



Camera di Commercio
Terni

Relazione previsionale e programmatica **2010**

Consiglio camerale del 28 ottobre 2009
Allegato alla deliberazione n. 64

Relazione previsionale e programmatica 2010

Premessa	3
Le strategie di intervento	4
1. INNOVAZIONE IMPRENDITORIALE	5
2. INTERNAZIONALIZZAZIONE	8
3. MARKETING TERRITORIALE	9
4. INFRASTRUTTURE	10
5. REGOLAZIONE E SVILUPPO DEI MERCATI	11
6. E-GOVERNMENT ED INFORMAZIONE ECONOMICA	12
Piano strategico degli investimenti.....	14
Quadro delle risorse	15

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 che il Consiglio approvi, entro il 31 ottobre di ciascun anno, la relazione previsionale e programmatica che aggiorna per l'anno di riferimento gli indirizzi generali e il programma pluriennale riferiti al quinquennio del mandato degli organi camerali.

Per la Camera di commercio di Terni la stesura di tale documento relativamente all'esercizio 2010 rappresenta la naturale prosecuzione del processo che sta nel medesimo istante portando gli amministratori dell'ente alla redazione degli indirizzi generali e del programma pluriennale per il mandato 2010-2014.

Il nuovo Consiglio dell'ente si è infatti insediato il 25 giugno scorso e la composizione degli organi si è completata nel mese di luglio. Il breve periodo di tempo intercorso ha quindi visto gli amministratori impegnati nella raccolta ed elaborazione di istanze dal mondo economico ed associativo, secondo uno schema di raccordo e confronto con i vari stakeholder del territorio, al fine di pervenire, entro le scadenze previste dal regolamento di contabilità, alla stesura dei documenti programmatici dell'ente.

Pertanto si soprassiede in questa sede all'effettuazione di una dettagliata analisi del contesto di riferimento, sia esso socioeconomico, istituzionale o organizzativo, rimandando a quanto contenuto nel più ampio documento sopra accennato.

Risulta invece quanto mai opportuna una avvertenza: i nuovi amministratori hanno preso le redini di un ente in piena attività e che da appena un anno ha rinnovato completamente il vertice gestionale avviando una serie articolata di iniziative.

Pertanto nel 2010 giungeranno al loro naturale compimento alcuni progetti che sono stati iniziati nel corso del 2009 e per i quali, nel rispetto del principio della competenza economica che ormai dal 2007 guida la stesura dei documenti contabili dell'ente, deve essere prevista in bilancio la copertura finanziaria degli oneri relativi all'anno che si sta per avviare.

Altri progetti sono stati concepiti per avere stabilità nel tempo, come ad esempio la neonata newsletter che viene diffusa a tutte le oltre 22.000 imprese del territorio, e altri ancora si ripetono già da alcuni anni, caratterizzando l'operatività dell'ente. Ne sono un esempio il premio fedeltà al lavoro, il marchio di qualità delle strutture ricettive, il sostegno alle imprese nell'accesso al credito tramite i Confidi.

A queste iniziative cui, senza dubbio, occorre garantire continuità se ne affiancheranno nel 2010 altre nuove delle quali il presente documento illustra le priorità, ma tutte avranno un denominatore comune.

*Complessivamente infatti le strategie che guideranno l'ente nel 2010 saranno tutte incentrate a **rispondere ad esigenze immediate di sostegno della debole economia locale ma dovranno continuare a tendere verso la costruzione delle condizioni di sviluppo futuro.***

Le strategie di intervento

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

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

La mission della Camera di Commercio, enunciata nel Programma pluriennale 2010-2014, sintetizza perfettamente non solo la finalità ultima dell’azione della Camera di Commercio: *“essere un’istituzione al servizio del sistema economico”* ma anche le modalità di azione: *“agire affinché gli operatori agiscano”*.

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.

Per una pubblica amministrazione 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.

In particolare, la strategia di intervento di Camera di Commercio di Terni si fonderà sull’idea che l’ente è lo snodo di una rete di flussi informativi e finanziari, di relazioni e di iniziative, di proposte e di decisioni con il compito di mettere a sistema le eccellenze del territorio, valorizzarle e orientarle.

Richiamiamo qui brevemente gli ambiti strategici e gli assi di intervento individuati nel programma pluriennale:

AMBITO STRATEGICO	ASSI APPARTENENTI ALL'AMBITO STRATEGICO
INNOVAZIONE IMPRENDITORIALE	1. Innovazione finanziaria e sostegno al credito 2. Innovazione tecnica, tecnologica e organizzativa 3. 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 e 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

1. INNOVAZIONE IMPRENDITORIALE

Appare ormai evidente l'importanza dell'innovazione in senso lato come condizione essenziale per l'acquisizione da parte dell'impresa di vantaggi competitivi duraturi e sostenibili e come elemento determinante per lo sviluppo dei territori.

In questa prospettiva l'imprenditorialità innovativa è vista in misura crescente come il principale motore in grado di rivitalizzare i sistemi economici evoluti e consentire alle imprese di competere con successo nello scenario emergente.

Anche in periodi di crisi economica e finanziaria, come l'attuale, sostenere l'innovazione risulta più che mai necessario.

Il tema dell'innovazione e dell'impresa innovativa è quindi strettamente legato al concetto di sviluppo di un'opportunità imprenditoriale ed è la mission dell'ambito "Innovazione imprenditoriale" all'interno del quale la Camera di Commercio cerca di proporre iniziative volte a migliorare nelle imprese la capacità di coniugare l'attenzione alla gestione quotidiana (anche d'emergenza) alla capacità di sviluppare strategie di ampio respiro in funzione degli scenari futuri, con un radicamento ai valori di etica, trasparenza e responsabilità che oggi più che mai devono ispirare l'attività di impresa.

1) **Crescita della cultura e della solidità patrimoniale e finanziaria delle imprese**

Oggi, alla luce di uno scenario di debolezza dell'economia, dei mercati finanziari e soprattutto della fiducia imprenditoriale, il sistema delle imprese potrebbe avere bisogno di un impulso che permetta di porre le basi per riprogettare le proprie strategie di sopravvivenza, mantenimento e crescita.

Accanto ai tradizionali strumenti che facilitano l'accesso al credito alle PMI, la Camera di Commercio, alla luce del nuovo scenario delineato dagli accordi di Basilea 2, concentrerà il proprio agire in tre direzioni:

- rafforzare il modello di supporto al sistema delle garanzie per le imprese in modo da assicurare l'ampliamento dell'offerta di finanziamento, la maggiore copertura del rischio, la facilità di accesso grazie alla collaborazione con il sistema bancario e l'efficacia dell'azione dei consorzi di garanzia fidi.
- accompagnare le imprese nel migliorare i propri parametri finanziari e il proprio grado di patrimonializzazione (in una parola, il proprio rating), assicurando eventuali azioni di sostegno economico (per ricapitalizzazione e ristrutturazione del debito, ecc),
- formare nei piccoli imprenditori nuove competenze di gestione finanziaria e patrimoniale e di gestione del rapporto banca-impresa, grazie anche al sostegno dei consorzi di garanzia fidi.

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 camerali 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.

3) Valorizzazione della proprietà industriale

L'ente camerale offrirà visibilità alle capacità di innovazione, anche incrementale, delle PMI e alla valorizzazione della loro capacità progettuale con azioni coordinate di tutela e valorizzazione della proprietà industriale e loro conoscenza e diffusione.

4) Valorizzazione e sostegno ad ambiti di particolare interesse

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.

5) Coniugare economicità e responsabilità sociale

La Camera di Commercio - vista la crescente importanza che riveste il sistema cooperativo e il sistema delle imprese sociali - intende promuovere e favorire un approccio più integrato e attento alla dimensione etica e sociale dell'impresa e del mondo economico, riconoscendo ed incoraggiando "responsabilità sociale" nelle imprese per far emergere la capacità di perseguire contemporaneamente finalità di ordine economico (equilibri economico-finanziari, economicità) e sociale (soddisfazione di tutti i portatori di interesse interni ed esterni).

6) Garantire la qualificazione professionale degli operatori e diffondere conoscenze ICT

Affrontare la crisi significa anche riqualificare gli operatori nel momento in cui i primi segnali di peggioramento dell'economia fanno temere per la sopravvivenza delle imprese e dei posti di lavoro. La formazione risulta quindi uno strumento utile per attenuare gli impatti duraturi della recessione.

Tra gli impegni della Camera di commercio lungo la filiera formazione\imprenditorialità\lavoro, rientrano:

- la formazione "abilitante". Si tratta di programmi formativi "vincolati" (di matrice regionale), diretti ai soggetti che intendono esercitare attività di agenti di commercio e mediatori.
- utilizzare tutti gli ambiti di intervento camerale per diffondere cultura e conoscenze prevedendo sempre possibili percorsi informativi, per sostenere la crescita dell'economia locale e del mercato del lavoro, sensibilizzando futuri imprenditori ed operatori verso un accesso consapevole e competente alle specifiche professioni, per mantenere e migliorare posizioni di mercato e alimentare strategie di crescita future.
- nel quadro delle iniziative per l'e-government si svilupperanno gli interventi di formazione (corsi/ seminari) sull'utilizzo degli strumenti di comunicazione/erogazione telematica dei servizi camerali, diretti alle imprese e agli intermediari "naturali" che le supportano (associazioni di categoria, studi professionali).

- o grazie all'azione di Alternanza Scuola Lavoro si 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.

7) Conoscere il mondo del lavoro

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, quale punto di partenza imprescindibile per l'individuazione di politiche di intervento a favore del sistema locale.

2. INTERNAZIONALIZZAZIONE

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 pertanto quale cardine la stesura di una strategia d'intervento condivisa con la Regione Umbria.

Nel 2010 si lavorerà quindi per:

- rafforzare il raccordo con i principali attori del sistema economico locale (in primo luogo la Regione Umbria ma anche Associazioni di categoria, ICE ecc.) al fine di condividere obiettivi e strategie di intervento, garantire una più ampia offerta di servizi e punti di accesso agli stessi;
- mantenere aperti canali di contatto con le imprese attraverso i precorsi di internazionalizzazione dei Terni International Meeting: 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.
- sostenere la capacità delle imprese di aprirsi ai mercati esteri attraverso appositi bandi per la partecipazione di piccole e medie imprese e gruppi di imprese a eventi fieristici, collettive e azioni realizzate dal sistema camerale italiano in collaborazione con le Camere di commercio italiane all'estero.
- coinvolgere le imprese in network internazionali quali la nuova rete comunitaria di supporto al business EEN - *Enterprise Europe Network* per strategie di partnership di medio/lungo periodo.

3. MARKETING TERRITORIALE

Il marketing del territorio ha assunto un ruolo strategico nelle politiche di sviluppo locale all'interno di una visione d'insieme ampia e complessiva. Esso si concretizza da una parte nella realizzazione di attività rivolte all'offerta locale e alla promozione all'estero, dall'altra riguarda il coinvolgimento concreto e fattivo di istituzioni, pubblica amministrazione e tutti gli attori che operano sul territorio.

La Camera di Commercio intende avviare azioni coordinate di sviluppo e promozione economica locale con lo scopo di 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). In questo quadro complessivo di attività il marketing territoriale si concentra su quelle azioni più strettamente collegate alla promozione turistica.

1. Sviluppare rapporti di collaborazione ed aggregazione turistica

Nel 2010 si lavorerà all'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. 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

Nel 2010 si lavorerà per il rafforzamento qualitativo, la valorizzazione e la diversificazione dell'offerta ricettiva attraverso l'attivazione di politiche della Qualità e sistemi di certificazione, interventi informativi, iniziative di tutela della professionalità degli operatori.

3. Sviluppare e valorizzare le produzioni locali

La Camera di Commercio si propone di proseguire quel percorso di valorizzazione delle produzioni agroalimentari e artigianali locali avviato da alcuni anni con la partecipazione a eventi e la realizzazione di materiale divulgativo per la loro promozione. In quest'ottica appare fondamentale anche l'imminente riconoscimento della DOP Pane di Terni di cui la Camera è promotrice.

4. Costruire percorsi per facilitare le aggregazioni tra le imprese

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 capacità di innovazione e penetrazione sui mercati internazionali.

Tale limite si acuisce nei periodi di stress economico e finanziario e spinge a valutare i processi di aggregazione di imprese come la strada migliore 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.

4. INFRASTRUTTURE

L'impegno dell'ente camerale per lo sviluppo del sistema infrastrutturale a disposizione del territorio è uno degli aspetti qualificanti del programma di attività promozionali del quinquennio.

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.

Il principio ispiratore delle attività camerali riferite a questo ambito strategico, confermato in particolare per l'anno 2010, è la concentrazione delle risorse e degli sforzi della struttura organizzativa su pochi obiettivi puntuali, particolarmente significativi, individuati con il forte coinvolgimento delle rappresentanze economiche del territorio.

1. Miglioramento della mobilità di cittadini ed imprese

Proseguirà nel 2010 l'impegno dell'ente camerale, in sinergia con associazioni di categoria e altri partner istituzionali (Regione, Provincia, Comuni, Associazioni), per la realizzazione di iniziative nel campo della mobilità di cittadini e imprese, quali la possibilità di incrementare il collegamento viario e ferroviario con Roma e quello stradale con Spoleto al fine di agevolare gli scambi lungo l'asse Tirreno-Adriatico.

Si ritiene meritevole di interesse il progetto che vede 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.

Il ruolo della Camera in questa e nelle fasi successive sarà di animatore e facilitatore delle diverse attività finalizzate alla realizzazione dell'opera, anche attraverso lo sviluppo di relazioni istituzionali.

Anche le progettazioni che interessano il nodo infrastrutturale di Terni vanno attentamente monitorate, in particolare la realizzazione della piattaforma logistica e la trasformazione della E45 in autostrada.

5. REGOLAZIONE E SVILUPPO DEI MERCATI

Un mercato in cui si rispettano le regole, in cui c'è equilibrio, trasparenza e certezza, è un mercato che funziona meglio e che richiede minori costi per chi vi opera. Vista in questa prospettiva, l'azione di regolazione di mercato diviene un elemento facilitatore per lo sviluppo del business, contribuendo a realizzare l'interesse pubblico alla trasparenza e alla correttezza dei comportamenti anche grazie al ruolo di "terzietà" della Camera rispetto agli interessi in gioco, a vantaggio di imprese e consumatori.

La Camera punterà a mettere a sistema le proprie capacità di lettura a 360° del contesto in cui imprese e consumatori muovono il loro agire economico, comprendendone e anticipandone le dinamiche e finalizzando gli interventi per una migliore visibilità e un razionale ed efficace utilizzo delle risorse.

1. Informare e rendere trasparenti i mercati

La disponibilità di informazioni aggiornate, puntuali e trasparenti, incide direttamente sui costi che le imprese affrontano nel loro business e sulle possibilità, per imprese e consumatori, di operare scelte maggiormente "consapevoli".

Nel 2010, la Camera proseguirà nelle azioni di valorizzazione dei contenuti informativi delle proprie anagrafi, potenziando strumenti utili a garantire una maggiore trasparenza e certezza delle relazioni commerciali, quali il registro informatico dei protesti.

In tale ottica si inseriscono anche le attività di monitoraggio delle tariffe e dei prezzi. La Camera di Commercio intende impegnarsi per valorizzare gli interventi di raccolta e diffusione dei prezzi locali, rendendo maggiormente fruibili i contenuti informativi diretti alle imprese e ai consumatori sulle dinamiche di prezzi e tariffe.

Per quanto riguarda l'accertamento degli usi della provincia di Terni, strumento a valenza informativa e di stimolo allo sviluppo di condizioni contrattuali condivise, si inizierà la revisione settoriale quinquennale prevista dalle norme.

2. Risolvere con efficacia i conflitti

La Camera di Commercio investirà in promozione (diretta ai professionisti, agli imprenditori e ai consumatori), per connotarsi quale ente di riferimento nella "gestione alternativa" dei conflitti, promuovendo i servizi di conciliazione sul territorio. Sarà inoltre confermata la partecipazione alle campagne di promozione dei servizi promosse dall'Unione Italiana delle Camere di Commercio.

3. Vigilare "per" il mercato

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, nel 2010 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.

6. E-GOVERNMENT E INFORMAZIONE ECONOMICA

Oltre che aderire alla filosofia della dematerializzazione e della circolazione telematica dei documenti, da diffondere all'interno dell'Ente (c.d. "*Paperless Camera*") e nei rapporti con gli altri soggetti della pubblica amministrazione, va condivisa una concezione di e-government inteso, non solo come informatizzazione dei servizi, ma soprattutto come leva per ripensare l'organizzazione dei processi amministrativi, rendendoli semplici, efficaci, meno costosi e capaci di generare servizi di qualità.

Nell'ambito del Programma Pluriennale 2010-2014 la diffusione dell'e-government e la semplificazione amministrativa costituiscono un forte obiettivo strategico di mandato. La Camera deve confermarsi quale modello di pubblica amministrazione "trainante" nel processo di promozione dell'e-government "per le imprese e il mercato", stimolando l'utilizzo delle nuove modalità di comunicazione nei confronti del proprio pubblico di clienti - utenti e nei confronti delle altre pubbliche amministrazioni, migliorando la qualità dei servizi e riducendo i disagi determinati da una burocrazia "pesante", il cui costo incide sulla competitività del Sistema Paese. Vanno quindi colte le opportunità aperte in questo senso dai recenti provvedimenti normativi (Comunicazione Unica per la nascita di impresa - riforma degli sportelli unici - creazione di agenzie per le imprese), che individuano le Camere di Commercio quali "piattaforme ideali" nello sviluppo di servizi pubblici moderni, da cui partire per rafforzare i processi di innovazione delle pubbliche amministrazioni.

1. Semplificare e digitalizzare i procedimenti

Le ricadute positive a vantaggio del sistema delle imprese, in termini di accelerazione degli iter procedurali e di maggior coordinamento tra pubbliche amministrazioni dovuti alla digitalizzazione dei procedimenti, richiederanno idonei investimenti per mantenere e migliorare gli attuali livelli di produttività e performance che caratterizzano l'Ente camerale. Si stima infatti che l'implementazione della sola Comunicazione Unica, alla quale in prospettiva si affiancheranno gli sportelli unici, comporterà un incremento nei volumi di attività del 25% - 30%.

Sul piano dell'efficienza amministrativa interna, a maggior ragione a fronte di tali prevedibili pressioni sui volumi di attività che intervengono su risorse da anni stabili, si conferma quindi la costante tensione al miglioramento delle procedure e allo sviluppo di modalità di erogazione telematica dei servizi, con opportune misure per accrescerne l'accessibilità e la fruibilità, coniugando logiche organizzative e innovazioni di tipo tecnologico e avendo quale presupposto la qualità e il costante adeguamento delle competenze professionali.

Nel quadro della Comunicazione Unica si procederà nell'implementare i meccanismi di coordinamento tra il procedimento di iscrizione all'Albo delle imprese artigiane e il Registro delle imprese.

2. Migliorare l'interazione con l'utenza sviluppando nuovi canali di accesso/erogazione servizi

L'accesso ai servizi camerali passa sempre più attraverso canali telematici gestiti direttamente dall'Ente, tramite la propria interfaccia web e i suoi siti, ovvero tramite "sportelli virtuali" di sistema (Ufficio On-line del Registro delle Imprese - www.registroimprese.it).

Con la prevista estensione alle imprese individuali dell'obbligo di inoltro telematico delle pratiche (Comunicazione Unica), sarà fondamentale valorizzare i rapporti con il settore privato, in particolare con il

mondo associativo e con i “grandi utenti” (notai, commercialisti, altri professionisti) che, in qualità di “partner naturali” dell’Ente e delle imprese, svolgono un ruolo fondamentale per veicolare i servizi camerali e diffondere l’utilizzo delle piattaforme tecnologiche sulle quali si basano. Sarà inoltre potenziata l’attività di promozione degli strumenti sviluppati dal sistema camerale per l’e-government (Business Key, Telemacopay, carte tachigrafiche, ecc.).

3. Aprire e comunicare i dati, le informazioni e le conoscenze

Nel 2010 proseguirà l’impegno diretto a valorizzare il patrimonio informativo accumulato dai servizi anagrafici camerali. Si tratta di far percepire direttamente alle imprese e al pubblico più in generale, anche a quello meno “attento”, la valenza delle anagrafi in chiave informativa sul sistema imprenditoriale. In tale prospettiva è necessario assicurare, oltre alla qualità dei dati (in input), la loro accessibilità e fruibilità (in output) nella prospettiva dell’utente finale, garantendo agevoli possibilità di accesso e modalità di erogazione flessibili e modulabili in base alle differenti esigenze. Il tema della qualità dei dati va vissuto con l’obiettivo di passare da “un’informazione sulle imprese” a “un’informazione per le imprese”, restituendo alle stesse le informazioni (intelligibili e arricchite di significato) che forniscono nell’assolvere ai propri obblighi amministrativi.

Dopo la positiva esperienza del 2009 riguardo alla newsletter camerale, alle newsletter tematiche e allo sviluppo del sito, occorre potenziare ulteriormente gli strumenti di comunicazione con il mondo delle imprese e delle istituzioni.

Piano degli investimenti

Relativamente agli investimenti, nel 2010 si proseguirà nelle attività di valorizzazione e conservazione del patrimonio camerale, costituito dalla sede, dall'area di via Muratori e dagli immobili di piazza Cavour e di via Salvatori a Orvieto, dopo avere attentamente vagliato l'opportunità e la necessità degli interventi da effettuare.

Le iniziative che saranno promosse nel corso dell'anno, tappa di un percorso complessivo avente per sua natura uno sviluppo pluriennale, possono essere classificate come segue:

- interventi per il mantenimento della sicurezza;
- interventi volti a garantire l'efficienza, l'efficacia di gestione e la continuità dei servizi camerali.

Nel primo asse di intervento vengono ricomprese tutte le azioni volte al potenziamento della sicurezza del patrimonio camerale, in considerazione anche delle recenti evoluzioni normative.

Si tratta di interventi di manutenzione ordinaria e straordinaria rispondenti ad esigenze essenziali di mantenimento della funzionalità in ragione della destinazione d'uso dell'immobile, quale ad esempio la sistemazione della copertura della sede camerale, investimento già precedentemente deliberato dagli organi camerali, operazione incentrata sul concetto di autofinanziamento, grazie al risparmio energetico e ai crediti di imposta assicurati dagli incentivi statali

Il secondo asse è relativo invece a azioni di restauro e miglioramento funzionale su specifiche parti del patrimonio camerale, volte a preservare i singoli edifici e mantenerli in efficienza in funzione del loro utilizzo. L'ammodernamento delle strutture camerali è un processo continuo di fondamentale importanza, in quanto esse si configurano come uno degli strumenti attraverso i quali l'ente supporta l'economia e lo sviluppo del territorio. Di qui l'obiettivo di migliorare la qualità dei servizi offerti dagli immobili camerali, la fruizione degli spazi e il contenimento dei costi di gestione, attraverso investimenti quali ad esempio la rivisitazione del layout degli uffici, anche con l'obiettivo di ottimizzare gli spazi.

Quadro delle risorse

Risorse economiche

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).

L'equilibrio economico pone l'accento sull'esigenza di costruire bilanci annuali di previsione che rispettino il principio del pareggio economico. Per quanto riguarda gli interventi economici è possibile ipotizzare la sostenibilità, sia economica che finanziaria, di un volume di interventi economici vicino agli 1,1 milioni di euro per l'anno 2010.

Nell'anno giungeranno al loro naturale compimento alcuni progetti che sono stati iniziati nel corso del 2009 e per i quali deve essere prevista in bilancio la copertura finanziaria degli oneri relativi all'anno che si sta per avviare.

Altri progetti sono stati concepiti per avere stabilità nel tempo, come ad esempio la neonata newsletter che viene diffusa a tutte le oltre 22.000 imprese del territorio, e altri ancora si ripetono già da alcuni anni, caratterizzando l'operatività dell'ente. Ne sono un esempio il premio fedeltà al lavoro, il marchio di qualità delle strutture ricettive, il sostegno alle imprese nell'accesso al credito tramite i Confidi e all'imprenditoria femminile..

A queste iniziative cui, senza dubbio, occorre garantire continuità se ne affiancheranno nel 2010 altre nuove delle quali il presente documento illustra le priorità.

Con riguardo agli investimenti l'anno 2010 vedrà una posta straordinaria riguardante sistemazione della copertura della sede camerale, operazione che porta gli investimenti previsti a circa 300.000 euro ma che in parte è incentrata sul concetto di autofinanziamento, grazie al risparmio energetico e ai crediti di imposta assicurati dagli incentivi statali

Risorse umane e strumentali

L'ente 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.

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.

La gestione delle attività camerali (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).

La spinta all'innovazione caratterizzerà l'evoluzione della dotazione strumentale a disposizione degli uffici (nei campi della gestione reti, della dotazione software, della fonia fissa e mobile), finalizzata a un generale obiettivo di digitalizzazione delle procedure, in grado di assicurare incrementi di efficacia ed efficienza e risparmi di gestione.

Rispetto alle linee strategiche evidenziate nella presente Relazione viene amplificata, in sottofondo, la necessità di continuare a perseguire obiettivi di efficienza gestionale e di incremento della produttività, al fine di migliorare i livelli di performance che caratterizzano l'ente camerale quanto agli indicatori che esprimono il grado di riversamento sul sistema delle imprese di risorse e servizi, sia in rapporto all'organico che al numero complessivo delle imprese stesse.

IL SEGRETARIO GENERALE
Giuliana Piandoro

IL PRESIDENTE
Enrico Cipiccia