi spazi e basi per un maggiore impegno ed una più attenta considerazione delle possibilità che si aprono alle esportazioni sembrano non mancare: nell'ambito dei prodotti alimentari e bevande, ad esempio, degli articoli in pelle e similari (sestuplicati in tre anni), degli stessi apparecchi elettronici ed ottici (con un aumento del 58,7% dal 2005 al 2008) e degli altri macchinari e macchine non altrove classificate (con un 84,4% che significa un incremento di quasi 50 milioni di euro).

Anche laddove i risultati siano non positivi (come nel caso degli articoli di abbigliamento, dei mezzi di trasporto o dei prodotti farmaceutici, per prendere ad esempio alcuni dei settori in difficoltà) forse la capacità di giocare in modo diverso sullo scacchiere internazionale potrebbe essere chance da non sottovalutare.

La capacità di attrazione turistica

Come nel caso della penetrazione commerciale sui mercati esteri una prospettiva di interlocuzione con operatori non residenti è anche nella problematica della valorizzazione delle risorse ambientali, storiche, culturali e architettoniche presenti sul territorio.

In questo caso è ampio lo spettro dei destinatari finali di messaggi promozionali ma la logica è analoga: confezionare e promuovere prodotti (in questo caso prodotti turistici: pacchetti integrati s ingoli servizi di qualità) atti a invogliare all'acquisto una fascia di clientela più ampia di quella che attualmente è interessata al nostro territorio.

La mancanza di elementi forti di soggiorno turistico, quali spiagge balneabili marine oppure lacustri, e di vette innevate a lungo e praticabili da appassionati di sport invernali penalizza indubbiamente la provincia così come l'intera regione.

E' tuttavia opinione diffusa che le numerose risorse disponibili, dai boschi, fiumi e centri storici della parte ternana della Valnerina fino alla cascata delle Marmore e ai monumenti orvietani, per citare le più note di un ampio ventaglio di disponibilità, non incontrino, nei fatti, il consenso che pure viene loro riconosciuto.

Le principali evidenze del carattere minoritario che viene ancora oggi attribuito all'opzione dello sviluppo turistico si rinvengono:

nei dati sulle permanenze medie dei turisti, quasi ovunque inferiori ai valori medi regionali di riferimento e con la sola eccezione del comprensorio turistico di Terni che, se non eccelle, almeno sembra tenere su livelli che di per sé non sono esaltanti;

nelle variazioni, sia congiunturali (anno 2008 su anno 2007) sia più tendenziali, nel senso di indicatori di una tendenza da invertire con una certa sollecitudine e leggibili nel confronto tra i dati del 2008 e quelli di qualche anno prima, ad esempio il 2001: si evidenzia un generale peggioramento, tra il 2001 e il 2008, della capacità attrattiva di tutti i comprensori turistici della provincia ternana e, in particolare, di quello che fa perno sul capoluogo. Per la sola clientela estera si riduce il numero degli arrivi ma meno che proporzionalmente quello delle permanenze e nel comprensorio orvietano addirittura i giorni di

permanenza aumentano, sì che, in definitiva, per la specifica categoria si registra un aumento della permanenza media.

Il leggero aumento delle presenze, nel complesso, nei comprensori di Orvieto e di Amelia, e per quest'ultimo anche con un aumento degli arrivi, non riesce a compensare il cedimento che si riscontra nel comprensorio ternano.

In definitiva, per l'intera provincia si deve prendere atto di una perdita di un terzo degli arrivi e delle presenze e di una perdita di una permanenza ogni dieci arrivi. Tutto ciò è a fronte di un consolidamento dell'offerta, specialmente negli ultimi anni. Si tratta di una offerta che ha migliorato l'esistente e introdotto nuove tipologie di ricettività ampliando così la gamma per andare incontro alle diverse domande provenienti dal mercato. E' così cresciuta anche l'incidenza del numero di strutture, di camere e di letti sul totale regionale (dal 15% al 17 % circa, si vedano le tabelle 7.3 e 7.4). Ma se è di incoraggiamento prendere atto dell'aumento dello stock per l'accoglienza, il persistere di una quota inferiore alla taglia della provincia (circa un terzo dell'economia regionale) è un ulteriore segnale della strada da compiere e dei margini disponibili per dare anche al turismo un ruolo maggiormente incisivo nella prospettiva della creazione locale di ricchezza e posti di lavoro.

Struttura del sistema bancario e mercato del credito

Sotto il profilo della dotazione di servizi bancari la provincia di Terni non appare sguarnita: con due Istituti, per quanto piccoli nel panorama generale di riferimento, che hanno qui sede legale, con 31 comuni serviti (dei 33 che costituiscono l'armatura urbana del territorio) e con un rapporto, in definitiva, di 1.750 abitanti circa per sportello bancario, l'accesso ai servizi delle aziende di credito non appare, per quanto concerne la presenza "fisica", in alcun modo ostacolato.

Altrettanto presenti, in base alle statistiche ufficiali, sono i servizi e i fabbisogni soddisfatti di apparecchiature automatiche e servizi telematici. Il numero di apparecchiature di pagamento diretto sul conto corrente è inferiore alla media regionale ma in linea con la media nazionale. Lo stesso può dirsi degli ATM, ovvero dei cosiddetti "bancomat". Un po' più distanti dalle medie di confronto sono invece i servizi di accesso ai canali bancari da casa, via computer o via telefono. In questo caso una certa frizione viene indubbiamente dalla presenza particolarmente rilevante di popolazione anziana e dunque più refrattaria a prendere confidenza con gli strumenti più moderni di pagamento e di controllo dei propri movimenti finanziari.

Leggermente meno praticati, rispetto ai modelli delle altre regioni centrali o dell'Italia nel suo complesso ma non rispetto alla media dell'Umbria, sono gli strumenti di gestione della tesoreria da parte delle aziende.

Anche per la buona distribuzione territoriale di sportelli e filiali bancarie è proseguita, almeno fino al primo trimestre 2009, l'espansione dei depositi da parte di operatori e famiglie. Il volume dei depositi è variabile approssimativa ma utile per acquisire indicazioni, almeno nel breve periodo, dello stato di sicurezza di imprese e consumatori in termini di liquidità: le indicazioni desumibili tanto dai dati relativi al livello pro capite (per abitante) dei depositi quanto dall'andamento del medesimo possono desumersi indizi, di massima, dell'andamento del reddito di una comunità.

Per questi aspetti la provincia di Terni appare seguire gli andamenti dell'intera regione e degli altri due aggregati considerati: dopo la frenata del primo trimestre 2008 nel terzo trimestre il volume dei depositi è

tornato a crescere. Il livello per abitante mantiene tuttavia una distanza dalla media dell'Italia centrale e anche dalla media generale nazionale. Ciò è in linea con le usuali misure del reddito (PIL o valore aggiunto) o della ricchezza..

Non altrettanto positivo è l'andamento degli impieghi effettuati dal sistema bancario. Non tanto per i valori assoluti in sé. I dati, infatti, mettono in evidenza incrementi in provincia di Terni e in Umbria di entità modestissima ma pur sempre positivi mentre non si osserva la stessa cosa per l'insieme delle altre regioni ove il primo trimestre evidenzia un arretramento rispetto ai valori di fine 2008.

Se tuttavia si considera il rapporto tra impieghi e depositi e ancor più il valore standardizzato di questi allora qualche elemento di preoccupazione in più insorge. Non solo il valore per la provincia di Terni appare inferiore ai corrispondenti valori registrati per l'Umbria, per l'Italia centrale e per l'Italia nel suo complesso ma si rivela progressivamente declinante a partire dal secondo trimestre dello scorso anno.

L'andamento richiamato assume maggiore evidenza se lo si considera in rapporto al profilo rilevato per l'Italia. Posto uguale a cento il valore del rapporto impieghi/depositi calcolato per l'insieme delle regioni italiane la provincia di Terni si ferma a quota 88,5 mentre l'Umbria nel suo complesso vede il valore riprendere la crescita dopo un primo stop a fine 2008 e soprattutto mantenersi su livelli superiori alla media nazionale. Lo stesso si osserva andando a guardare il valore medio degli impieghi concessi in rapporto al numero delle imprese.

In parallelo, peraltro, si è andata riducendo la quota delle sofferenze sugli impieghi, scesa dal 6,0% toccato all'inizio del 2007 al 3,6% del primo trimestre 2009. Il trend va tuttavia analizzato con attenzione, e con strumenti informativi che vanno ben oltre la portata di questa ricostruzione, al fine di interpretarne correttamente il significato.

Un fascio di luce lo getta l'analisi dei flussi di "sofferenze rettificata" per trimestre in rapporto alle consistenze dei prestiti non in "sofferenza rettificata" in essere all'inizio del trimestre di riferimento. In questo caso l'indicazione sembrerebbe del tutto incoraggiante, evidenziando, alla data del 30 giugno 2009, una crescita del valore di tale rapporto del 15,9% rispetto al dicembre del 2007 e dello 0,5% rispetto al dicembre del 2008, mentre i corrispondenti valori sono pari a 21,6% e 8,2% per l'Umbria e a 60,7% e a 26,8% per l'Italia. Una crescita relativamente più virtuosa, quindi, la cui spiegazione potrebbe ritrovarsi tanto in una riduzione del valore del numeratore (la dinamica delle sofferenze) quanto in un aumento del valore del denominatore (i volumi di prestito erogati dal sistema creditizio). E a sua volta, la riduzione del numeratore potrebbe essere dovuta ad una migliore qualità dei prenditori o ad una più scrupolosa selezione operata dalle banche nel momento della concessione dei prestiti. Una indicazione, tuttavia, è certa: qualunque sia il verso in cui si va alla lettura dei dati appena richiamati l'ordine di grandezza, in assoluto, dei fenomeni rilevati non è tale da determinare, di per sé, il segno preciso della congiuntura attraversata in questo momento dalla provincia di Terni. Su questo si potrà, infatti, riflettere mettendo a confronto gli operatori economici e le istituzioni bancarie in sede di Osservatorio sul Credito.

La dotazione infrastrutturale

Questione delicata e centrale rispetto alle prospettive di una ripresa dello sviluppo economico e produttivo di un'area è quella della dotazione di infrastrutture con cui sostenere la creazione di ricchezza, la sua distribuzione e, nel contempo, un adeguato livello di consapevolezza critica e culturale nonché di solidarietà sociale.

Gli indicatori predisposti dall'Istituto Tagliacarne hanno rappresentato, anche nella loro versione più recente ossia quella fornita per la Giornata dell'Economia del 9 maggio scorso, una situazione abbastanza radicalizzata, almeno sulla carta.

Alcuni indici, infatti, risultano molto alti, a confermare una intensità sia dell'offerta (la disponibilità della infrastruttura) sia della domanda (l'accesso ai servizi offerti da quella stessa infrastruttura).

A svettare è l'infrastruttura ferroviaria, la quale conta su almeno quattro tratte che scorrono sul territorio della provincia di Terni: due delle FF.SS. e due della FCU. Ad esse si associa un abbondante flusso di pendolari che quotidianamente, per studio o per lavoro, si trasferiscono nella Capitale.

Un valore inferiore ma anche in questo caso particolarmente elevato è per l'infrastruttura stradale portata verso l'alto sia dalla presenza di un tratto di autostrada (A1), di un raccordo di rango europeo (E45) e di reticolo abbastanza fitto di strade di varia importanza sia dalla numerosità degli accessi e delle percorrenze.

Di poco sopra alla media nazionale di riferimento è la dotazione di infrastrutture di connessione economica e finanziaria quali le reti bancarie. In questo caso, come già si è anticipato, a fronte di una più che soddisfacente copertura del territorio stanno le resistenze, soprattutto da parte della popolazione più anziana, all'utilizzo di strumenti moderni e sofisticati per la gestione dei propri conti.

Un livello standard, infine, è per le reti di telefonia e telematica (nonostante la presenza di un certo numero di imprese di buona reputazione e qualificazione attive nell'high-tech). Le difficoltà di cablaggio dei centri più interni e, una volta di più, il moderato accesso alle reti di Internet mantengono su livelli ordinari il punteggio di questa altrimenti centrale infrastruttura.

Decisamente sotto la media, invece, è il valore delle infrastrutture energetiche e ambientali, penalizzato da una inadeguatezza dell'offerta rispetto al carico della domanda.

Tenendo conto anche dei motivi che sospingono verso l'alto alcuni indicatori si può giustificare, nonostante i valori che essi assumono, tutto il vigore delle richieste avanzate da enti e istituzioni della provincia di Terni: un efficiente collegamento tra Orte e Civitavecchia, una bretella alternativa alla E45 + A1 per collegarsi con la Capitale, l'ampliamento di alcuni tratti critici della Flaminia, lo scioglimento di alcune strozzature intorno alla città di Orvieto, il completamento del raddoppio del collegamento Ferroviario tra Orte e Fossato di Vico.

Considerazioni analoghe si ripropongono anche nel caso delle infrastrutture cosiddette sociali: premiata sul versante dei sistemi per l'istruzione e di quelli culturali e ricreative la provincia di Terni risulta penalizzata, invece, sul versante delle strutture sanitarie.

Sotto il profilo della convenienza per gli anni a venire una buona dotazione di ogni tipo di rete, struttura o infrastruttura è da considerare elemento indispensabile.

Le procedure di computo segnalano che la provincia di Terni è relativamente meglio dotata di infrastrutture sociali che di quelle economiche. E anche questo è un indicatore della fondatezza delle richieste che con regolarità vengono indirizzate, dagli operatori economici, agli organi e alle istituzioni di governo del territorio.

L'impatto della crisi

Alcuni dati, infine, consentono di avere una idea della situazione congiunturale corrente.

Le fonti dell'Inps, per la Cassa integrazione, e di Infocamere/Movimprese, per protesti di cambiali e assegni e per avvio di procedure fallimentari integrano le informazioni precedenti e permettono una lettura più articolata dello stato del sistema economico dell'area ternana.

– La cassa integrazione

I dati sulla cassa integrazione al 30 giugno 2009 evidenziano una improvvisa accelerazione del ricorso a questo ammortizzatore sociale. Di fatto, nella prima metà dell'anno l'ammontare delle ore autorizzate per l'insieme dei trattamenti di sostegno alle difficoltà delle aziende è già più del doppio, tanto in provincia di Terni, quanto nell'intera regione.

In particolare il comparto industriale quasi quadruplica, in sei mesi, il monte ore autorizzato nei precedenti dodici mesi.

In parallelo, anche se con importi notevolmente inferiori, il commercio decuplica le sue ore.

Un contributo all'aumento proviene, in misura più contenuta, anche dall'edilizia ove le ore autorizzate nel 2008 sono state 200 mila e sono diventate, nei primi sei mesi del 2009, 265 mila.

– I protesti

Accresciuto è anche il numero della cambiali e degli assegni andati in protesto nel primo semestre del 2009. In particolare per la provincia di Terni sono da considerare:

che l'aumento del valore complessivo delle somme protestate è fortemente influenzato dall'andamento degli assegni a fronte di aumenti più moderati degli importi medi e complessivi delle cambiali non onorate alla scadenza;

che l'aumento del valore degli assegni protestati è di gran lunga superiore e quello delle cambiali notevolmente inferiore alle corrispondenti medie regionali e nazionali, a indicare un degrado della situazione molto rapido;

che anche nel caso della provincia di Terni, come già osservato in altre sedi per i valori particolarmente alti dei protesti di assegni in ambiti molto piccoli, come la regione Valle d'Aosta, possono essere sufficienti un paio di casi clamorosi a portare verso l'alto i valori medi osservabili per lo specifico contesto territoriale.

- I fallimenti

L'andamento dei fallimenti, d'altra parte, appare in controtendenza rispetto a quello dei protesti. In questo caso, un confronto a parità di ampiezza temporale (il primo semestre di ogni anno dal 2007 al 2009) evidenzia più un ammorbidimento che una recrudescenza degli effetti della crisi. Il numero dei fallimenti nei primi sei mesi del 2009, infatti, si riduce di un terzo rispetto al primo semestre del 2008 e si tiene addirittura al disotto, anche se di poco, dei valori osservati tra gennaio e giugno del 2007.

Le previsioni

– Le stime del PIL

Cercare di definire alcuni ordini di grandezza delle dinamiche che potrebbero esprimersi in provincia di Terni è di certo utile.

Un esercizio di ricalcolo su nuovi valori accreditati da Unioncamere e da Prometeia, il noto centro studi operativo presso l'Università di Bologna, lascia trasparire una crescita media del valore aggiunto in linea con la media regionale e dell'occupazione a ritmi, invece, assai più blandi. Le indicazioni valgono per il

biennio 2009-2010 e devono ovviamente intendersi la risultante di una prima fase più debole, anche con flessione del valore aggiunto creato, per il 2009, seguita da una seconda fase, nel 2010, in cui produzione e occupazione dovrebbero recuperare ed aumentare fino a riallinearsi alla media stimata per il periodo.

Il profilo occupazionale

I dati su occupazione, disoccupazione e partecipazione al mercato del lavoro nella provincia, fermi alle statistiche disponibili al 31 dicembre 2008, permettono di rappresentare lo sforzo della società ternana per espandere il numero dei posti di lavoro e con essi la base produttiva per la generazione locale di ricchezza.

Ancora nell'ultimo anno le Indagini Istat sulle forze di lavoro hanno stimato un aumento di occupazione, in provincia di Terni, piuttosto sostenuto: + 3,4%. In valore assoluto si tratta di un incremento di quasi tremila unità che fa seguito ad un incremento di pari importo, anzi con qualcosa in più, conseguito nel precedente anno 2007 quando, rispetto alle 86 mila unità del 2006 l'occupazione è salita a 89,3 mila. L'aumento è da riconoscere quasi integralmente alla componente terziaria: quasi 4 mila, infatti, sono gli occupati aggiuntivi nelle cosiddette "altre attività", tra il 2006 e il 2008. Ad essi fa seguito l'espansione della componente industriale. Quest'ultima registra un aumento di occupazione, nello stesso biennio 2006-2008, di oltre tre mila unità. Va specificato, a questo proposito, che il contributo maggiore alla variazione complessiva viene dato dall'industria in senso stretto, con quasi due mila unità in più, piuttosto che dal settore delle costruzioni, il cui incremento è di 1,5 mila posti di lavoro.

Si intravede anche in questi dati, in definitiva, la trasformazione in atto nel profilo occupazionale e produttivo che ha caratterizzato, con continui aggiustamenti nell'uno o nell'altro senso (ovvero a volte "premiando" l'industria e altre volte irrobustendo invece il terziario) la provincia di Terni.

Il risultato "sociale" delle dinamiche evidenziate è un deciso contenimento osservabile nei livelli di disoccupazione. Questa comincia ad apparire meno appesantita dall'apporto di una particolare categoria di disoccupati: quelli di lunga durata, ovvero disoccupati da lungo tempo in conseguenza delle crisi e delle ristrutturazioni dei grandi comparti metallurgici, chimici, alimentari e tessili presenti. Di conseguenza, i recuperi di assunzioni nelle nuove imprese si sono tradotti in un beneficio netto per la popolazione presente. Almeno fino alla fine del 2008, anno in cui solidarietà tra lavoratori e ammortizzatori sociali hanno consentito di smorzare l'impatto delle difficoltà dell'economia internazionale su quella locale.

Fino al 2008, dunque, gli indicatori strutturali del mercato del lavoro hanno trasmesso segnali per lo più positivi per quanto riguarda la partecipazione, accresciuta tanto per una maggiore fiducia nelle possibilità di trovare una occupazione quanto per un più intenso e problematico ingresso di nuove forze di lavoro femminile.

I livelli occupazionali sono migliorati anche per i risultati ottenuti dalla componente femminile. Tuttavia, anche per effetto di un massiccio ingresso nel mercato del lavoro di componenti prima esterne, quell'aumento non è stato sufficiente a contenere lo specifico tasso di disoccupazione. L' aumento del medesimo, salito dal 5,7% del 2007 al 6,5% del 2008, non ha comunque comportato aumenti del tasso di disoccupazione nell'area (stabile, tra il 2005 e il 2008 a quota 4,4%) per il contributo compensativo

proveniente dalla componente maschile (il cui tasso specifico di disoccupazione è ulteriormente sceso dal 3,2% al 2,6%).

I dati disponibili, infine, sottolineano un profilo altrettanto problematico se disaggregati per classi di età oltre che per genere. Rispetto al dato medio generale, infatti, il tasso di disoccupazione per i giovani con meno di 25 anni è piuttosto alto: 17,7% mentre nel complesso è fermo al 4,3% (era sullo stesso livello anche nel 2005). Se poi si considera la sola componente femminile, a fronte di un tasso di disoccupazione medio del 6,5% sta, per la classe di età più giovane un valore pari a 27,2%, ossia oltre il triplo del valore medio per le donne e oltre sei volte quello medio totale!

L'indicazione che se ne desume è di una difficoltà di ricambio che penalizza soprattutto le classi più giovani e in particolar modo le donne rientrate, in massa, sul mercato del lavoro.

Dati più recenti, a coprire la prima metà dell'anno, riguardano l'intera regione. e non sono altrettanto positivi. Essi, infatti, segnalano una piuttosto consistente riduzione del numero degli occupati sull'intero territorio regionale ed una certa parte di questa perdita deve essere preventivata anche per questa provincia di Terni.

Il contesto istituzionale

Il rinnovo degli organi della Camera di commercio di Terni, avvenuto contemporaneamente a quelli della Camera di commercio di Perugia, ha coinciso per entrambe le province con un ampio rinnovamento anche negli organi politici delle rispettive Province e dei principali comuni del territorio, primi fra tutti i comuni capoluogo, Terni e Perugia.

Questa circostanza ha aperto una delicata fase di transizione in cui le principali forze istituzionali dei due territori sono impegnate a conoscere e indirizzare i contesti in cui trovano ad operare.

Su questa particolare contingenza si innesterà a breve la fase elettorale che porterà nella prossima primavera al rinnovo dei vertici politici regionali. Ne discende che scelte di alto profilo che coinvolgono le istituzioni dell'intera regione subiranno un fisiologico rallentamento dovuto al peculiare momento di passaggio.

Tuttavia già in questi mesi numerosi incontri si sono svolti fra i vertici dell'ente camerale e i maggiori rappresentanti dello Stato, della Provincia e dei principali comuni del territorio, individuando fin da subito un clima di grande collaborazione fra le istituzioni, ognuna per la propria specifica missione, allo scopo di garantire a cittadini e imprese la presenza di un'amministrazione pubblica destinata a diventare sempre più coesa, integrata e interconnessa.

Gli incontri istituzionali sono stata l'occasione per approfondire i principali temi legati al mondo dell'economia provinciale, in particolare quelli che vedono un lavoro congiunto di più enti, fornendo al tempo stesso l'ampia disponibilità dell'ente camerale a collaborare attivamente per risolvere alcune grandi questioni che riguardano il territorio.

Ciò allo scopo di contribuire, ognuno per la propria parte, a realizzare l'ulteriore progresso e sviluppo della comunità provinciale, consolidando i rapporti tra i cittadini e le istituzioni e assicurando le condizioni dell'ordinata e serena convivenza civile.

Da tutti gli attori istituzionali è stato evidenziato il valore di una politica concertata e di collaborazione fra istituzioni e privati per battere la crisi e rilanciare lo sviluppo di tutto il territorio di competenza auspicando anche una crescente integrazione del territorio provinciale.

Fin da subito e per continuare un rapporto collaborativo ormai consolidato con alcuni enti la Camera di commercio ha comunque offerto la qualità e la fruibilità dei dati contenuti nelle anagrafi economiche che, riguardate in dimensione informativa, ne rende percepibile il rilevante interesse pubblico.

I servizi anagrafici camerale costituiscono infatti una enorme fonte informativa sul sistema imprenditoriale, con fondamentale funzione di interfaccia che mette in relazione l'impresa con il mondo della pubblica amministrazione, momento di osservazione e confronto per cogliere opportunità di modifiche normative e procedurali favorevoli allo sviluppo delle attività produttive.

Questo vasto patrimonio rappresenta il "prodotto" fondamentale che la Camera "offre" ai suoi utenti: imprese, operatori professionali, broker informativi, intermediari, organismi di natura associativa e tale patrimonio la Camera di commercio di Terni mette a disposizione delle altre istituzioni per la costruzione di politiche di sviluppo consapevoli e concertate.

Le istituzioni si sono impegnate a condividere le proprie linee di intervento per lo sviluppo locale, individuando come elemento prioritario per il potenziamento della competitività del sistema territoriale nel suo complesso, l'ammodernamento e l'efficienza dell'azione amministrativa interna alle Istituzioni stesse. Nei prossimi mesi occorrerà l'impegno di tutti per individuare metodologie di lavoro che canalizzino questa ampia volontà collaborativa nella stesura e realizzazione di progetti concreti di sostegno al sistema socioeconomico locale.

Il contesto organizzativo-gestionale

La Camera di Commercio di Terni è una organizzazione di piccole dimensioni: nel confronto con il sistema camerale italiano si situa nella penultima fascia in ordine di grandezza.

Essa può contare su un 39 unità di personale (di cui un dirigente), a fronte di una dotazione organica di 44 unità, suddivise fra i diversi settori o aree di attività (promozionale, studi e statistica, regolazione del mercato, anagrafico-certificativa, servizi interni e di supporto).

Nel corso degli anni si è assistito ad un forte ridimensionamento dell'organico: dal 1996 è stata assunta 1 persona a fronte della cessazione dal servizio di 12 unità. Questa situazione allo stato attuale, non garantendo il turnover del personale e tanto meno il fisiologico futuro ricambio generazionale, pregiudica le potenzialità operative dell'ente ternano.

L'età media del personale in servizio è di 49 anni, il 56% dei dipendenti è di sesso femminile

All'interno del personale in servizio il 35% sono laureati e il 52% è in possesso di diploma di istruzione di scuola media di secondo grado. Il confronto con gli altri enti del sistema ci dice che l'età media è di 44 anni ed il rapporto percentuale fra laureati e diplomati è quasi invertito

Oltre alla sede di Terni è attiva una sede staccata in Comune di Orvieto.

La gestione delle attività camerale (di supporto e nell'area anagraficocertificativa) è caratterizzata da un diffuso impiego della tecnologia informatica e telematica, grazie all'appartenenza alla rete camerale nazionale (Infocamere).

Peraltro, la crescita delle attività camerali registrata negli ultimi anni, connessa in parte allo sviluppo delle attività promozionali e in parte dall'attribuzione di nuove funzioni in ambito anagraficocertificativo, comporta la necessità di una riflessione in merito alla sostenibilità della stessa con l'attuale dotazione di personale.

E' necessario quindi ragionare in un'ottica di crescita continua del personale, di miglioramento continuo delle performance a cui la crescente digitalizzazione della pubblica amministrazione ma anche le linee di governo della funzione pubblica basate sulla valutazione ed il merito stanno in questi anni dando notevole impulso.

Per questi motivi sarà indispensabile mantenere l'investimento avviato nell'ultimo anno nella formazione e nello sviluppo del personale, finalizzato ad un incremento della professionalità delle risorse umane, per rispondere in maniera adeguata non solo ai nuovi compiti istituzionali, ma anche alle sempre più diversificate richieste del mercato.

La formazione del capitale umano

Il processo di telematizzazione avviato decisamente al Registro Imprese, avrà in futuro sempre più forti sviluppi anche in altri ambiti con inevitabili ripercussioni sulle scelte di gestione del personale, sia in termini di formazione che di sviluppo, al fine di raggiungere una maggiore qualità dei servizi.

In un contesto in cui il rapporto con l'utente si farà sempre più "invisibile e intangibile" e le richieste di semplificazione si faranno sempre più pressanti, la formazione diventa una leva fondamentale, quale strumento che stimoli e favorisca il cambiamento della cultura organizzativa delle persone coinvolte.

La sfida è di proseguire nel processo già avviato, affinché il cambiamento venga compreso e interiorizzato da tutto il personale, con l'obiettivo di ampliarne le competenze e le conoscenze, fornendo gli strumenti necessari per svolgere le nuove funzioni con maggiore partecipazione e responsabilizzazione.

La telematizzazione ha come conseguenza la graduale scomparsa delle tradizionali attività di sportello: occorre pertanto pensare a percorsi di formazione e di riqualificazione del personale e a definire nuovi profili professionali, attività tanto più complesse e di lungo periodo quanto più la struttura è ingabbiata da anni in ruoli e prassi consolidate.

Le trasformazioni causate dall'applicazione delle nuove tecnologie stanno già comportando un cambiamento anche nel rapporto con il pubblico e proprio per garantire la velocità di risposta che le nuove sfide richiedono, si dovranno attuare dei meccanismi di funzionamento più elastici, grazie ai quali il personale, ad ogni livello, potrà essere in grado di apportare un reale valore aggiunto al servizio fornito.

Tale cambiamento dovrà necessariamente essere attuato, dal momento che ambiti di intervento quali l'internazionalizzazione, l'informazione economica, la tutela del consumatore, la promozione del territorio avranno sempre più importanza nell'orientare le scelte strategiche dei prossimi anni, soprattutto in considerazione di un mercato sempre più evoluto e rivolto a contesti sia europei sia extra-europei.

Lo spingersi sempre più verso un'organizzazione per processi, caratterizzata da flessibilità e dinamicità comporterà da una parte una definizione più puntuale dei ruoli in termini di una maggiore autonomia e responsabilità delle diverse funzioni, dall'altra implicherà l'attivazione di meccanismi sempre più raffinati di integrazione, di coordinamento e di controllo.

Si renderanno, pertanto, necessari da un lato un costante monitoraggio e valutazione delle attività e dei risultati conseguiti, dall'altro una scelta forte di riqualificazione del personale, che dovrà acquisire le competenze necessarie all'assolvimento dei nuovi compiti che gli saranno affidati.

La connessione fra la definizione degli obiettivi e la valutazione dei risultati

Orientare le attività nella direzione indicata dall'utenza: è questo l'obiettivo di un sistema che connette fortemente la definizione degli obiettivi e la valutazione dei risultati.

Il presupposto fondamentale per questa attività è che la struttura organizzativa sia adeguatamente attrezzata per la realizzazione degli obiettivi annunciati.

Da circa un anno la Camera di Commercio di Terni sta lavorando per dotarsi di strumenti e metodi strutturati per orientare sempre più la struttura verso il perseguimento di obiettivi prefissati. Occorre rafforzare la gestione per obiettivi affinché da attività in nuce diventi un processo strutturato che rientra nella normale attività dell'ente e interiorizzato da parte del personale.

L'attività dell'Organo di Valutazione Strategica sarà essenziale all'inizio e nel corso del nuovo mandato degli amministratori per definire obiettivi gestionali strettamente connessi con i programmi individuati dal Consiglio, prefissare degli standard ed evidenziare eventuali scostamenti delle attività e dei risultati rispetto a quanto prefissato.

Ciò consentirà ad amministratori e dirigenza di determinare modalità di miglioramento nell'espletamento delle attività e dei servizi camerali, individuando altresì eventuali correzioni da apportare alle linee di indirizzo e ai documenti di programmazione.

LA MISSION E LA VISION

La mission

La mission della Camera di Commercio di Terni è:

“Un’istituzione al servizio delle imprese e del mercato”

L’economista americano Douglass C. North – premio Nobel nel 1993 - afferma: “...Quando (le istituzioni) sono efficienti, creano le condizioni favorevoli per lo sviluppo degli scambi e per l’emergere di organizzazioni produttive”.

Per un ente che si pone al servizio delle imprese e del mercato ciò significa creare le condizioni più idonee all’ottimale espressione dell’attività d’impresa, contribuendo a rendere il territorio più competitivo attraverso la realizzazione di infrastrutture materiali e immateriali.

Questa affermazione, in se astratta, poggia su due cardini: in primo luogo promuovere lo sviluppo dell’economia locale attraverso azioni efficaci, ma anche ricercare le sinergie ed individuare linee di attività per far crescere il sistema delle imprese e sviluppare il territorio in modo equilibrato e sostenibile.

Avendo a cuore la centralità dei clienti/utenti, la cura delle relazioni con il sistema delle imprese e la creazione dei presupposti per raccogliere e soddisfarne le istanze.

In secondo luogo è fondamentale l’azione di promozione degli interessi del sistema economico locale a livello istituzionale, valorizzando l’azione dei portatori di interessi pubblici e privati, a beneficio dello sviluppo sostenibile, della solidarietà, della qualità del territorio e della sua attrattività per gli operatori economici e per tutti i cittadini. Nella consapevolezza che dai linguaggi e dai progetti condivisi nascono le nuove possibilità di crescita.

Questa è la posizione degli enti camerali che vedono rafforzata dalla riforma e dalle successive e più recenti disposizioni di legge, la loro identità di istituzioni "ponte" tra impresa e Stato, tra privato e pubblico, tra locale e globale.

Il principio guida fondamentale per migliorare il quadro complessivo dei servizi alle imprese continuerà comunque ad essere la sussidiarietà, intesa come costante ricerca dell’integrazione con il mondo associativo e le altre amministrazioni, criterio che dovrà diventare sempre più riferimento permanente dell’azione della Camera di Commercio di Terni per lo sviluppo del territorio

La vision

In un contesto economico come quello attuale, nel quale l’intera economia mondiale si trova in una fase talmente critica dalla quale secondo recenti stime OCSE sarà difficile riprendersi prima di due anni, e dove anche per l’Italia gli economisti lanciano segnali allarmanti di speranza e caduta, per un ente che inizia il suo mandato risulta quanto mai arduo disegnare programmi roboanti.

Come anche recentemente affermato dal governatore di Bankitalia la ripresa sarà lenta e fragile, e accompagnata da alti tassi di disoccupazione. Compito fondamentale delle istituzioni in questa fase sarà quello di supportare e indirizzare il sistema economico per “traghetare” imprese e territorio oltre la crisi.

Per questo l'ente camerale ternano ha scelto di porsi in condizione di prossimità e vicinanza al sistema delle imprese del territorio, con l'obiettivo di far riacquistare fiducia agli imprenditori; fiducia nelle proprie intuizioni, nella forza di volontà e nel desiderio di innovare, nella propria capacità di visione dell'azienda ma anche fiducia nelle istituzioni che hanno il compito di supportare e accompagnare tutto questo.

La Camera di commercio di Terni intende essere un'istituzione eccellente, riconosciuta dalle imprese, dalle loro associazioni, dalle altre istituzioni locali e nazionali, da coloro che vivono e operano nel territorio, come protagonista nell'attuazione di programmi strategici e di progetti che rafforzano lo sviluppo sostenibile della provincia, la solidarietà e la competitività internazionale degli operatori economici.

L'ente camerale vuole assolvere appieno al proprio ruolo di "casa delle imprese" e di promotore dello sviluppo dell'imprenditorialità, attribuitole dalla legge, attraverso azioni concrete per il recupero di competitività internazionale delle imprese ternane e per stimolare il tasso di innovatività delle imprese locali e il miglioramento della qualità del capitale umano.

Vuole inoltre porsi come attore di semplificazione guidando i processi di e-governement locali, partecipando attivamente all'innovazione del patrimonio di infrastrutture economiche, sociali e culturali del territorio

Favorire l'accesso per tutte le imprese alle opportunità offerte dalla società digitale è la prima modalità di azione nella quale la Camera di Commercio si deve impegnare, quale interlocutore qualificato del mondo delle imprese. Si tratta di porsi come modello di ente che, tramite l'e-government, sappia essere uno dei fattori di promozione e catalizzazione dell'innovazione del sistema economico e sociale.

Le strategie di intervento

GLI AMBITI STRATEGICI

Le strategie di intervento

Il programma strategico per il mandato 2010 – 2014 della Camera di commercio di Terni si suddivide in sette sezioni fondamentali che sintetizzano le linee di azione sulle quali fonda lo sviluppo economico del prossimo futuro non solo per la provincia di Terni ma per l'intera regione. Esso infatti è stato redatto tenendo conto della programmazione pluriennale degli enti territoriali di riferimento, ai sensi del DPR 254/2005, e prendendo a riferimento gli ambiti di comune interesse, considerata la specifica missione di ciascuno.

Ogni ambito strategico di azione si articola in assi di intervento la cui elencazione è per sua natura soggetta a trasformazioni allo scopo di rendere il documento un programma “aperto” e le azioni dell'ente sempre aderenti al mutare delle esigenze e all'evolversi del contesto socioeconomico di riferimento.

In particolare, traendo spunto da indicazioni contenute in un documento redatto dalle associazioni di categoria lo scorso maggio in vista dei rinnovi degli organi camerali, il quale individuava alcuni possibili ambiti di intervento dell'ente nel prossimo quinquennio, e considerate le funzioni attribuite per legge alle camere di commercio, è stato possibile sintetizzare alcuni possibili ambiti strategici riassunti nello schema sottostante:

GLI AMBITI STRATEGICI

AMBITO STRATEGICO	ASSI APPARTENENTI ALL'AMBITO STRATEGICO
INNOVAZIONE IMPRENDITORIALE	1. Innovazione finanziaria e sostegno al credito 2. Innovazione tecnica, tecnologica e organizzativa 2. Sviluppo del capitale sociale e delle competenze
INTERNAZIONALIZZAZIONE	1. Supporto all'internazionalizzazione 2. Progetti di natura internazionale
MARKETING TERRITORIALE	1. Sistemi turistici 2. Promozione del territorio delle produzioni locali
INFRASTRUTTURE	1. Sviluppo reti infrastrutturali
REGOLAZIONE DEL MERCATO	1. Regolazione e tutela del mercato
E-GOVERNMENT ED INFORMAZIONE ECONOMICA	1. E-government 2. Comunicazione e informazione economica

Un ulteriore ambito strategico rilevante in quanto comporta investimenti, e che pertanto ha una propria evidenza nei documenti di programmazione, riguarda il piano degli investimenti che sarà necessario effettuare per mantenere in piena efficienza il patrimonio immobiliare che la Camera mette al servizio delle imprese e del territorio. L'utilizzo, la conservazione e l'ammodernamento degli immobili di proprietà sono infatti fattori di fondamentale importanza, in quanto si configurano come uno degli strumenti attraverso i quali l'ente supporta l'economia e lo sviluppo del territorio.

Una prima bozza del documento ha guidato le riflessioni dei componenti della Giunta e del Consiglio sulle sfide da affrontare nel prossimo futuro e la partecipazione dei rappresentanti del mondo economico alle

attività di definizione del documento programmatico ha favorito la definizione di indirizzi strategici coerenti con le esigenze di sviluppo dell'economia territoriale per giungere alla definitiva stesura di un documento programmatico che tiene conto del punto di vista della comunità economica, le cui esigenze e aspettative sono state rilevate nel corso di tutto il processo di definizione del documento.

Importanti le linee guida dettate per individuare progettualità coerenti con l'impianto del Programma Pluriennale: privilegiare interventi con ricaduta ampia e trasversale ed evitare la frammentazione delle iniziative, dare priorità alle iniziative che trovano addizionalità di risorse da parte di altri soggetti in quanto la possibilità di incrementare il volume di tali risorse sarà quindi sempre più legata alla capacità di accedere ad ulteriori fonti di finanziamento a livello nazionale, regionale e comunitario su specifiche misure, riservare particolare attenzione alle infrastrutture e alla mobilità, diffondere l'e-government quale strumento di semplificazione.

1. INNOVAZIONE IMPRENDITORIALE

Assi

1.01 Innovazione finanziaria e sostegno al credito

1.02 Innovazione tecnica, tecnologica e organizzativa

1.03 Sviluppo del capitale sociale e delle competenze

Finalità

La presenza in un sistema economico di imprese innovative è indice di vitalità, nonché fattore propulsivo e di traino per la crescita economica. Le imprese innovative contribuiscono a diffondere rapidamente le nuove conoscenze, facilitano i cambiamenti, possono costituire il volano per lo sviluppo del territorio in cui operano e per l'internazionalizzazione del settore produttivo di appartenenza.

Molteplici sono le anime dell'innovazione imprenditoriale ed in azienda l'innovazione non può riguardare solo alcuni aspetti, in particolare o limitatamente al processo produttivo.

Le aziende sono sistemi organizzativi complessi e vivi nei quali l'evoluzione è un processo naturale e la sua assenza non è mai buon segno: occorre che lo spirito innovativo pervada sempre più le aziende come frutto dell'incontro tra l'intuizione, la forza di volontà e il desiderio di innovare e la capacità di visione dell'azienda quale sistema che va al di là della somma delle sue componenti elementari.

Le iniziative che la Camera di Commercio cerca di proporre si rivolgono in particolare a imprenditori che desiderano sviluppare nuove imprese o unità di business, espandersi in Italia e all'estero, investire in tecnologie e sviluppare progetti di ricerche, formare i propri collaboratori, individuare nuove strategie industriali e finanziarie o semplicemente garantire e assicurare la continuità aziendale. Offrono azioni di informazione, formazione, sostegno finanziario, assistenza diretta per sviluppare le competenze e utilizzare i migliori strumenti di gestione aziendale.

L'obiettivo è quello di attuare iniziative congiunte insieme ad altri attori e partner locali per progettare azioni finalizzate ad introdurre processi di innovazione.

Ambiti di intervento sono l'innovazione finanziaria, l'innovazione tecnologica con particolare riferimento alle tematiche ambientali ed energetiche, l'innovazione organizzativa e la formazione del capitale sociale.

L'ente intende anche agire in sinergia e collaborazione con le altre istituzioni per salvaguardare la territorialità che finora ha caratterizzato gli istituti di credito presenti sul territorio e che ora si va pian piano perdendo a causa dei processi di fusione ed acquisizione tra banche. Ciò nella convinzione che gli istituti concretamente e profondamente radicati sul territorio possano offrire ad imprese e cittadini un servizio qualitativamente più elevato, grazie alla reale conoscenza delle dinamiche socioeconomiche e dei contesti locali.

1.01 Innovazione finanziaria e sostegno al credito

L'obiettivo è quello di dare continuità delle misure agevolative per l'accesso al credito delle PMI.

La Camera di Commercio di Terni per il periodo 2010-2014 perseguirà la finalità di accompagnare gradualmente il sistema dei confidi garantendo continuità agli strumenti consolidati, si tenderà a favorire l'incremento di efficienza ed efficacia degli organismi di garanzia, aiutandoli a diventare soggetti di mercato e salvaguardando, al tempo stesso, la capillarità del servizio alle imprese e la presenza sul territorio.

La Camera di Commercio aiuterà anche le imprese a migliorare i propri parametri finanziari e il proprio grado di patrimonializzazione (in una parola, il proprio rating), permettendo loro di acquisire una nuova sensibilità nei confronti della gestione finanziaria in generale.

Formazione e progetti sperimentali tendenti ad avvicinare domanda e offerta di credito potranno contribuire a creare nuove competenze di gestione finanziaria e patrimoniale nelle piccole imprese e a sviluppare un nuovo rapporto banca-impresa incentrato sulla cooperazione.

Alcuni progetti strategici 2010-2014

Progetto strategico	Descrizione	Destinatari	Partner
Crescita della cultura aziendale delle imprese	L'obiettivo è di far crescere le competenze manageriali ed imprenditoriali, sviluppare un nuovo rapporto banca-impresa incentrato sulla cooperazione, svolgere una funzione informativa nei confronti delle imprese sul tema del credito.	Operatori economici	Associazioni di categoria, Confidi, sistema bancario, Unioncamere
Accesso a credito delle PMI	Realizzare azioni per favorire l'accesso al credito delle PMI	Operatori economici	Associazioni di categoria, Confidi, sistema bancario

1.02 Innovazione tecnica, tecnologica e organizzativa

1. Sviluppo economico eco-compatibile

La Camera di Commercio intende sostenere programmi orientati all'innovazione e al trasferimento tecnologico, puntando su interventi di sistema in grado di accrescere la propensione all'innovazione del tessuto economico provinciale. In particolare, nel quinquennio, intende privilegiare l'introduzione dell'innovazione laddove abbia importanti ricadute sul territorio in termini ambientali e contribuisca ad uno sviluppo sostenibile del territorio (risparmio energetico, ricorso a forme di energia alternative, investimenti produttivi eco-sostenibili, ecc.).

2. Innovazione e monitoraggio

La Camera di Commercio sta progettando, unitamente alla Camera di Commercio di Perugia e all'Unioncamere, nell'ambito di un progetto finanziato dal fondo di perequazione intercamerale, strumenti per monitorare la capacità innovativa delle imprese nel tempo, per offrire loro uno strumento di benchmarking e per valutare l'impatto degli interventi camerale a sostegno dell'innovazione.

Si intende adottare tale strumento con l'obiettivo non solo di indagare i risultati innovativi generati (brevetti, nuovi prodotti, nuovi processi) in un preciso momento, bensì di monitorare gli sviluppi attraverso cui tali risultati vengono mantenuti e potenziati nel tempo.

Se infatti è importante conoscere l'attuale propensione innovativa del territorio, lo è ancora di più delineare le prossime tendenze che interesseranno le imprese, in termini di sviluppo tecnologico, di fonti di finanziamento, di rischi legati alla tecnologia di riferimento.

Al termine di tale attività si potrà giungere a selezionare ed individuare elementi di valorizzazione per le imprese eccellenti del territorio.

Si intende sostenere inoltre la capacità delle imprese di "fare rete" attraverso una formula organizzativa innovativa che mette insieme e fa dialogare gli enti camerali con un gruppo ristretto di imprenditori innovativi ed un insieme di attori variabili (Università, enti locali, associazioni di categoria) per realizzare una rete di scolaro, integrazione e diffusione di best practice, con un raccordo e coordinamento nazionale (Club delle imprese innovative)

3. Valorizzazione della proprietà industriale

L'ente camerale condurrà attività di sensibilizzazione in tema di tutela e valorizzazione della proprietà industriale attraverso azioni di divulgazione della cultura brevettale e orientando l'attenzione principalmente alle PMI.

Nel perseguire l'obiettivo di aumentare il numero complessivo di invenzioni industriali depositate dagli attori del territorio, indispensabile è la continua garanzia di adeguata informazione e formazione, che garantiscano adeguata promozione degli strumenti di tutela della proprietà intellettuale.

4. Valorizzazione e sostegno ad ambiti di particolare interesse

Le imprese in fase di start-up, quelle che affrontano la transizione generazionale, le imprese guidate da donne, le imprese "sociali" presentano caratteri e peculiarità che le rendono particolarmente interessanti sotto una molteplicità di profili, primo fra tutti quello organizzativo.

La Camera di commercio intende valorizzare e supportare queste specifiche tipologie di imprese mettendo a sistema azioni che a livello nazionale o in altre realtà territoriali costituiscono best-practice.

In particolare l'ente intende rafforzare la collaborazione, già attiva da anni sui temi dell'imprenditoria femminile, con la Camera di commercio di Perugia per la costituzione del Laboratorio dell'Economia Civile con lo scopo di avviare anche in provincia di Terni attività di diagnosi al fine di compiere un'analisi dei punti di forza e di debolezza delle imprese sociali non profit ed accrescere la consapevolezza dell'importanza del Terzo Settore nell'economia provinciale dove rappresenta una realtà rilevante dal punto di vista economico.

Alcuni progetti strategici 2010-2014

Progetto strategico	Descrizione	Destinatari	Partner
Azioni per l'introduzione e la disseminazione di	Studio sui caratteri dimensionali, settoriali e distintivi delle imprese innovative. Promozione delle conoscenze e delle	Imprese del territorio	Associazioni di categoria, Università

processi di innovazione	buone pratiche con l'obiettivo di creare una rete d'ascolto e di risposta delle esigenze delle imprese che interagisca a livello nazionale con il "Club dei club". Momenti di confronto su temi specifici con il supporto di esperti e consulenti e con il coordinamento di un animatore camerale ed un animatore esperto.		
Valorizzazione della cultura marchi e brevetti	Attività formativa, progettazione e sostegno ad un percorso di accompagnamento per la valorizzazione dei brevetti e dei marchi.	Imprese del territorio	Associazioni di categoria Istituti di credito, enti di ricerca
Azioni a supporto dell'introduzione di forme di risparmio energetico	Favorire nelle imprese l'utilizzo delle fonti di energia rinnovabile e l'introduzione di forme di risparmio energetico	Imprese del territorio	
Valorizzare le imprese in fase di start-up, di transizione generazionale, quelle femminili, le imprese "sociali"	Individuare azioni tese a supportare e valorizzare queste particolari tipologie di imprese, attraverso l'analisi del fenomeno, attività di animazione e supporto, la creazione di una rete d'impresе, sportelli informativi ecc...	Imprese del territorio	Associazioni di categoria, CIF

1.02 Sviluppo del capitale sociale e delle competenze

1. La formazione come leva di sviluppo economico

Promuovere la crescita della cultura d'impresa a tutti i livelli organizzativi ed in tutti i settori dell'economia, raggiungendo tutti i collaboratori che presso le imprese del territorio provinciale sono considerati motori dello sviluppo economico e soprattutto della sua sostenibilità.

L'obiettivo è di far crescere le competenze manageriali ed imprenditoriali, attuando nel prossimo quinquennio tutte le possibili sinergie con il sistema scolastico locale (in particolare l'Università) ma anche cogliendo tutte le occasioni di contatto con gli imprenditori e gli aspiranti tali per accrescere le competenze aziendalistiche, finanziarie e manageriali.

Con questo obiettivo, oltre ad utilizzare tutti gli ambiti di intervento camerale per diffondere cultura e conoscenze prevedendo sempre possibili percorsi formativi, occorre arricchire anche la formazione abilitante di contenuti manageriali, professionali, tecnologici e deontologici per sostenere la crescita dell'economia locale e del mercato del lavoro, per consentire a futuri imprenditori ed operatori l'accesso consapevole e competente alle specifiche professioni, per mantenere e migliorare posizioni di mercato e alimentare strategie di crescita future.

2. Accrescere le competenze sul territorio

La Camera di Commercio sfrutta in sinergia le proprie iniziative nei diversi ambiti strategici proponendo percorsi formativi sulle tematiche oggetto di analisi, studio, ricerca, finanziamento.

Questo trasferimento verrà favorito anche grazie all'azione di Alternanza Scuola Lavoro che permetterà agli esperti d'impresa di instaurare sin dall'inizio rapporti sostanziali con i "futuri collaboratori" e di trasferire non solo conoscenze ma anche esperienze e saper fare. Tramite le attività di alternanza sarà possibile attuare azioni che sviluppino l'imprenditorialità dei giovani della provincia e facilitino l'incontro fra gli studenti e le aziende del territorio ma anche favorire l'inserimento dei giovani nel tessuto economico locale e svolgere funzioni orientative, informative e di individuazione di buone pratiche, a favore di studenti ed imprese.

3. Conoscere e ri-conoscere il mondo del lavoro

Gli approfondimenti sul mercato del lavoro locale costituiscono un punto di partenza imprescindibile per l'individuazione di politiche di intervento a favore del sistema locale. La Camera di Commercio si avvarrà delle diverse fonti conoscitive esterne e del suo ricco patrimonio informativo (tra cui Excelsior e la prossima introduzione di SMAIL a livello di sistema regionale) per tradurle in informazioni da diffondere sul territorio.

Tali fonti informative prevedono l'integrazione dei dati Registro Imprese anche con archivi INPS per giungere alla predisposizione di un archivio statistico sulla consistenza delle imprese e dell'occupazione, sino al livello di dettaglio comunale.

Importante e sentita occasione per tutti gli operatori economici è il momento di premiazione della Fedeltà al Lavoro e al Progresso Economico, durante il quale viene omaggiato l'impegno di quelle aziende e quei lavoratori che con la loro opera hanno sostenuto nel tempo lo sviluppo economico della provincia.

4. Orientare verso la responsabilità sociale d'impresa

È impensabile una “qualità territoriale”, intesa come qualità della vita e dell’ambiente, se le imprese non coltivano e applicano la “cultura della qualità”. Dalla qualità delle imprese alla responsabilità sociale il percorso potrà essere più agevole.

Nel 2001, la Commissione Europea ha definito la responsabilità sociale delle imprese come l’integrazione su base volontaria, da parte delle imprese, delle preoccupazioni sociali e ambientali nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate”; la responsabilità sociale, tuttavia, per attuarsi appieno, deve passare attraverso una politica di “corporate governance”, che richiede la partecipazione di tutti gli stakeholder interni ed esterni all’azienda.

I comportamenti socialmente responsabili di istituzioni e imprese, sono aspetti centrali e vincenti, sui quali puntare anche ai fini delle dinamiche competitive. La responsabilità sociale delle imprese è la loro capacità di introdurre l’impegno etico all’interno dei propri disegni strategici, perché diventi parte della “catena del valore”.

La Camera di commercio promuoverà azioni per sostenere l’impegno di quelle imprese che adottano percorsi o sistemi riconducibili alla responsabilità sociale; tale pratica evidenzia come un’impresa responsabile sia un’organizzazione aperta attenta non solo al profitto ma anche a tutelare gli interessi degli stakeholder sia interni che esterni, un’impresa che non consuma ma rigenera la dotazione di capitale sociale della comunità .

Alcuni progetti strategici 2010-2014

Progetto strategico	Descrizione	Destinatari	Partner
Azioni di crescita culturale delle PMI	Sfruttare in sinergia tutte le proprie iniziative nei diversi ambiti strategici proponendo percorsi formativi sulle tematiche oggetto di analisi, studio, ricerca, finanziamento	Operatori economici	Associazioni di categoria
Progetto Alternanza Scuola-Lavoro	Aiutare i giovani ad entrare in modo consapevole nel mondo del lavoro e facilitare l’incontro fra gli studenti e le imprese	Imprese, Associazioni di categoria, Sindacati, Enti ed istituzioni, Scuole secondarie e Università	Imprese e associazioni di categoria, sindacati, enti ed istituzioni scuole e università presenti sul territorio
Osservatorio Excelsior e SMAIL	Valorizzare l’indagine annuale Excelsior sui fabbisogni occupazionali e formativi espressi dalle imprese ed il sistema di monitoraggio annuale SMAIL sulle imprese e l’occupazione in provincia, strumenti che consentono di comprendere il reale andamento anno per anno delle imprese e della loro occupazione.	Imprese, associazioni di categoria, sindacati, studiosi e ricercatori, enti ed istituzioni, scuole e Università presenti sul territorio	Centri di ricerca INPS, Unioncamere

<p>Sensibilizzazione alla Responsabilità Sociale</p>	<p>Avvio di una serie di azioni concrete di sensibilizzazione, mappatura delle best practices, creazione di un network e di partnership per diffondere la cultura e la pratica della CSR, in coerenza con le indicazioni ministeriali sul tema.</p>	<p>Imprese, Associazioni di categoria, Sindacati, Enti ed istituzioni</p>	<p>Imprese e associazioni di categoria, sindacati, enti ed istituzioni presenti sul territorio</p>
<p>Premio al Lavoro e al Progresso Economico</p>	<p>Momento significativo di incontro e riconoscimento delle esperienze e delle capacità espresse dall'impresa e dai lavoratori.</p>	<p>Imprese, imprenditori, dirigenti e lavoratori.</p>	

2 INTERNAZIONALIZZAZIONE

Assi

2.01 Supporto all'internazionalizzazione

2.02 Progetti di natura internazionale

Finalità

La Camera di Commercio intende sostenere lo sviluppo dei processi di apertura internazionale dei principali settori dell'economia provinciale, in un'ottica di continuità strategica con le azioni attualmente in corso e con una prospettiva di azione di medio-lungo periodo attraverso una serie articolata di interventi e iniziative di promozione economica.

Per la Camera di Commercio, internazionalizzazione significa in primo luogo sviluppare e sostenere le capacità e le competenze degli attori presenti sul territorio che si dedicano all'internazionalizzazione mediante una gestione coordinata e integrata delle politiche di internazionalizzazione e in secondo luogo sostenere e incentivare le strategie di internazionalizzazione delle PMI interessate ad avviare o consolidare la propria presenza sui mercati esteri.

Il programma di promozione dell'internazionalizzazione vedrà quale cardine la stesura di una strategia d'intervento condivisa con la Regione Umbria, finalizzata alla costituzione e all'operatività del nuovo Centro Estero composto dalla stessa Regione e dai due enti camerali umbri.

2.01 Supporto all'internazionalizzazione

L'obiettivo è quello di migliorare e rendere più efficaci le strategie di internazionalizzazione delle singole imprese è la finalità principale, soprattutto attraverso la crescita delle competenze e l'utilizzo di diversi strumenti di marketing internazionale.

L'offerta dei servizi camerali all'internazionalizzazione si orienta quindi verso forme di supporto mirate evitando la frammentazione degli interventi, in sinergia e non in sovrapposizione con le future attività del Centro estero e le azioni del sistema camerale all'estero.

L'obiettivo è quello di valorizzare le produzioni locali sui mercati internazionali, promuovendo iniziative integrate indirizzate verso aree geografiche e/o settori considerati prioritari in cui le opportunità di collaborazione economica risultano ampie, sebbene ancora sostanzialmente poco conosciute e/o poco sviluppate da parte del sistema economico provinciale.

Alcuni progetti strategici 2010-2014

Progetto strategico	Descrizione	Destinatari	Partner
Sostegno all'attività del Centro estero	Sostegno alle attività Centro Estero per costruire una strategia condivisa di internazionalizzazione di medio periodo	Micro, piccole e medie imprese	Associazioni di categoria, Regione Umbria, ICE.

Sostegno alla partecipazione a fiere	Sostenere la partecipazione di piccole e medie imprese e gruppi di imprese a eventi fieristici e collettive attraverso appositi bandi	Micro, piccole e medie imprese	Associazioni di categoria
Incoming	Promuovere le imprese del territorio, attraverso l'accoglienza sul territorio di buyer specializzati, in concomitanza con le principali fiere internazionali e in sinergia col sistema camerale nazionale.	Micro, piccole e medie imprese, gruppi di imprese, Associazioni di categoria, Consorzi export.	Unioncamere , Associazioni di categoria, Regione Umbria, ICE.
Azioni di scouting	Individuare opportunità specifiche di collaborazione, mediante indagini esplorative, all'interno sia dei mercati tradizionali sia di quelli emergenti, al fine di individuare potenziali controparti istituzionali e partner d'affari.	Micro, piccole e medie imprese, gruppi di imprese, Associazioni di categoria, Consorzi export.	Unioncamere , Associazioni di categoria, Regione Umbria, ICE.
Percorsi di internazionalizzazione	Affiancare, da parte di tecnici esperti e attori specializzati, le imprese nella realizzazione di attività propedeutiche all'internazionalizzazione quali stesura e realizzazione del business plan per l'internazionalizzazione, ricerca partner esteri, analisi di settore e ricerca di mercato finalizzata alla penetrazione nei mercati esteri, assistenza tecnica alle imprese, formazione/informazione	Micro, piccole e medie imprese	Unioncamere , Associazioni di categoria, ICE

2.02 Progetti di natura internazionale

L'obiettivo è di dare visibilità internazionale al sistema economico territoriale, la creazione di network, opportunità di condivisione tecnologica e di partnership produttive o commerciali all'estero attraverso la partecipazione del sistema e delle imprese a progetti di natura internazionale con diverse finalità.

Tale obiettivo può essere realizzato attraverso la partecipazione ad iniziative realizzate e coordinate a livello territoriale più ampio da organismi quali il Centro Estero, la rete EEN, il sistema camerale italiano

Alcuni progetti strategici 2010-2014

Progetto strategico	Descrizione	Destinatari	Partner
Sostegno all'attività del Centro estero	Sostegno alle attività Centro Estero per la creazione di network, opportunità di condivisione tecnologica e di partnership produttive o commerciali all'estero	Piccole e medie imprese	Associazioni di categoria, Regione Umbria, ICE.
Enterprise Europe Network	La rete si occuperà sia di fornire informazioni sui temi comunitari sia del supporto all'innovazione tecnologica e dei trasferimenti di tecnologia nazionali ed internazionali.	Micro, piccole e medie imprese, Gruppi di imprese, Associazioni di categoria, Consorzi export.	Associazioni di categoria, Regione Umbria, ICE.
Azioni di sistema all'estero	Individuare le azioni realizzate dal sistema camerale italiano in collaborazione con le Camere di commercio italiane all'estero che sono più rispondenti alle caratteristiche produttive del territorio e coinvolgere le imprese	Micro, piccole e medie imprese, Gruppi di imprese, Associazioni di categoria, Consorzi export.	Associazioni di categoria, ICE.

3. MARKETING TERRITORIALE

Assi

3.01 Sistemi turistici

3.02 Promozione del territorio e delle produzioni locali

Finalità

La Camera di Commercio di Terni intende avviare nei prossimi cinque anni azioni coordinate di sviluppo e promozione economica locale volte a migliorare la visibilità, l'attrattività e l'apertura del territorio in termini di flussi di persone (turismo e occupazione), di beni, servizi e conoscenze (export, ricerca, formazione) e di capitali (infrastrutture ed investimenti produttivi).

L'intera attività della Camera di commercio contribuisce a raggiungere tale finalità, mentre l'area marketing territoriale si concentra su quelle azioni più strettamente collegate alla promozione turistica e all'attrazione di investimenti.

Il marketing territoriale si pone quindi come "l'insieme degli strumenti per le promozioni del prodotto del territorio" attraverso una comunicazione capace di valorizzarne le potenzialità di sviluppo e le caratteristiche socioeconomiche e ambientali e di incentivare l'imprenditorialità locale, nazionale ed estera.

3.01 Sistemi turistici

Negli ultimi anni lo sviluppo del turismo rappresenta sempre più una variabile strategica di crescente rilevanza per un ambito territoriale, anche in relazione al suo elevato grado di integrazione con le altre componenti del sistema economico e per i riflessi occupazionali.

Il turismo rappresenta, infatti, un settore caratterizzato da forte trasversalità rispetto a tutte le categorie economiche, dal commercio, all'artigianato, all'agricoltura che devono a tutti gli effetti essere riconosciute come componenti del sistema turistico provinciale.

In questo contesto la concertazione e condivisione degli obiettivi tra i diversi attori, il collegamento tra la promozione (pubblica) e la commercializzazione (privata), l'aggregazione degli operatori per reggere l'impatto del mercato, rappresentano valori irrinunciabili per il sistema turistico provinciale e per un'efficace governance del settore.

1. **Sviluppare rapporti di collaborazione ed aggregazione turistica.**

L'attivazione di rapporti di collaborazione fra le istituzioni, non solo a livello locale e l'integrazione dei diversi soggetti che operano in chiave di promozione turistica sul territorio - in una logica di sviluppo turistico integrato dell'intera area provinciale - rappresentano obiettivi strategici per la Camera di Commercio di Terni e di queste istanze si è fatta e si farà portavoce presso le altre istituzioni del territorio. In questo ambito occorre in primo luogo definire, unitamente agli altri attori istituzionali deputati alla governance del settore turistico provinciale, il ruolo e l'operatività di strumenti quali il Sistema Turistico Locale e il DITT - Distretto Integrato Turistico della Provincia di Terni.

2. Sviluppare la capacità di accoglienza del territorio

L'obiettivo della Camera di Commercio è il rafforzamento qualitativo, la valorizzazione e la diversificazione dell'offerta ricettiva attraverso l'attivazione di politiche della Qualità e sistemi di certificazione (Marchio Qualità alberghi, ristoranti, agriturismi), l'attivazione di prodotti turistici "certificati" (utilizzo della filiera "Umbria", prodotto turistico ecocompatibile ecc...), attraverso interventi formativi che favoriscano l'approccio "marketing oriented" degli operatori turistici, anche attraverso iniziative di tutela della professionalità degli operatori e volte a contenere eventuali azioni di concorrenza sleale.

Alcuni progetti strategici 2010-2014

Progetto strategico	Descrizione	Destinatari	Partner
Favorire il marketing degli eventi	Realizzazione di azioni di promozione degli eventi congiunte con altre istituzioni, al fine di aumentare la permanenza dei turisti sul territorio e destagionalizzare gli afflussi	Istituzioni locali, Associazioni di categoria, Operatori del settore.	Provincia, Camera di commercio di Perugia
Elevare il grado di qualità e competitività dell'accoglienza	Favorire il rafforzamento qualitativo, la valorizzazione e la diversificazione dell'offerta ricettiva attraverso l'attivazione di politiche della Qualità e sistemi di certificazione, interventi formativi che favoriscano l'approccio "marketing oriented" degli operatori turistici, ed iniziative di tutela della professionalità degli operatori	Associazioni di categoria, Operatori del settore.	Unioncamere
Sviluppare iniziative di comunicazione aventi ad oggetto il territorio provinciale	Il progetto si propone l'attivazione di rapporti di collaborazione fra le istituzioni, non solo a livello locale e l'integrazione dei diversi soggetti che operano in chiave di promozione turistica sul territorio - in una logica di sviluppo turistico integrato dell'intera area provinciale	Istituzioni locali, Associazioni di categoria, Operatori economici.	Provincia, Comuni, Associazioni di categoria

3.02 Promozione del territorio e delle produzioni locali

La presenza sul territorio di una molteplicità di micro e piccole imprese mostra da un lato evidenti vantaggi competitivi dal punto di vista della flessibilità, dall'altro costituisce nel mercato globale un forte limite per quanto riguarda il raggiungimento di adeguati livelli di efficienza gestionale attraverso economie di scala e della capacità di innovazione e penetrazione sui mercati internazionali.

I processi di aggregazione di imprese appaiono in questo contesto la strada migliore da perseguire per garantire la continuità delle singole unità imprenditoriali, con le loro peculiarità e i propri caratteri distintivi, assicurando nel contempo adeguati livelli di competitività al sistema locale.

La Camera di Commercio intende quindi avviare progetti che si strutturano su diverse linee di attività riconducibili al sostegno alle aggregazioni per superare il limite dimensionale sui mercati, alla qualificazione del prodotto ed organizzazione dell'offerta, alla spinta alla competitività per limitare i costi di produzione alla maggiore distintività dei prodotti e alla loro promozione, alla promozione dei fattori di attrattività del territorio.

1. Sviluppare e valorizzare le produzioni locali

Nel contesto ternano, caratterizzato da produzioni con un mercato prevalentemente locale, pare opportuno indirizzare gli interventi della Camera di Commercio verso la valorizzazione delle produzioni locali e dell'immagine complessiva del territorio. Uno degli obiettivi prioritari che la Camera di Commercio intende perseguire sarà pertanto la diffusione di un "marchio di territorio" di garanzia per il consumatore su qualità ed origine delle produzioni della provincia, in particolare agroalimentari e artigianali.

Strettamente connesse all'obiettivo citato saranno le diverse iniziative di valorizzazione delle produzioni di qualità alle quali si aggiungeranno gli interventi destinati alla formazione e all'assistenza tecnica alle imprese anche al fine di potenziarne le capacità imprenditoriali.

2. Costruire percorsi per facilitare le aggregazioni tra le imprese

La Camera di Commercio si propone di rafforzare il tessuto relazionale che lega le imprese della stessa filiera operanti nel territorio, in quanto oggi le imprese mostrano una capacità ancora troppo limitata di lavorare insieme nell'individuazione e realizzazione di progetti complessi, ovvero nella predisposizione di modelli produttivi più efficienti e innovativi. L'ente intende facilitare le collaborazioni tra imprese attraverso la realizzazione di iniziative pilota per l'avvio e il consolidamento di servizi innovativi e di creare occasioni di promozione dei settori tradizionali incentrate sulla valorizzazione dell'elemento territoriale.

3. Promuovere il territorio e i settori tradizionali

La promozione dei settori produttivi tradizionali attraverso la valorizzazione della loro forte connotazione territoriale è in grado di accrescere la capacità competitiva delle singole aziende. L'obiettivo dell'ente camerale sarà quello di offrire a tali settori occasioni di visibilità creando eventi ad hoc o assicurando una presenza forte, gestita direttamente dalla Camera di Commercio o in collaborazione con le Associazioni di categoria e le altre istituzioni, alle principali manifestazioni specializzate.

4. Valorizzare i fattori di attrattività del territorio

La Camera di Commercio si propone, stringendo alleanze e ricercando sinergie con altri soggetti attivi sul territorio, la creazione e promozione di un sistema strutturato di strumenti volti a dare visibilità alle opportunità economiche del territorio ed attrarre investimenti. In quest'ambito occorre cogliere le opportunità collegabili alla presenza già radicata sul territorio di alcune particolari eccellenze produttive (ad esempio i settori delle nanotecnologie, dei biomateriali, dell'acciaio e del titanio, dell'aerospaziale e dell'automotive). Altrettanto fondamentale è l'opzione strategica del rafforzamento del capitale territoriale costituito dalla dotazione di beni pubblici e collettivi capaci di favorire la crescita delle realtà imprenditoriali locali per il miglioramento della qualità della vita della popolazione residente (infrastrutture e logistica, accesso al credito, banda larga, ricerca e trasferimento tecnologico, responsabilità sociale d'impresa).

5. Individuare nuovi criteri per la selezione e la valutazione degli eventi di promozione del territorio

La Camera di Commercio disciplina le proprie procedure di erogazione di contributi a dei soggetti pubblici e privati per la realizzazione di iniziative di promozione del sistema socio-economico locale, attraverso un Regolamento, approvato dal Consiglio il 26/4/2000, che fissa criteri uniformi per la concessione e la liquidazione dei contributi camerali.

Tale Regolamento si applica a tutti i vantaggi economici erogati dall'Ente camerale per iniziative promozionali, ad eccezione dei contributi erogati direttamente alle imprese o destinati a specifiche finalità, per i quali vengono adottati specifici regolamenti.

Questa regolamentazione, necessaria al fine di assicurare l'applicazione di criteri uniformi all'attività di erogazione di risorse pubbliche, risente in questo particolare momento della necessità di alcuni adeguamenti sia dal punto di vista contenutistico sia dal punto di vista procedurale, la cui necessità sia stata evidenziata nella prima riunione della Giunta camerale.

Alcuni progetti strategici 2010-2014

Progetto strategico	Descrizione	Destinatari	Partner
Aggregazione di filiere	Facilitare le collaborazioni tra imprese attraverso la realizzazione di iniziative pilota per l'avvio e il consolidamento di servizi innovativi e di creare occasioni di promozione dei settori tradizionali incentrate sulla valorizzazione dell'elemento territoriale	Imprese	Associazioni di categoria; Provincia Regione
Valorizzare le produzioni locali	Diffusione di un "marchio di territorio" di garanzia per il consumatore su qualità ed origine delle produzioni della provincia, in particolare agroalimentari e artigianali.	Imprese	Associazioni di categoria; Provincia
Iniziative di promozione del territorio e dei settori tradizionali	Offrire ai settori tradizionali occasioni di visibilità creando eventi ad hoc o assicurando una presenza forte, gestita direttamente dalla Camera di Commercio e dalle Associazioni di	Imprese dei settori tradizionali	Associazioni di categoria; Regione Unioncamere

	categoria, alle principali manifestazioni specializzate.		
Valorizzare i fattori di attrattività del territorio	Favorire la creazione e promozione di un sistema strutturato di strumenti volti a dare visibilità alle opportunità economiche del territorio ed attrarre investimenti.	Operatori economici	Associazioni di categoria; Provincia Regione
Nuovi criteri per la selezione e la valutazione degli eventi di promozione del territorio	Revisione del regolamento camerale per l'erogazione di contributi a dei soggetti pubblici e privati per la realizzazione di iniziative di promozione del sistema socio-economico locale ad eccezione dei contributi erogati direttamente alle imprese o destinati a specifiche finalità, per i quali vengono adottati specifici regolamenti.	Associazioni di categoria, soggetti pubblici e privati	

4. INFRASTRUTTURE

Assi

4.01 Sviluppo reti infrastrutturali

Finalità

Il potenziamento della dotazione infrastrutturale come elemento chiave della competitività di un sistema economico è concetto ormai consolidato e presente nei principali documenti di programmazione dei vari livelli di governo. Sotto il profilo della convenienza per gli anni a venire una buona dotazione di ogni tipo di rete, struttura o infrastruttura sia da considerare elemento indispensabile.

Per la provincia di Terni alcuni indici di dotazione infrastrutturale risultano molto alti, a confermare una intensità sia dell'offerta (la disponibilità della infrastruttura) sia della domanda (l'accesso ai servizi offerti da quella stessa infrastruttura).

A svettare è l'infrastruttura ferroviaria, la quale conta su almeno quattro tratte che scorrono sul territorio della provincia di Terni: due delle FF.SS. e due della FCU. Ad esse si associa un abbondante flusso di pendolari che quotidianamente, per studio o per lavoro, si trasferiscono nella Capitale.

Un valore elevato è anche per l'infrastruttura stradale portata verso l'alto sia dalla presenza di un tratto di autostrada (A1), di un raccordo di rango europeo (E45) e di reticolo abbastanza fitto di strade di varia importanza sia per numerosità degli accessi e per percorrenze.

Di poco sopra alla media nazionale di riferimento è la dotazione di infrastrutture di connessione economica e finanziaria quali le reti bancarie. In questo caso, come già si è anticipato, a fronte di una più che soddisfacente copertura del territorio stanno le resistenze, soprattutto da parte della popolazione più anziana, all'utilizzo di strumenti moderni e sofisticati per la gestione dei propri conti.

L'esigenza di mobilità non può peraltro risolversi nella costruzione e riqualificazione di strade e ferrovie, ma deve passare attraverso la corretta razionalizzazione degli spostamenti e nell'integrazione tra sistemi di trasporto pubblico e privato: si introduce in questo modo un concetto di "mobilità sostenibile" che persegua accanto alla crescita infrastrutturale il miglioramento dei parametri ambientali e di qualità della vita.

Ecco allora che un livello standard presentano le reti di telefonia e telematica (nonostante la presenza di un certo numero di imprese di buona reputazione e qualificazione attive nell'high-tech). Le difficoltà di cablaggio dei centri più interni e, una volta di più, il moderato accesso alle reti di Internet mantengono su livelli ordinari il punteggio di questa altrimenti centrale infrastruttura.

Decisamente sotto la media, invece, è il valore delle infrastrutture energetiche e ambientali, penalizzato da una inadeguatezza dell'offerta rispetto al carico della domanda.

Il ruolo della Camera di Commercio come autonomia funzionale a cui è attribuita la promozione degli interessi generali delle imprese del territorio sarà quello di operare, in stretto raccordo con la programmazione regionale affinché siano correttamente valutate, sotto l'aspetto progettuale, economico ed ambientale, le ricadute derivanti dalla realizzazione di opere infrastrutturali, avendo cura di porsi come soggetto promotore di interventi nuovi ritenuti prioritari e di monitorare con il supporto del sistema

associativo lo stato di avanzamento dei principali progetti ricadenti nella competenza di altri livelli istituzionali.

4.01 Sviluppo reti infrastrutturali

L'azione dell'ente camerale potrà dunque rivolgersi in due direzioni:

- attività di studio, analisi degli impatti economici e progettazione di opere prioritarie ed interventi sul sistema infrastrutturale;
- iniziativa diretta in qualità di soggetto promotore o finanziatore istituzionale, anche utilizzando strumenti innovativi (fondi di investimento promossi dal sistema camerale o regionale; forme di federalismo fiscale - quale ad esempio la possibilità di incremento del diritto annuale versato dalle imprese del territorio, consentito dalla legge 580/93 per il cofinanziamento di iniziative aventi per scopo l'aumento della produzione e il miglioramento delle condizioni economiche della circoscrizione territoriale di competenza).

Esistono sul territorio nazionale e ancor di più regionale esempi di successo dell'iniziativa camerale in campo infrastrutturale che possono costituire un valido riferimento per una sperimentazione in provincia (ad es. BreBeMi, Progetto Quadrilatero Marche Umbria).

L'attenzione dovrà concentrarsi sullo sviluppo delle reti, intese come sistemi integrati di infrastrutture puntuali e lineari, anche di tipo immateriale (reti informatiche).

1. Avvicinare Terni a Roma

Avvicinare il bacino di cittadini e di imprese, e pertanto di opportunità, costituito dalla capitale costituisce uno degli obiettivi per lo sviluppo economico del territorio.

Occorre pertanto costruire le condizioni, sicuramente in termini di dotazione di infrastrutture ma anche di attrattività di un territorio basata sulla qualità della vita, la sicurezza sociale, la vivacità culturale e altri fattori di natura più immateriale, perché imprese ed abitanti di Roma decidano di localizzarsi in provincia di Terni.

Per quanto riguarda più propriamente le infrastrutture si ritiene meritevole di interesse il progetto che vedeva migliorare il collegamento con Roma e contemporaneamente collegare anche i piccoli centri dell'alto reatino e della sabina che possono avere in Terni un naturale e prossimo mercato di sbocco

2. Potenziare il collegamento fra Tirreno ed Adriatico

L'attuale collegamento fra Terni e Spoleto corre lungo la statale Flaminia ed è pesantemente penalizzato dall'orografia del territorio. Ragionare e lavorare sul suo potenziamento significa migliorare il collegamento fra Terni (città dello shopping) e Spoleto (città della cultura), agevolando scambi commerciali e culturali di sicuro interesse per le due comunità, ma anche aprire una più agevole via di

transito dal Tirreno all'Adriatico collegandosi da una parte al percorso Terni-Orte-Civitavecchia – del quale si auspica il completamento - e dall'altra al Quadrilatero Marche Umbria, in corso di costruzione. Questo asse, insieme all'ammodernamento della Venezia-Cesena-Orte, rappresenta una trasversale fondamentale nell'Italia centrale, mettendo il territorio in contatto con i principali corridoi europei e al contempo ampliando le possibilità di istaurare sinergie con le province limitrofe..

3. Nodo infrastrutturale di Terni

La prossima trasformazione della E45 in autostrada è un passaggio che va attentamente monitorato dalle istituzioni locali affinché vengano create le condizioni di collegamento della città di Terni all'importante asse viario, allo scopo di potenziare la sua fruibilità anche da parte di cittadini ed imprese ternane ed evitare il rischio di isolamento del capoluogo.

Altra opera di rilievo per il sistema produttivo della provincia è la costruzione della piattaforma logistica di Terni, per la quale sono state avviate le procedure ad evidenza pubblica. La piattaforma, dedicata allo smistamento e alla movimentazione delle merci su ferro e gomma, consentirà di operare una saldatura dell'intero sistema territoriale ternano, fungendo da baricentro per il polo produttivo Terni-Narni-Montoro e rappresenterà una cerniera strategica tra l'Umbria, la capitale e i mercati internazionali. Data l'importanza strategica di tale asset, l'ente camerale ritiene di continuare la propria opera di impulso e monitoraggio dell'infrastruttura.

Anche sul versante dei collegamenti ferroviari l'obiettivo da perseguire è di migliorare la qualità dei collegamenti verso il nord e verso il sud dell'Italia con servizi facilmente fruibili e opportunamente cadenzati per ridurre quanto più possibile le problematiche legate all'alto numero di pendolari che ogni giorno raggiungono Roma o Foligno e superare nel lungo periodo lo storico isolamento dell'Umbria nel suo complesso, nel panorama dei collegamenti nazionali.

4. Sviluppo delle reti immateriali.

L'esigenza di mobilità può in molti casi trovare risposta attraverso lo sviluppo delle reti immateriali e la trasformazione di spostamenti reali in spostamenti virtuali. Nuove opportunità potranno derivare dall'applicazione di tecnologie innovative come il WiMax, che rappresenta un'evoluzione dei collegamenti wireless a banda larga in grado di coprire con un unico punto di irradiazione del segnale un'ampia porzione di territorio, anche montano, senza necessità di pesanti investimenti in reti fisse.

L'obiettivo per il quinquennio 2010-2014, da perseguire con una logica di sussidiarietà e in stretto raccordo con gli enti territoriali, sarà di tendere alla forte riduzione del *digital divide* esistente, da intendersi sia come deficit riferito a intere sub-aree del territorio (ad es. comuni piccoli e isolati), sia come insufficiente capillarità del servizio nelle zone urbane servite da fibra ottica (problema del cosiddetto "ultimo miglio").

Alcuni progetti strategici 2010-2014

Progetto strategico	Descrizione	Destinatari	Partner
---------------------	-------------	-------------	---------

Potenziamento dei collegamenti stradali e ferroviari	Attività di monitoraggio di interventi nuovi ritenuti prioritari e, con il supporto del sistema associativo, lo stato di avanzamento dei principali progetti ricadenti nella competenza di altri livelli istituzionali. (Terni-Roma, Terni-Orte-Civitavecchia, E45, piattaforma logistica, snodo ferroviario di Terni)	Tutte le imprese del territorio	Associazioni di categoria
Società dell'informazione	Sviluppo delle reti immateriali e diffusione delle ICT e dei collegamenti a larga banda, allo scopo dell'eliminazione del digital divide sul territorio.	Sistema produttivo in generale; enti locali	

5. REGOLAZIONE E SVILUPPO DEI MERCATI

Assi

5.01 Regolazione e tutela del mercato

Finalità

Nell'interesse pubblico dell'economia, tutelare il sistema imprenditoriale e i consumatori, assicurando ai mercati l'osservanza di regole di correttezza riconoscibili e accettate, in modo da garantire un equilibrio di rapporti e di diritti tra le forze economiche e sociali è compito precipuo degli enti camerati.

La Camera di Commercio di Terni intende svolgere il proprio ruolo, espressamente richiamato dalla Legge 580/93, a sostegno del corretto e trasparente funzionamento del mercato, consapevole che la crescita e la competitività delle imprese passano anche attraverso l'emanazione di regole certe e condivise che le aiutino a svolgere in modo efficiente la loro attività.

Si tratta di funzioni riconducibili alle forme di giustizia alternativa (arbitrato e conciliazione), alla tutela e regolazione di mercato (monitoraggio di tariffe e prezzi, pubblicazione degli usi), alla pubblicazione dei protesti, all'attività di metrologia legale, alla vigilanza e alla tutela della proprietà industriale e intellettuale. Nello svolgere tali funzioni la Camera di Commercio assume il ruolo di parte "terza" rispetto ai protagonisti dello scambio e agli interessi in gioco.

L'interesse pubblico che l'azione camerale mira a realizzare è quello della trasparenza e della correttezza dei comportamenti, declinato attraverso strumenti operativi che offrano certezze alle parti, equilibrio delle regole contrattuali, possibilità di repressione di abusi e sistemi di risoluzione delle liti.

L'offerta della Camera prevede un sistema integrato di servizi di regolazione in settori individuati come strategici.

5.01 Regolazione e tutela del mercato

Regolare il mercato significa porre in essere interventi che aiutano imprese e consumatori a muoversi in un contesto più sicuro e trasparente: la Camera di Commercio intende svolgere il proprio ruolo "regolativo" attraverso l'offerta al mercato di servizi reali e riconoscibili e concentrando l'utilizzo delle risorse disponibili.

Nella definizione degli interventi, sarà fondamentale per la Camera di Commercio implementare il raccordo con gli operatori economici, cogliendo gli impulsi delle associazioni di rappresentanza delle imprese e dei consumatori, il cui ruolo riveste primaria importanza e legittimazione perché non v'è sistema di regolamentazione migliore di quello condiviso e accettato.

Sarà prestata una particolare attenzione alla corretta comunicazione dell'insieme delle attività dell'area regolazione, affinché siano diffusamente percepite nella loro valenza pubblicitica di "aiuto" al mercato.

Gli obiettivi principali di tale attività saranno:

1. Informare e rendere trasparenti i mercati

Oltre alla valorizzazione dei contenuti informativi del registro delle imprese e delle altre anagrafi (albi, ruoli, ecc. - cfr. Ambito strategico “*E-government e informazione economica*”), la Camera di Commercio di Terni potenzierà gli strumenti utili a garantire una maggiore trasparenza e certezza delle relazioni commerciali. Ci si riferisce in particolare al registro informatico dei protesti (banca dati nazionale che raccoglie i nominativi dei soggetti protestati per mancato pagamento di vaglia cambiari, assegni bancari o cambiali) e alla raccolta degli usi e delle consuetudini della provincia.

In tale ottica si inseriscono anche le attività di monitoraggio delle tariffe e dei prezzi.

Saranno inoltre intraprese azioni informative volte a favorire la conoscenza degli strumenti per la tutela della proprietà industriale e della proprietà intellettuale, quali elementi importanti del patrimonio aziendale (cfr. Ambito strategico “*Innovazione tecnica, tecnologica e organizzativa*”).

2. Risolvere con efficacia i conflitti

Arbitrato e conciliazione sono procedure di risoluzione delle controversie caratterizzate da tempi decisamente più brevi rispetto a quelli della magistratura e con costi spesso più contenuti.

La Camera di Commercio investirà in promozione (diretta ai professionisti, agli imprenditori e ai consumatori), diffondendo la conoscenza dei servizi sul territorio

3. Vigilare “per” il mercato

Le funzioni di controllo e vigilanza costituiscono elementi di stimolo alla crescita della responsabilità degli operatori nella gestione dei rapporti commerciali. La Camera di Commercio effettua controlli sul corretto funzionamento degli strumenti di misura (misure lineari, di peso, volume e quantità, ivi compresi i distributori di carburante), per la certezza di un’esatta misurazione delle merci oggetto di compravendita. Rilascia le carte tachigrafiche necessarie per l’utilizzo del cronotachigrafo digitale, strumento di misurazione delle velocità e dei tempi di guida di camion, pullman e autocarri per una maggiore sicurezza stradale. Effettua inoltre controlli sulle manifestazioni a premio, intervenendo nelle fasi di assegnazione dei premi e chiusura dei concorsi.

Su questo fronte la Camera di Commercio, in attuazione del protocollo d’intesa Unioncamere-MISE sulle attività di vigilanza e controllo sottoscritto il 26 giugno 2009, dovrà incrementare i controlli per la verifica della conformità e della sicurezza dei prodotti immessi sul mercato (tessili, giocattoli, prodotti elettrici, occhiali, ecc.) con un piano settoriale di controlli condiviso con l’Unione Italiana delle Camere di Commercio e il Ministero dello sviluppo economico. Il piano prevederà l’effettuazione di ispezioni presso commercianti, distributori e produttori, con prelievi di prodotti per accertarne, tramite analisi tecniche presso laboratori accreditati, la conformità alle normative specifiche.

Alcuni progetti strategici 2010-2014

Progetto strategico	Descrizione	Destinatari	Partner
Revisione Raccolta Usi	La raccolta e revisione di usi e consuetudini del territorio provinciale è una delle molteplici funzioni istituzionali attribuite alle Camere di Commercio. Si tratta di un compito importante, che rientra nella sfera delle attività	Consumatori, Imprese, Professionisti,	Associazioni di categoria Associazioni di tutela dei

	di regolazione del mercato esercitate dagli enti camerali; un ambito che negli ultimi anni è stato notevolmente potenziato. Le norme prevedono che la revisione debba essere fatta ogni 5 anni		consumatori
Promozione della Conciliazione	Accrescere la diffusione, tra i cittadini, le imprese e i professionisti, dell'utilizzo della conciliazione quale strumento di gestione rapida e efficace delle controversie in alternativa al giudizio ordinario e all'arbitrato. Coinvolgendo diversi ordini professionali (avvocati, dottori commercialisti e esperti contabili, consulenti del lavoro) ci si pone l'obiettivo di promuovere la conoscenza e l'utilizzo dello strumento conciliativo nonché sensibilizzare i magistrati e gli avvocati affinché facilitino l'affidamento a conciliatori professionisti della gestione delle liti giudiziali.	Consumatori, Imprese, Professionisti	Ordini professionali, Associazioni di categoria Associazioni di tutela dei consumatori
Rafforzamento delle attività di vigilanza e controllo	Si dovrà incrementare i controlli per la verifica della conformità e della sicurezza dei prodotti immessi sul mercato (tessili, giocattoli, prodotti elettrici, occhiali, ecc.). A questo scopo verrà definito un piano settoriale di controlli condiviso con l'Unione Italiana delle Camere di Commercio e il Ministero dello sviluppo economico	Consumatori, Imprese	Associazioni di categoria e enti ed istituzioni Associazioni di tutela dei consumatori
Monitoraggio delle tariffe e dei prezzi	Per le tariffe pagate dalle PMI in ordine all'approvvigionamento di Energia elettrica, al Ciclo idrico e allo Smaltimento dei rifiuti verrà condotta un'indagine sui costi e le modalità di consumo presso le imprese utenti per meglio comprendere le modalità specifiche territoriali nell'approvvigionamento di energia elettrica, nella fornitura dei servizi connessi al ciclo idrico, nelle esigenze di smaltimento dei rifiuti. Partendo dall'analisi del costo del servizio di fornitura pagato dalle categorie produttive l'indagine persegue una molteplicità di obiettivi: <ul style="list-style-type: none"> o descrive le modalità di consumo dei siti produttivi localizzati sulla piazza di Terni e Provincia (i cosiddetti "profili di consumatore tipo"), o tenta di rappresentare lo sviluppo del libero mercato, o offre una quantificazione dei risparmi attivabili con il passaggio al mercato libero o l'acquisto attraverso consorzio, risultati premianti per le imprese in termini di risparmi rispetto a quelle che sono rimaste ancorate al mercato tutelato. Per il monitoraggio dei prezzi sarà effettuata una pianificazione delle attività di sviluppo (elaborazione di indicatori statistici e studi personalizzati, nuove modalità di rilevazione e di fruizione) per permettere la valorizzazione di tutti i prezzi provinciali (dalla produzione al consumo);	Consumatori, Imprese	Associazioni di categoria e enti ed istituzioni Associazioni di tutela dei consumatori

6. E-GOVERNMENT E INFORMAZIONE ECONOMICA

Assi

6.01 E-government e semplificazione amministrativa

6.02 Informazione e comunicazione economica

Finalità

Lo sviluppo dell'e-government si basa su alcune componenti tecnologiche essenziali (modalità di riconoscimento dell'utente, firma digitale, utilizzo di canali innovativi di accesso ai servizi) che ne costituiscono il substrato materiale, ma il vero passaggio da compiere è quello del radicamento di una reale "cultura digitale", affinché le imprese non vivano l'obbligo dell'utilizzo delle tecnologie come un "fardello" imposto dalla pubblica amministrazione.

Favorire l'accesso per tutte le imprese alle opportunità offerte dalla società digitale è la prima modalità di azione nella quale la Camera di Commercio si deve impegnare, quale interlocutore qualificato del mondo delle imprese. Si tratta di porsi come modello di ente che, tramite l'e-government, sappia essere uno dei fattori di promozione e catalizzazione dell'innovazione del sistema economico e sociale.

Occorre che la Camera di Commercio svolga il ruolo di soggetto trainante, nel processo di promozione dell'e-government "per le imprese e il mercato" sul territorio, stimolando l'utilizzo delle nuove modalità di comunicazione e favorendo l'interoperabilità fra le pubbliche amministrazioni.

La Camera di Commercio intende promuovere l'accesso alle tecnologie dell'informazione e della comunicazione e la loro adozione da parte delle imprese per il reperimento di informazioni e lo sviluppo di una nuova relazionalità con la pubblica amministrazione.

Al contempo occorre aprire e comunicare i dati, le informazioni e le conoscenze, comunicare i patrimoni informativi detenuti dalla Camera di Commercio, patrimonio pubblico condivisibile dai soggetti che operano sul territorio, quali elementi di conoscenza per il business e per il territorio è l'imperativo per l'e-government, l'informazione e la comunicazione economica.

6.01 E-government e semplificazione amministrativa

Il sistema camerale è da sempre all'avanguardia nella dotazione tecnologica informatica e nell'utilizzo di reti interne e esterne per lo scambio e la condivisione di documenti informatici, elementi sui quali ha puntato per innalzare la qualità e l'efficienza dei propri servizi. La realizzazione più nota, il registro delle imprese, rappresenta il primo registro pubblico italiano gestito completamente in via informatica (da aprile 2010 con la "Comunicazione Unica", il canale telematico diverrà la regola anche per gli imprenditori individuali).

In tale quadro, la missione della Camera di Commercio si gioca nell'agire per assicurare una sempre migliore qualità dei servizi, in un'ottica di orientamento al cliente-utente e garantendo il mantenimento di condizioni di economicità gestionale complessiva, per ridurre i disagi, gli ostacoli, gli appesantimenti e i connessi costi "improduttivi" per l'avvio e/o il mantenimento di un'attività imprenditoriale.

1. Nuove modalità di erogazione dei servizi

L'utilizzo diffuso delle ICT, attraverso i collegamenti telematici con tutti quei soggetti che si pongono in posizione di intermediari tra la Camera di Commercio e l'impresa (Associazioni di categoria e professionisti) realizzerà una capillarità dell'accesso ai servizi camerali nel territorio, sostituendo i tradizionali uffici con dei veri e propri sportelli virtuali.

I rapporti di partnership con il settore privato, in particolare con il mondo associativo e con i "grandi utenti" (notai, commercialisti, altri professionisti), che in qualità di intermediari istituzionali svolgono un ruolo fondamentale di supporto all'implementazione e alla diffusione delle tecnologie informatiche, costituiranno uno strumento fondamentale per veicolare al meglio i servizi camerali e le innovazioni tecnologiche che ne sono l'infrastruttura.

L'affermarsi del processo di telematizzazione e la riduzione delle tradizionali attività di sportello fa emergere la necessità di percorsi di formazione e di riqualificazione del personale, e comporta il ripensamento del ruolo delle strutture di front office e della sede periferica, che vedrà mutare la propria funzione affermandosi quali luogo di dialogo e di proposta, di sperimentazione e divulgazione delle innovazioni per l'e-government, di informazione e promozione in ambiti di intervento come le politiche di internazionalizzazione e i servizi di informazione economica, l'arbitrato e la conciliazione, l'incentivazione alle imprese.

2. Comunicazione e diffusione informativa

Nell'ottica di assicurare servizi di qualità, saranno attuate azioni per una corretta informazione del cliente-utente sui servizi offerti e sulle modalità di adempimento, per favorire una preventiva conoscenza delle necessità amministrative e una diminuzione dei contatti da instaurarsi per la definizione delle varie pratiche.

A tal fine, si valorizzerà il sistema di collegamenti e rapporti con le altre pubbliche amministrazioni, le Associazioni di rappresentanza delle imprese e gli Ordini professionali, proseguendo su di un cammino già intrapreso nell'ultimo anno.

In questa direzione tra gli strumenti che la Camera di Commercio ha individuato c'è il potenziamento del sito Internet, che richiede una tensione costante al miglioramento per l'implementazione dei contenuti e per assicurare risposte tempestive e competenti.

3. Qualità dell'informazione

E' di primaria importanza l'impegno per garantire la qualità e la fruibilità dei dati contenuti nelle anagrafi economiche che, riguardate nella loro dimensione di principale fonte informativa sul sistema imprenditoriale che ne rende percepibile il rilevante interesse pubblico, perdono i connotati di mero adempimento gravante sul singolo.

I servizi anagrafici camerali devono quindi valorizzare nel tempo la loro valenza, non solo di pubblicità legale delle imprese, ma anche di interfaccia che mette in relazione l'impresa con il mondo della pubblica amministrazione, di momento di osservazione e confronto per cogliere opportunità di modifiche normative e procedurali favorevoli allo sviluppo delle attività produttive.

Alcuni progetti strategici 2010-2014

Progetto strategico	Descrizione	Destinatari	Partner
“E-gov point”	Si valuterà la possibilità di rendere operativi sul territorio gli “e-gov point”, luoghi di sperimentazione e divulgazione delle innovazioni per l’e-government, nei quali divulgare i prodotti sviluppati dal sistema camerale (Business Key, firma digitale, Telemacopay, Carte tachigrafiche, Servizi IM+ ecc.), con dimostrazioni concrete sui vantaggi offerti e la facilità di utilizzo.	Privati, Imprese, Amministrazioni Pubbliche, Professionisti, Associazioni di categoria	Infocamere
Comunicazione Unica	La definitiva entrata in vigore della Comunicazione Unica il 1° aprile 2010 farà del registro delle imprese un punto di accesso integrato per le comunicazioni di avvio, modificazione e cessazione dell’impresa anche ai fini fiscali, previdenziali e assistenziali. Il registro delle imprese sarà al centro di un flusso comunicativo con le altre amministrazioni coinvolte nel procedimento - Agenzia delle Entrate, INPS e INAIL - con cui dovrà collaborare costantemente per ottimizzare i processi. La Comunicazione Unica avrà un impatto significativo sulla semplificazione degli adempimenti per gli utenti, determinando un radicale mutamento delle prassi operative di imprese e professionisti e una valorizzazione del ruolo degli enti camerali con ricadute sull’organizzazione delle attività lavorative. In questo ambito verrà sviluppato un programma integrato di comunicazione, formazione, assistenza agli utenti e confronto con INPS, Agenzia delle Entrate e INAIL locali. All’interno del programma sarà fondamentale la collaborazione con le associazioni di categoria per coadiuvare gli utenti nell’inoltro della Comunicazione.	Imprese, professionisti, Associazioni di categoria	Agenzia delle Entrate, INPS, INAIL, Infocamere
Telematizzazione “facile” dell’albo delle imprese artigiane	Unitamente alla Camera di Commercio di Perugia, verrà sperimentato e implementato l’applicativo “Starweb” sviluppato da Infocamere. Il sistema, che verrà reso disponibile su portali e siti istituzionali e sarà mirato sulle specificità delle imprese artigiane, permetterà all’utente di compilare in modo semplificato e guidato la pratica, ottenendo file di output analoghi a quelli prodotti dal software Fedra. Il successivo invio telematico sarà compatibile con le procedure della “Comunicazione Unica”.	Imprese artigiane, Professionisti, Associazioni di categoria	Infocamere
Integrazione registro delle imprese - albo delle	L’albo delle imprese artigiane, per natura già necessariamente interconnesso con il registro delle imprese, diverrà via via	Imprese artigiane, Professionisti,	Infocamere

imprese artigiane	sempre più caratterizzato da una elevata telematizzazione. Sono quindi possibili sinergie procedurali che conducano a ottimizzare i processi di lavoro, a ridurre gli adempimenti per gli utenti e i tempi di espletamento dei procedimenti amministrativi.	Associazioni di categoria	
Digitalizzazione documenti e processi interni	Alcune procedure cartacee in uso negli uffici verranno progressivamente digitalizzate previa revisione e sistematizzazione dei processi e del work-flow. Si pensi al processo di redazione e conservazione degli atti amministrativi, alla funzione di archivio e protocollo, all'integrazione fra la procedure amministrative e quelle contabili. Si prevede l'introduzione di "E'GO - E-Government Organization" una piattaforma di "e-document e process management", per l'introduzione e la valorizzazione dei processi di digitalizzazione della documentazione, nonché di promozione e sostegno di tutta la sfera della riorganizzazione e semplificazione dei processi.	Personale camerale, associazioni di categoria	Infocamere

6.02 Informazione e comunicazione economica

La comunicazione non è fine a se stessa, ma di servizio e supporto al processo di continua evoluzione dell'ente nei rapporti interni ed esterni in quanto rafforza l'identità e la percezione del ruolo dell'ente camerale a servizio delle imprese ma anche diffonde informazioni e cultura economica tra gli operatori pubblici e privati per migliorarne i processi decisionali aziendali e di sistema.

A tal fine, le attività di raccolta dati, ricerca e comunicazione si pongono in modo trasversale rispetto a tutti i servizi camerale, a supporto di essi.

Diviene prioritario, quindi, mettere a disposizione il patrimonio di conoscenze sviluppato nell'ente e sul territorio 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'interfaccia web della Camera di Commercio dovrà nel quinquennio divenire sempre più un punto di riferimento non solo informativo, ma di erogazione del servizio all'utenza.

1. La Camera di commercio come punto di riferimento per l'informazione e l'analisi economica.

La Camera di Commercio intende consolidare e arricchire le attività di rilevazione, indagine e ricerca a supporto della conoscenza ed interpretazione dell'economia locale, della sua struttura imprenditoriale e occupazionale, delle eccellenze settoriali e delle dinamiche dei mercati.

A questo scopo, la Camera realizzerà le iniziative consolidate:

- ricerca annuale sullo stato dell'economia provinciale (nel mese di maggio - Giornata dell'Economia);
- ricerca annuale sulle previsioni occupazionali dell'economia provinciale (nel mese di ottobre – Sistema informativo Excelsior);
- rilevazioni sui prezzi all'ingrosso;
- rilevazioni sui prezzi agricoli alla produzione.

Tali indagini potranno essere implementate con:

- indagini congiunturali trimestrali particolari settori;
- elaborazioni trimestrali sulla consistenza delle imprese (nati-mortalità);
- report trimestrali sui protesti levati nella provincia.

2. La Camera di commercio come attore della comunicazione economica.

L'ente investirà nel prossimo quinquennio nella:

- comunicazione interna. Obiettivo strategico per il quinquennio è quello di rendere sempre più fruibili le informazioni e favorire l'interazione attraverso gli strumenti informatici e telematici, intranet e posta elettronica, riducendo quanto più possibile lo spostamento fisico e, soprattutto, l'utilizzo della carta (cfr. Asse "6.01 E-government e semplificazione amministrativa");
- comunicazione esterna. Obiettivo sarà la valorizzazione dell'operatività camerale nell'ambito della promozione, della tutela del mercato, dell'internazionalizzazione, ecc. Tale attività trasversale

non potrà che beneficiare del potenziamento degli strumenti di e-government, In particolare il sito internet camerale potrà diventare nel tempo vero e proprio sportello di servizio reale.

A tal fine utilizzerà principalmente questi strumenti:

- i mass-media (testate locali e le principali testate regionali della carta stampata, TV, radio e web). L'obiettivo è di consolidare ed incrementare la presenza, in termini quantitativi e qualitativi, della Camera di Commercio.
- la produzione editoriale. La Camera di Commercio dal 2009 è editore di una nuova pubblicazione trimestrale con una identità e finalità ben determinate e con uno specifico target di riferimento: Camera di commercio News il cui obiettivo strategico è quello di diffondere informazioni e conoscenza alle imprese e alle associazioni. Ad essa potranno essere affiancati numeri speciali in occasione di particolari necessità e potranno essere studiate nuove forme di diffusione (internet, podcast);
- newsletter tematiche. Sulla scorta della positiva esperienza della Newsletter Registro delle Imprese avviata nel 2009, potranno essere individuate altre tematiche (Internazionalizzazione, contributi, turismo ecc...) cui dedicare newsletter specifiche da diffondere esclusivamente via mail a coloro che ne facciano richiesta;
- la comunicazione "one to one" implementando un sistema di CRM per campagne di informazione mirate;
- gli eventi. La presenza qualificata dell'ente nelle principali rassegne del territorio e nazionali ha l'obiettivo di presentare ai destinatari le eccellenze progettuali della Camera di Commercio e del territorio. Rientrano, ad esempio, l'edizione biennale del "Premio al lavoro e al progresso economico" e tutte le iniziative organizzate nelle diverse aree di intervento camerale.

Alcuni progetti strategici 2010-2014

Progetti strategici	Descrizione	Destinatari	Partner
Sito camerale	Potenziare il ruolo del sito camerale che da semplice vetrina informativa potrà diventare erogatore di servizi, attraverso l'utilizzo di strumenti tecnologici utili per aumentare la qualità e la quantità dell'informazione accessibile via Web	Imprese, associazioni di categoria, sindacati, rappresentanti della società civile, ricercatori e studiosi, istituzioni scolastiche, enti ed istituzioni presenti sul territorio	Associazioni di categoria, sindacati, enti ed istituzioni presenti sul territorio produttori e fornitori di informazioni
Camera di Commercio News	Rivista trimestrale il cui obiettivo è diffondere informazioni e conoscenza alle imprese e alle associazioni. Ad essa potranno essere affiancati numeri speciali in occasione di particolari necessità e potranno essere studiate nuove forme di diffusione (internet, podcast)	Imprese Imprenditori Professionisti Cittadini	
Newsletter	Sulla scorta della positiva	Imprese	

tematiche	esperienza della Newsletter Registro delle Imprese avviata nel 2009, potranno essere individuate altre tematiche (Internazionalizzazione, contributi, turismo ecc...) cui dedicare newsletter specifiche da diffondere esclusivamente via mail a coloro che ne facciano richiesta;	Imprenditori Professionisti Cittadini	
Customer Relationship Management	Piattaforma web che consente campagne di comunicazione mirate ad un target profilato. Permette di monitorare in tempo reale le tendenze e gli interessi dei contatti e delle diverse tipologie di utenti.	Imprese CCIAA	Unioncamere/Retecamere
Diffusione dell'informazione economica e statistica	Realizzazione di specifiche attività di diffusione dell'informazione, tramite l'organizzazione di convegni, seminari, workshop tematici, conferenze stampa, comunicati ed interventi sulla stampa; valorizzazione delle informazioni prodotte e raccolte dall'ente con focus e pubblicazioni e tempestività della diffusione.	associazioni di categoria, sindacati, rappresentanti della società civile, ricercatori e studiosi, enti ed istituzioni presenti sul territorio	Unioncamere e sistema camerale
Giornata dell'Economia	Valorizzazione di questa iniziativa che, grazie alla ricchissima disponibilità di dati in possesso del sistema camerale, promuove la diffusione di rapporti economici annuali e contribuisce a rafforzare il ruolo dell'ente camerale quale osservatorio naturale del sistema economico locale.	Imprese, associazioni di categoria, sindacati, rappresentanti della società civile, ricercatori e studiosi, istituzioni scolastiche, enti ed istituzioni presenti sul territorio	Sistema camerale
Sistema Informativo Excelsior	Valorizzazione della ricerca annuale sulle previsioni occupazionali dell'economia provinciale integrandola anche con la bd SMAIL	Imprese, associazioni di categoria, sindacati, rappresentanti della società civile, ricercatori e studiosi, istituzioni scolastiche, enti ed istituzioni presenti sul territorio	Sistema camerale

Il piano strategico degli investimenti

Piano strategico degli investimenti

Assi

1. Riqualficazione e valorizzazione
2. Conservazione e ammodernamento

Finalità del piano strategico degli investimenti

L'ente camerale possiede un buon patrimonio immobiliare composto da:

- SEDE CAMERALE di largo Don Minzioni a Terni la cui costruzione risale agli anni 1933-1935.
- VIA CAVOUR TERNI: locale di mq 206 di cui 166 al piano terra e 40 al piano seminterrato
- VIA MURATORI TERNI: n. 13 garage posti al piano terra per un totale di mq 223 adibiti a archivio e magazzino insistenti su area di proprietà di circa 540 mq.
- VIA SALVATORI 1/H ORVIETO: immobile adibito a sede distaccata di mq 130 e due garages di 24 e 26 mq (attualmente locati) acquistati nel 2004.

La gestione di tale patrimonio comporta una costante attenzione alle strutture, volta al loro mantenimento in piena efficienza e all'adeguamento alle normative.

L'obiettivo è quello di potenziare la qualità dei servizi offerti dagli immobili camerale, la fruizione degli spazi e il livello di ospitalità per meglio adeguarsi alle esigenze delle imprese e dei visitatori.

Il piano pluriennale degli investimenti può essere suddiviso in due filoni:

1. progetti di riqualficazione e valorizzazione;
2. conservazione e ammodernamento del patrimonio esistente.

1. Riqualficazione e valorizzazione

Si tratta di norma di investimenti di particolare complessità trattandosi infatti di interventi molto spesso a carattere pluriennale. Per l'ente camerale ternano si tratta in particolare di considerare l'area di proprietà di via Muratori di mq. 540 su cui attualmente insistono n. 13 garage adibiti ad archivio.

Già da alcuni anni l'area di Via Muratori è stata oggetto di specifica progettazione al fine di valorizzarla.

Tale attività è sfociata nel 2008 nell'approvazione da parte del Comune di Terni (delibera n. 221 del 08/09/2008 del Consiglio comunale) del Piano Attuativo del Nucleo 9B1b riguardante anche la proprietà camerale e che prevede la possibilità di costruire su tale area un immobile da adibire parzialmente ad archivio ovvero ad altre funzioni.

Nei prossimi anni si ritiene opportuno continuare nell'opera intrapresa effettuando un'attenta riflessione sulle modalità per meglio valorizzare l'area nell'interesse generale del sistema delle imprese del territorio.

Per questo, allo stato attuale, si sceglie di non valorizzare tale intervento nel piano pluriennale degli investimenti. Lo stesso potrà essere inserito, una volta acclarato il percorso prescelto, in sede di programmazione annuale.

2. Conservazione e ammodernamento

Questo secondo filone riguarda le manutenzioni straordinarie e gli acquisti di mobili e attrezzature che devono annualmente essere effettuati per conservare le strutture in piena efficienza.

Le acquisizioni di beni e le spese relative agli immobili sono improntate su alcune linee guida:

- a. svolgere al meglio le funzioni di sviluppo e promozione del territorio previste dalla legge di riforma delle Camere di Commercio n. 580/1993, secondo criteri di efficienza, efficacia ed economicità;
- b. far fronte a nuovi compiti o attività derivanti dalle innovazioni normative;
- c. assicurare il rispetto di tutte le normative a tutela dei lavoratori;
- d. adeguarsi alle prescrizioni sul controllo energetico e in generale a favore dell'ambiente;
- e. dotare le strutture della strumentazione adeguata alla realizzazione delle iniziative individuate dal piano pluriennale.

Sede camerale di Terni

La conservazione e l'ammodernamento in particolare della sede camerale sono fattori di fondamentale importanza, in quanto si configurano come uno degli strumenti attraverso i quali l'ente supporta l'economia e lo sviluppo del territorio.

La sede camerale, dalla sua costruzione negli anni '30, ha subito alcuni interventi per adeguarla alle norme e mantenerla funzionale.

Nel 1987 c'è ristrutturazione nei piani interrati (elettoarchivi, sostituzione infissi e rifacimento tinteggiatura esterni).

Nel 1993 sono stati realizzati lo sportello polifunzionale e la eliminazione delle barriere architettoniche, un nuovo ascensore montacarichi, servoscala e bagni per portatori di handicap.

Nel 1998 si è provveduto all'adeguamento dell'impianto elettrico e della rete dati e alla realizzazione della cabina elettrica MT/BT, dell'impianto di condizionamento e dell'impianto antincendio del piano seminterrato.

Nel 2000 è stato completamente ristrutturato il salone per conferenze mentre nel 2002 è stata creata una sala riunioni.

Nell'ultimo anno è stata sostituita la centrale termica ormai obsoleta anche al fine di garantire migliori prestazioni dell'impianto di riscaldamento ed economie di spesa.

Su tale immobile nel prossimo quinquennio sono previsti interventi di manutenzione straordinaria che rivestono carattere di urgenza: uno su tutti il rifacimento del lastrico di copertura che presenta fessurazioni importanti e genera infiltrazioni al sottotetto. In occasione di questo intervento è opportuno

studiare un sistema di pannelli solari secondo le più recenti normative sul risparmio energetico e le fonti di energia rinnovabile, che contribuiscano ulteriormente a ridurre i costi di gestione dell'immobile.

Anche all'interno delle aree di lavoro occorre intervenire con una rivisitazione complessiva del layout per ottimizzare l'utilizzo degli spazi.

In questo ambito si inserisce anche l'insieme delle migliorie di carattere multimediale e informatico.

Sede distaccata di Orvieto

La sede distaccata di Orvieto acquistata nel 2001 di nuova costruzione e dotata di mobili ed attrezzature acquistate ad hoc non necessita di particolari interventi.

Oltre che degli spazi al pubblico la sede è dotata di una saletta riunioni e di una sala convegni che possono essere messi a disposizione del territorio. I due garage annessi agli uffici sono stati locati a privati.

Immobile in Via Cavour Terni

Il locale inizialmente acquistato per essere adibito a borsa merci e sala assaggiatori, è attualmente locato alla farmacia Mariani e non necessita di interventi di manutenzione straordinaria.

Progetti strategici

Progetto strategico	Descrizione	Destinatari	Partner
Riqualificazione sede camerale	Occorre procedere al rifacimento del lastrico solare per evitare infiltrazioni al piano terzo e migliorare l'edificio sotto il profilo del risparmio energetico	Operatori economici e dipendenti camerale.	
Rivisitazione layout uffici	Acquisto di arredi più funzionali per il salone e gli uffici al pubblico e ottimizzazione degli spazi.	Operatori economici e dipendenti camerale.	
Valorizzazione area via Muratori	Giungere a definire la destinazione dell'area in linea con la mission camerale e assumere le decisioni conseguenti	Operatori economici	

Nota contabile al programma pluriennale

Nota contabile al Programma pluriennale

L' introduzione a decorrere dall'esercizio 2007 del nuovo regolamento di contabilità ha sancito il decisivo passaggio delle Camere di commercio alla contabilità economico-patrimoniale applicando definitivamente, anche nel sistema camerale, alcuni concetti aziendalistici che comportano una vera e propria svolta culturale in ambito amministrativo.

La previsione delle risorse necessarie (ex art. 4 DPR 254/05) per l'attuazione del Programma Pluriennale, ossia la definizione delle cornici economiche di riferimento previste nel medio – lungo periodo per la realizzazione del programma attività a supporto degli obiettivi strategici, va effettuata in relazione alla valutazione della capacità economico – patrimoniale, della capacità finanziaria della Camera e, quindi, della determinazione dell'eventuale livello di indebitamento sostenibile.

In particolare il passaggio ad un sistema contabile di tipo privatistico ha posto l'attenzione sull'equilibrio economico-patrimoniale complessivo quale riferimento per la costruzione dei documenti di natura previsionale, sia annuali che di mandato. L'impatto di decisioni che comportino un ammontare degli oneri superiore al totale dei proventi (o viceversa), deve essere valutato con riferimento ai possibili effetti prodotti sulla struttura patrimoniale (diminuzione o aumento del patrimonio netto).

Sono soprattutto le scelte da effettuare in merito ad interventi promozionali ed investimenti che, incidendo sul risultato economico d'esercizio e sulla struttura del patrimonio, non possono prescindere da una valutazione sui riflessi che tali scelte avranno nel breve e nel medio – lungo periodo sulla struttura patrimoniale dell'ente.

Tale analisi deve tener conto di una serie di fattori quali la composizione del patrimonio camerale nelle sue dimensioni complessive e nelle sue componenti (attivo e passivo), l'esigenza di garantire la copertura degli investimenti previsti nel piano annuale e di quelli futuri, l'esigenza di valutare l'impatto derivante dall'utilizzo delle risorse esaminando gli stessi dati in una visione prospettica di medio periodo e non soltanto con riferimento all'esercizio corrente.

Va sottolineato che la scelta del legislatore di collocare gli interventi promozionali all'interno della sezione delle attività caratteristiche camerali può generare un disavanzo economico dell'esercizio la cui valutazione deve essere fatta non tanto in termini assoluti quanto in termini di coerenza con la missione istituzionale della stessa Camera di commercio.

L'equilibrio economico va pertanto valutato di volta in volta sulla base dell'insieme dei fattori che concorrono a determinarlo e tenendo conto delle diverse politiche camerali.

I proventi previsti

Nel quinquennio 2010 - 2014 le risorse economiche a disposizione dell'ente ternano sono ipotizzate in sostanziale stabilità. L'anno 2010 risente degli effetti dovuti alla crisi economica che determinerà, come già nel 2009, una riduzione degli incassi da diritto annuale dovuti sia alla chiusura di imprese che alla contrazione dei fatturati per tornare a regime negli anni successivi, una volta avviata la fase di ripresa del ciclo economico. Le risorse provenienti dal sistema imprenditoriale sotto forma di diritto annuale, principale componente dei proventi camerali, saranno interessate da eventuali adeguamenti negli importi unitari e da variazioni del tasso complessivo di riscossione derivante in particolare da un'operazione di

pulizia degli archivi del Registro Imprese. Tali variazioni non consentono peraltro di stimare un sostanziale incremento dei proventi complessivi di questa voce.

Anche i diritti di segreteria, dopo un iniziale incremento dovuto all'aumento delle attività dell'ufficio metrico, segneranno una stabilità degli introiti, dovuta soprattutto all'accentuazione normativa in materia di semplificazione amministrativa.

Stabili anche i proventi derivanti dai contributi, rimborsi e gestione di servizi di natura commerciale mentre risulta al momento difficile stimare gli introiti che, di anno in anno, dovessero manifestarsi a seguito della realizzazione di progetti cofinanziati o che prevedono la partnership economica di altri soggetti per cui non sono state inserite nella programmazione degli anni successivi al 2010. Tali risorse potranno essere impiegate nel sostegno finanziario del sistema economico locale, sia attraverso erogazioni dirette sia mediante investimenti.

In moderata crescita le risorse derivanti dalla gestione finanziaria, dovute principalmente ai maggiori interessi percepiti grazie al riversamento fino al 2010 nel conto fruttifero acceso presso l'istituto cassiere delle tranche di giacenze di tesoreria attualmente infruttifere in Banca d'Italia.

Gli oneri previsti

L'impiego delle risorse dovrà tener conto dei seguenti elementi:

- gli oneri per il personale dipendente segneranno un incremento fisiologico dovuto ai rinnovi contrattuali.
- la misura degli oneri di funzionamento (che comprende, oltre alle spese di mantenimento della struttura, anche i costi per la gestione degli uffici che prestano la propria attività a beneficio di soggetti terzi) si ipotizza stabile negli anni considerati poiché, a fronte di un incremento in misura pari almeno al tasso d'inflazione nei rinnovi contrattuali di fornitura, verrà posta in essere una politica di ulteriore razionalizzazione delle risorse impiegate al fine di contenere l'entità degli oneri di autogoverno, da perseguire mediante una maggiore efficienza organizzativa ed informatica.

Per quanto riguarda gli interventi economici è possibile ipotizzare che in media sia sostenibile sia dal punto di vista economico che finanziario un volume di interventi economici di circa un milione di euro all'anno per circa cinque milioni nel mandato.

Nella tabella seguente sono delineate le ipotesi formulate (dati in migliaia di euro):

Fonti	2010	2011	2012	2013	2014
Diritto annuale	3.575	3.700	3.720	3.750	3.800
Diritti di segreteria	980	980	980	980	980
Altri proventi	905	700	700	700	700
Gestioni accessorie (finanziaria e straordinaria)	72	60	60	60	60
A) Totale fonti	5.532	5.440	5.460	5.490	5.540
Impieghi					
Oneri per il personale	1.755	1.780	1.810	1.830	1.850
Oneri di funzionamento	1.884	1.800	1.800	1.800	1.800
Ammortamenti e accantonamenti	793	830	850	850	850
B) Totale impieghi	4.432	4.410	4.460	4.480	4.500
Disponibilità (A-B)	1.100	1.030	1.000	1.010	1.040
Interventi economici	1.100	1.030	1.000	1.010	1.040
Utilizzo avanzi patrimonializzati	0	0	0	0	0

La dotazione di avanzo patrimonializzato dell'ente stimato al 31/12/2009 è di circa 5.430.000 euro e, a seguito di attente valutazioni, è disponibile per la somma di 2.172.000 euro

La previsione per il quinquennio in esame della liquidità prospettica della Camera permette di evidenziare l'opportunità di sostenere gli interventi di cui sopra con i cash flow che la stessa Camera è in grado di generare; infatti i flussi di cassa rappresentano le movimentazioni monetarie, in entrata ed in uscita, relative alle operazioni di gestione.

Per quanto riguarda le risorse destinate agli investimenti nel 2010 risentono significativamente dell'intervento di manutenzione straordinaria della copertura della sede. Anche in questo caso è possibile ipotizzare che, a regime, sia sostenibile sia dal punto di vista economico che finanziario un volume annuo di investimenti di circa 150.000 euro, necessari a mantenere in buono stato di conservazione le strutture camerali e a rinnovare le attrezzature tecniche ed informatiche.

L'operazione trova evidenza nella tabella sottostante:

Dati in migliaia di euro	2010	2011	2012	2013	2014
Disponibilità monetaria iniziale	6.228	6.827	6.827	6.877	6.927
+ Riversamenti giacenza Bankitalia	756	0	0	0	0
A) Disponibilità monetaria	6.984	6.827	6.827	6.877	6.927
Utilizzo disponibilità	0	0	0	0	0
+ Ammortamenti e accantonamenti	143	180	200	200	200
+ Accantonamento netto TFR	0	0	0	0	0
B) Flusso di cassa gestione corrente	143	180	200	200	200
- Investimenti	-300	-180	-150	-150	-150
+ Disinvestimenti	-	-	-	-	-
C) Flusso di cassa per investimenti	-300	-180	-150	-150	-150
D) Flusso cassa netto d'esercizio (B+C)	-157	0	50	50	50
E) Disponibilità monetarie finali (A+D)	6.827	6.827	6.877	6.927	6.977