



Camera di Commercio
Terni

Relazione previsionale e programmatica **2011**

Approvato con deliberazione del Consiglio camerale n. 4 del
29.10.2010

Relazione previsionale e programmatica 2011

Premessa	3
Il contesto di riferimento.....	4
Lo stato di attuazione del Programma Pluriennale.....	8
Le strategie di intervento	11
1. INNOVAZIONE IMPRENDITORIALE	12
2. INTERNAZIONALIZZAZIONE	16
3. MARKETING TERRITORIALE	18
4. INFRASTRUTTURE	21
5. REGOLAZIONE E SVILUPPO DEI MERCATI	23
6. E-GOVERNMENT ED INFORMAZIONE ECONOMICA	26
Piano strategico degli investimenti.....	30
Quadro delle risorse	32

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 2011 rappresenta la naturale prosecuzione delle attività impostate sulla base delle linee guida indicate dagli amministratori dell'ente negli indirizzi generali e nel programma pluriennale per il mandato 2010-2014.

Le principali progettualità sulle quali la Camera di commercio di Terni intende impegnarsi nel corso dell'esercizio a venire per sostenere le imprese della provincia impegnate da una fase congiunturale difficile, e per sviluppare l'intero sistema economico locale prendono le mosse da un'analisi del contesto di riferimento: l'economia locale è inserita in un sistema regionale collegato a sua volta al sistema economico nazionale e internazionale.

Fra le progettualità individuate vi sono alcune novità significative che riguardano tutti gli assi strategici d'intervento nei quali si articola la programmazione camerale.

Tuttavia, nel rispetto del principio della competenza economica che ormai dal 2007 guida la stesura dei documenti contabili dell'ente, nel 2011 giungeranno al loro naturale compimento alcuni progetti che sono stati iniziati nel corso del 2011 e che hanno una tempistica di realizzazione che interessa due o più esercizi. Per essi 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 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 ed i suoi rapporti con altri enti ed istituzioni del territorio.

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, ma anche la partecipazione ad organismi di natura territoriale.

A queste iniziative cui, senza dubbio, occorre garantire continuità, come si diceva, se ne affiancheranno nel 2011 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 2011 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.***

Il contesto di riferimento

La delicata fase congiunturale attraversata dall'economia nazionale e internazionale sta richiedendo sempre più all'analisi economica di approfondire le caratteristiche e le cause del ciclo, nonché di fornire valide interpretazioni sui fenomeni in atto e sulla previsione dei tempi di ripresa.

Così come tali esigenze si pongono a livello nazionale, allo stesso modo esse crescono anche su scala territoriale, dove gli operatori e i policy maker sembrano avvertire sempre più la necessità di monitorare lo stato economico del territorio di competenza soprattutto a fronte di momenti di crisi o di ripresa economica, quale quello attuale.

Il quadro internazionale

La crisi economica che oggi interessa, con diverse intensità, la stragrande maggioranza dei Paesi è emersa in maniera inconfutabile con il fallimento delle grandi banche d'affari iniziato nel settembre 2008 e le successive crisi d'insolvenza degli altri operatori finanziari che, nel loro insieme, hanno accentuato gli inasprimenti delle condizioni del credito. A porvi rimedio sono intervenuti i governi e le banche centrali per assicurare la continuità dei flussi di finanziamento sia alle istituzioni finanziarie che all'economia reale. Tali azioni che da un lato hanno evitato la paralisi dei mercati finanziari, dall'altro non hanno prodotto effetti risolutivi né hanno impedito, a livello internazionale, l'indebolimento dell'intero sistema economico.

Segnali significativi si sono registrati in Giappone, Cina e India mentre nell'area dell'euro la crisi si è accentuata con particolare riguardo agli investimenti delle imprese. Tale deterioramento che ha assunto di recente contorni molto seri lascia intravedere un calo del clima di fiducia delle famiglie e delle imprese e una contrazione del livello occupazionale. Gli effetti distorsivi del sistema di certo non hanno risparmiato l'area dell'euro né tantomeno l'Italia.

Per l'Italia sono due i possibili fattori che hanno permesso di contenere l'impatto negativo della crisi: le minori dimensioni della bolla edilizia e della finanza, in parte ad essa connessa, grazie alla solidità del sistema creditizio italiano che nella circostanza si è rivelato più forte di altri sistemi creditizi in altri Paesi, dove interi colossi bancari hanno dovuto chiudere i battenti a seguito di persistenti situazioni di difficoltà registrate negli recenti anni di crisi economica.

Il quadro nazionale

In Italia, sia pur con alcune differenze a livello territoriale, sul finire dell'anno 2009 risulta leggermente migliorato il clima di fiducia delle imprese e sono emersi timidi - ancorché discontinui - segnali di ripresa delle attività, in primo luogo per le aziende operanti all'estero, le cui vendite hanno visto un rallentamento della flessione che aveva caratterizzato i periodi precedenti. Si sono tuttavia accentuate le tensioni sul mercato del lavoro, come si evince dalla lievitazione del tasso di disoccupazione, dal massiccio ricorso agli ammortizzatori sociali e dal diffondersi di fenomeni di scoraggiamento circa la possibilità di trovare un'occupazione.

Dopo un prolungato periodo di contrazione economica a livello mondiale, sotto la spinta delle politiche espansive adottate dai principali Paesi avanzati e dal rafforzarsi della crescita dell'economie emergenti, si sono registrati primi, seppur incerti, segnali di ripresa economica, che si sono estesi anche all'economia del nostro Paese. Dopo cinque trimestri contrassegnati da contrazioni reali più o meno marcate, il Prodotto

Interno Lordo dell'Italia ha invertito la tendenza nel terzo trimestre del 2009 tornando a crescere in termini congiunturali (+0,5%) per poi, tuttavia, chiudere l'anno con una ulteriore flessione (-0,3%), anche se in termini tendenziali la contrazione è risultata in diminuzione (-3,0%) rispetto ai trimestri precedenti.

Questi primi deboli segnali di ripresa, che necessitano tuttavia di maggiori conferme nei successivi periodi, hanno potuto far leva sulla componente estera, contrassegnata dal ritorno alla crescita, in particolare nel terzo trimestre, delle esportazioni di beni e servizi (+2,6% in termini congiunturali), sulla scia di alcuni segnali di ripresa economica dell'intera Area dell'Euro unitamente a quella degli Stati Uniti, dopo una fase di ripetute marcate flessioni.

Se da una parte la domanda estera evidenzia alcuni segnali di rialzo - circoscritti a livello congiunturale -, lo stesso non può dirsi per la domanda interna, sia con riferimento ai consumi nazionali che all'accumulazione di capitale, voci contabili per le quali nel quarto trimestre dello scorso anno si è assistito ad una diminuzione rispetto al trimestre precedente (in termini tendenziali si registra un -0,3% per i consumi e un -7,4% per gli investimenti).

Sul fronte del mercato del lavoro permangono ancora alcune criticità. Nel quarto trimestre del 2009 si è intensificato il calo tendenziale dell'occupazione avviatosi nel primo trimestre, per effetto di una contrazione dell'1,8% che ha seguito quelle dello 0,9% e dell'1,6% registrate nei primi sei mesi dell'anno. In cifra assoluta, la diminuzione a livello nazionale ha interessato circa 430 mila persone, riducendo il numero di occupati, nel quarto trimestre 2009, a meno di 23 milioni.

Il continuo deterioramento dell'occupazione si è riflesso nella sostanziale stagnazione congiunturale dell'ammontare dei redditi da lavoro dipendente sfociata nel terzo e quarto trimestre del 2009 in contrazioni tendenziali pari al -0,2% e al -1,7%. A questa dinamica si è accompagnato una diminuzione degli utili e dei dividendi distribuiti dalle imprese. Tali flessioni hanno chiaramente esercitato un rallentamento dei consumi, anche in considerazione del fatto che la riduzione nominale del reddito disponibile è stata accompagnata da quella del potere d'acquisto: la contrazione della spesa delle famiglie, infatti, nel quarto trimestre si è ridotta di mezzo punto percentuale rispetto allo stesso trimestre del 2008.

L'economia italiana, dunque, nell'ultima parte del 2009 ha mostrato alcuni segnali di inversione, seppur discontinui e limitati essenzialmente all'ambito produttivo, facendo leva principalmente sulla ricostituzione delle scorte, su alcuni interventi pubblici di incentivazione ai consumi (es. incentivi auto) e sul risollevarsi della domanda estera che si sta dimostrando, per il momento e nonostante le crisi di alcuni Paesi comunitari, più reattiva di quella interna. Se da un lato il processo di accumulazione di capitale risente ancora della mancanza della piena fiducia da parte delle imprese sulla ripresa economica generale unitamente al minor grado di utilizzo degli impianti nell'ultimo periodo, dall'altro, i consumi delle famiglie stanno ancora risentendo delle criticità presenti sul mercato del lavoro. Ciò perché, se la produzione ha imboccato la strada del lento recupero, l'occupazione, in quanto variabile posticipatrice, continua ancora a soffrire della crisi, mostrando cali nel numero di persone occupate.

Nonostante la persistenza di alcuni fattori di criticità, le più recenti previsioni sono orientate verso una crescita del PIL di circa punto percentuale per il 2010, dopo la contrazione del 2009 di 5 punti. Un rilancio che dovrebbe trovare forza, oltre che nella domanda estera - nell'espansione del volume delle esportazioni (+2,3%) - anche nella domanda nazionale, contraddistinta dal rialzo del +1,4% degli investimenti e dal più

contenuto 0,7% previsto per i consumi finali nazionali, che riflettono in larga parte l'incremento dello 0,8% attinente alle spese delle famiglie.

Il quadro locale

Relativamente al quadro regionale il forte peggioramento registrato dall'economia umbra nei primi mesi dell'anno 2009 è andato gradatamente attenuandosi nella seconda parte dello stesso anno. A tale attenuazione non ha corrisposto una diminuzione delle tensioni sul mercato del lavoro: la disoccupazione ha continuato infatti ad aumentare, così come le prestazioni degli ammortizzatori sociali.

Nell'industria manifatturiera gli ordini e la produzione, dopo la pesante caduta, hanno cominciato a mostrare timidi segni di miglioramento. Il grado di utilizzo degli impianti è risultato comunque ancora molto basso, riflettendo soprattutto le persistenti difficoltà dei settori della meccanico, del tessile-abbigliamento e della lavorazione dei minerali destinati all'edilizia. Il deludente andamento dell'industria manifatturiera trova conferma nei dati tratti dal Registro delle imprese, dalla lettura dei quali si evince che nella seconda parte del 2009 l'indice di sviluppo di nuove iniziative imprenditoriali, cioè il saldo tra iscrizioni e cancellazioni in rapporto allo stock delle imprese attive, ha assunto segno negativo (-1,1%).

Il settore delle costruzioni ha evidenziato un graduale recupero nella provincia di Terni e un sostanziale ristagno in quella di Perugia. Secondo le rilevazioni della Banca d'Italia, nel periodo compreso tra la fine di settembre 2008 e la fine di settembre 2009 lo stock dei prestiti per la realizzazione di nuove costruzioni ha segnato un +8,0% a Terni e un -5,5% a Perugia. Un divario altrettanto ampio tra la prima e la seconda provincia si è riscontrato pure nel tasso di crescita dei mutui concessi alle famiglie per l'acquisto di abitazioni (rispettivamente +11,4% e +4,3%).

Sulle vendite del commercio al dettaglio ha pesato lo sfavorevole andamento della spesa per consumi, che ha continuato a penalizzare soprattutto gli esercizi di piccola dimensione e il comparto dei prodotti non alimentari.

Dopo avere evidenziato da febbraio a novembre variazioni tendenziali di segno negativo, sul finire del 2009 le attività più direttamente collegate ai flussi turistici hanno mostrato incoraggianti segni di ripresa. Secondo i dati elaborati dall'assessorato regionale al turismo, nel mese di dicembre sia gli arrivi che le presenze presso le strutture ricettive si sono accresciuti di quasi cinque punti percentuali, sfiorando i primi le 128 mila unità e le seconde le 286 mila.

Il lieve ritmo di crescita imprenditoriale sperimentato dall'economia umbra durante il corso del 2009 è ascrivibile per larga parte all'accelerazione segnata dall'economia di Terni, nella quale dal -0,3% tendenziale registrato nel primo trimestre il numero delle imprese registrate è aumentato nei successivi tre trimestri arrivando a sfiorare il +1% nel quarto (0,8%).

Nel terzo trimestre del 2009, in base alle indagini effettuate dall'ISTAT, il numero degli occupati si è approssimato nella regione alle 362 mila unità, con un calo di quasi due punti e mezzo rispetto allo stesso periodo del 2008. Tale diminuzione è in gran parte da attribuire ai lavoratori indipendenti (-8,6%), sulla cui consistenza ha influito negativamente il mancato rinnovo di un'elevata quota di contratti a termine. Le perdite occupazionali sono risultate più pronunciate nella provincia di Terni che in quella di Perugia, essendosi attestate nella prima al 4,8% e nella seconda all'1,6%.

A livello settoriale sono emerse tendenze alquanto differenziate: il numero degli addetti ha registrato, infatti, variazioni di segno negativo nelle costruzioni (-22,8 per cento), nell'industria in senso stretto (-11,0%) e nell'agricoltura (-2,7%); variazioni solo in parte compensate dai positivi risultati messi a segno dal commercio e dagli altri servizi (rispettivamente +11,4% e +1,3%). Per effetto di tali andamenti, la quota di addetti assorbita dal terziario si è avvicinata alla soglia dell'81%, contro il 67,2% rilevato su scala nazionale.

Scontando l'indebolimento della domanda di lavoro, nel terzo trimestre del 2009 il tasso di disoccupazione è salito di circa due punti e mezzo nel confronto tendenziale, portandosi al 5,2% per i maschi e all'8,5 per cento per le femmine.

L'ampliamento dell'offerta di lavoro insoddisfatta è stato accompagnato da un massiccio ricorso agli ammortizzatori sociali. Secondo le rilevazioni dell'INPS, nella seconda metà del 2009 le ore di cassa integrazione ordinaria hanno oltrepassato i 2,7 milioni, essendo lievitate di oltre sette volte rispetto al corrispondente periodo dell'anno precedente. L'espansione della CIG ordinaria, che è risultata più forte nella provincia di Terni che in quella di Perugia, ha interessato in modo particolare il comparto della metallurgia, della meccanica, del tessile-abbigliamento e della trasformazione di minerali.

Sul fronte dell'export, sebbene in misura più contenuta che nella prima parte dell'anno, anche nel secondo semestre del 2009 è proseguita la caduta delle vendite all'estero (-11,8% nel confronto tendenziale). Tale diminuzione si spiega se si considera che l'aumento delle vendite registrato dalla provincia di Terni è stato più che controbilanciato dalla loro diminuzione nella provincia di Perugia (rispettivamente +3,2% e -20,6%). Relativamente ai principali comparti di esportazione, dalle elaborazioni effettuate dall'ISTAT si evince che le vendite di macchinari, apparecchi elettrici, elettronici e ottici hanno segnato un -26,5%, quelle di prodotti tessili e articoli d'abbigliamento un -15,5% e quelle di mezzi di trasporto un -11,7%. In controtendenza sono risultate le variazioni evidenziate dal settore dei metalli e prodotti in metallo (+0,7%) e soprattutto da quello dei prodotti chimico-farmaceutici (+6,5%).

Per effetto della recessione economica e dell'irrigidimento delle condizioni di accesso al credito, i prestiti erogati dalle banche alla clientela residente hanno mostrato un netto rallentamento. Secondo i dati della Banca d'Italia, alla fine del mese di settembre 2009 la consistenza dei prestiti ha raggiunto nella regione i 18.531 milioni di euro, essendosi accresciuta di appena due punti percentuali nel confronto tendenziale (+3,1%a Terni e +1,7%a Perugia).

Lo stato di attuazione del Programma Pluriennale

Con il programma pluriennale 2010-2014 sono stati introdotti alcuni principi innovativi ai quali informare l'azione istituzionale - sintetizzati nella mission dell'ente - e si è provveduto ad una classificazione delle iniziative di promozione del sistema economico territoriale in linea con l'evoluzione del tessuto imprenditoriale e con l'assetto delle relazioni strategiche con gli enti territoriali di riferimento.

Sono stati individuati sei ambiti strategici a loro volta suddivisi in assi di intervento ai quali vengono ricondotti tutti i progetti e le iniziative promozionali.

Rispetto agli ambiti strategici di intervento la Camera di Commercio di Terni ha fin da subito avviato la realizzazione di quanto previsto nel documento programmatico.

INNOVAZIONE IMPRENDITORIALE:

Nell'ambito dell'innovazione imprenditoriale sono state attivate le politiche di sostegno all'accesso al credito a favore delle imprese stimolando, anche attraverso l'operatività del sistema mutualistico dei Confidi, le piccole e medie imprese alla realizzazione di investimenti ed attività. A tale proposito è stato siglato apposito Protocollo d'intesa con la Regione dell'Umbria e la Camera di commercio di Perugia per la messa a sistema delle risorse che ciascun ente dedica a questo scopo.

La ripetizione del bando di contributi per la patrimonializzazione aziendale intende sostenere le imprese in una fase delicata di accesso al credito, rafforzando la patrimonializzazione dei bilanci.

In tema di supporto all'innovazione e sviluppo dell'ambiente è stata avviata una intensa attività di sensibilizzazione e orientamento delle aziende sia per la presentazione del MUD con seminari e assistenza personalizzata sia, con grande sforzo, attraverso la gestione del SISTRI.

Con l'ausilio della newsletter CameraNews è stata avviata anche la sensibilizzazione delle aziende verso buone prassi e innovazioni di processo che privilegino una riduzione del fabbisogno energetico delle imprese e/o un incremento dell'utilizzo di forme di energia eco-compatibile oltre al potenziamento dell'attività di informazione e assistenza in materia di marchi e brevetti.

Particolare attenzione è stata dedicata allo sviluppo delle imprese femminili attraverso la realizzazione di un piano formativo sulle competenze "soft" degli imprenditori e la realizzazione di un volume che illustri le storie aziendali di imprenditrici della provincia.

E' stato svolto con impegno anche il ruolo di raccordo tra sistema delle imprese, scuola e Università, continuando il progetto alternanza scuola lavoro.

INTERNAZIONALIZZAZIONE:

Nel 2010 si è cercato di mettere in campo un modello di intervento in grado di promuovere ed accompagnare adeguatamente i processi di sviluppo ed affermazione dell'immagine di Terni e dei suoi sistemi produttivi nei mercati internazionali.

E' stato rafforzato il raccordo con le Associazioni di categoria attraverso la prosecuzione dei lavori del Tavolo Internazionalizzazione, al fine di condividere obiettivi e strategie di intervento.

Le azioni promozionali sono state orientate a sviluppare progetti da ripetere sul medio- lungo periodo superando presenze occasionali al fine di evitare la frammentazione degli interventi.

Attraverso la ripetizione del bando di contributi per fiere all'estero si è continuato a sostenere la presenza libera delle imprese locali in ambito internazionale.

Particolare attenzione è stata rivolta alla formazione sulle tematiche dell'estero, alla realizzazione di incoming e a cogliere tutte le occasioni per presentare al mondo il territorio e le sue eccellenze.

L'aspetto più importante delle attività a favore dell'internazionalizzazione è stata la nascita del Centro Estero Umbria a seguito del Protocollo d'intesa siglato con la Regione dell'Umbria e la Camera di commercio di Perugia per la creazione di un organismo unitario e la messa a sistema delle risorse che ciascun ente dedica a questo scopo.

MARKETING TERRITORIALE:

L'obiettivo di dare continuità alle azioni promozionali dell'offerta turistica provinciale è stato raggiunto attraverso il rinnovo delle iniziative a favore della qualità delle strutture ricettive e di animazione delle stesse attraverso proposte seminariali e la creazione di materiale promozionale pensato ad hoc per creare un sistema di tutte le opportunità e le iniziative presenti sul territorio, creando una filiera che vada dall'artigianato all'agroalimentare, dai beni culturali alle occasioni di spettacolo.

La Camera di Commercio ha, inoltre, rafforzato il ruolo dell'ente come attore di sviluppo del territorio attraverso un sistema di alleanze finalizzato alla realizzazione di programmi che creino valore aggiunto al sistema economico.

A tale proposito è stato siglato apposito Protocollo d'intesa con la Regione dell'Umbria e la Camera di commercio di Perugia per la messa a sistema delle risorse che ciascun ente dedica alla promozione turistica del territorio.

INFRASTRUTTURE:

Nell'ambito delle iniziative volte a favorire lo sviluppo infrastrutturale del territorio l'attenzione della Camera di Commercio si è concentrata sul contribuire al dibattito pubblico, creando consenso e condivisione intorno a particolari aspetti infrastrutturali dei quali non viene tutt'oggi compresa appieno la strategicità.

In particolare si è continuato ad utilizzare tutte le occasioni per sensibilizzare le istituzioni e l'opinione pubblica su infrastrutture da completare o di cui si ritiene strategica la realizzazione quali la Orte-Civitavecchia, la Terni-Spoleto, la Terni-Rieti, la Terni-Roma via Ponzano, le problematiche delle tratte ferroviarie e l'importanza della piattaforma logistica.

REGOLAZIONE DEL MERCATO:

Oltre alla normale prosecuzione delle attività ispettive, in questo ambito è stato rafforzato il ruolo della Camera di Commercio come promotore degli interessi generali delle imprese e di garante dell'andamento del mercato intervenendo con la ripresa di attività di controllo sul settore orafa e, in attuazione del Protocollo d'Intesa Unioncamere-Mise, incrementando la attività di controllo in particolari settori: calzature, tessile, giocattoli, dispositivi elettrici ecc.

Nel 2010 è stata avviata l'attività di revisione degli Usi e Consuetudini, fonte residuale del diritto.

Per quanto riguarda gli interventi camerali in materia di strumenti complementari alla giustizia ordinaria, in coincidenza con la "Settimana nazionale del servizio di conciliazione", è stata realizzata una campagna

promozionale con l'utilizzo di diversi canali. L'ente ha presentato istanza di iscrizione tra gli Organismi di conciliazione, presso il Ministero della Giustizia.

E.GOVERNMENT E INFORMAZIONE ECONOMICA:

L'impegno dell'ente nell'essere fattore di semplificazione e promozione dell'innovazione nel sistema economico e sociale locale ha portato la Camera di Commercio di Terni a valorizzare la propria dotazione tecnologica informatica e il proprio know how nell'utilizzo di reti per lo scambio e la condivisione di documenti informatici, puntando su tali fattori chiave per innalzare la qualità e l'efficienza dei servizi resi al sistema delle imprese. Il supporto all'introduzione di strumenti di semplificazione quali Starweb e Comunica si è concretizzato in circa trenta sessioni formative per oltre 600 intermediari su tutto il territorio provinciale

Lo sviluppo dei servizi di informazione economica è stato orientato a migliorare le conoscenze e le capacità di analisi degli attori camerali ed economici sul territorio grazie ad un'attività di ricerca ed informazione a supporto dei percorsi di sviluppo per la crescita economico-sociale. Si è lavorato per consolidare le attività di ricerca sviluppate per l'analisi della struttura imprenditoriale, per fare gli approfondimenti sul mercato del lavoro, aumentare la qualità e la quantità dell'informazione accessibile via web, in raccordo con gli altri soggetti del territorio produttori e fornitori di informazioni, per avviare la progettazione di un vero e proprio sistema informativo territoriale sotto l'egida della Prefettura.

Dal lato della comunicazione istituzionale, in una logica di integrazione fra i diversi strumenti disponibili, tradizionali e on line, sono state avviate iniziative (es: CRM) con l'obiettivo di rendere sempre più diffuse, più immediate e più fruibili le informazioni sui servizi e sulle attività a favore delle imprese.

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”*.

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.

Non solo innovazione in un'ottica puramente tecnologica, di prodotto o di processo, ma anche da un punto di vista organizzativo, distributivo, patrimoniale e finanziario, con un'attenzione particolare al campo delle reti d'impresa e delle nuove imprese, senza tralasciare le particolari caratteristiche delle imprese in fase di transizione generazionale.

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, ed in particolare delle Piccole e Medie Imprese che costituiscono il vero tessuto economico locale, la capacità innovativa attraverso il consolidamento e lo sviluppo dei fattori strategici che la identificano: flessibilità, creatività, formazione, informazione e semplificazione.

Promuovere e supportare l'innovazione in tutte le imprese, in particolare quelle di piccole dimensioni e diventare un interlocutore del sistema imprenditoriale nei processi di governo della ricerca e dell'innovazione. Su queste basi devono essere confermate le strategie di sviluppo fissate nel Programma Pluriennale 2010-2014 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;
- porre attenzione e contiguità ai caratteri strutturali ed evolutivi del Sistema Paese dal punto di vista delle vocazioni settoriali (es. Made in Italy), delle specificità territoriali (es. distretti) e delle caratteristiche intrinseche delle stesse imprese (es. piccola dimensione, flessibilità e rapidità di azione, ecc.);
- costruire il futuro con un radicamento ai valori di etica, trasparenza e responsabilità che oggi più che mai devono ispirare l'attività di impresa.

Questi i comportamenti vincenti che la Camera di Commercio cercherà di stimolare nelle imprese del territorio combinando azioni di informazione, formazione, sostegno finanziario, assistenza diretta in collaborazione con le associazioni di categoria e le istituzioni del territorio.

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 alcune 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).

In questo contesto sarà strategica la collaborazione con la Regione Umbria e la Camera di commercio di Perugia nell'ambito del Protocollo d'Intesa sottoscritto nel 2010 per 3 anni.

2) Continuità aziendale: condizione di sviluppo dell'economia territoriale

Al pari delle politiche di innovazione, la continuità aziendale è un ulteriore elemento critico di sopravvivenza di un'economia in particolare nei periodi di crisi. La Camera di Commercio si impegna ad individuare possibili percorsi di assistenza al passaggio generazionale ed alla trasmissione d'impresa, in collaborazione con le associazioni di categoria.

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 continuare l'impegno sui temi dell'imprenditoria femminile componente molto ampia nell'economia provinciale dove rappresenta una realtà rilevante dal punto di vista economico. Nel 2011 si ritiene strategico iniziare a costruire azioni di sostegno dei futuri imprenditori individuando possibili partnership per azioni di ampio respiro ed animazione del tessuto locale, ed attività di sensibilizzazione riguardo al tema delle reti d'impresa come modello di possibile uscita dalla crisi economica. In questo contesto risulta, inoltre, quanto mai opportuno monitorare le azioni regionali in via di sviluppo a favore dei poli dell'innovazione per valutare eventuali possibilità di iniziative congiunte per le imprese della provincia di Terni.

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).
- 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.

1. Innovazione imprenditoriale					
Asse Strategico	Obiettivi/Programmi Strategici	Programmi di Intervento	Benefici Attesi	Azioni	Soggetti Esterni Coinvolti
1.1 Innovazione finanziaria e sostegno al Credito	Supportare le possibilità di accesso al credito delle piccole e medie imprese	Incrementare le iniziative a sostegno dei Consorzi fidi	Iniziative a sostegno dei Consorzi fidi Bandi patrimonializzazione	Consorzi Fidi Associazioni di Categoria	
1.2 Innovazione tecnica, tecnologica e organizzativa	Supporto di iniziative innovative, centri di eccellenza	Apporto di nuovi sistemi di sviluppo e crescita per il territorio	Interventi a sostegno del Consorzio difesa produzioni intensive Consorzio per lo sviluppo del polo universitario della provincia di Terni (contributo ordinario) Iniziative per lo sviluppo del polo universitario della provincia di Terni Iniziative a favore Fondazione cellule staminali Quota associativa ICSIM Steelmaster	Consorzio Difesa Produzioni Intensive (Consorzio per lo sviluppo del Polo Universitario provincia di Terni) Polo Universitario provincia di Terni Fondazione cellule staminali ICSIM	
1.3. Sviluppo del capitale sociale e delle competenze	Accrescere le competenze sul territorio attraverso percorsi formativi	Stimolare l'imprenditorialità giovanile nella provincia e facilitare l'incontro tra studenti e aziende del territorio. Incrementare le competenze manageriali e imprenditoriali Sviluppo di nuove imprese innovative soprattutto da parte di giovani e donne	Progetto Alternanza Scuola Lavoro Formazione e accompagnamento sul Passaggio Generazionale Imprenditoria femminile Progetto nuove idee per nuove imprese Premiazione fedeltà al lavoro Corsi di formazione agenti rappresentanti Corsi di formazione mediatori	Associazioni di categoria Provincia Scuole Aziende pubbliche e private Comitato Imprenditoria femminile Esperti	
	Orientare verso la responsabilità sociale di impresa	Aumento della conoscenza dei vantaggi che lo sviluppo sostenibile offre in termini di apporto di ricchezza e di riduzione del consumo delle risorse quali energia, territorio, sicurezza degli ambienti di vita.	Progetto Alternanza Scuola Lavoro Formazione e accompagnamento sul Passaggio Generazionale Imprenditoria femminile Progetto nuove idee per nuove imprese Premiazione fedeltà al lavoro Corsi di formazione agenti rappresentanti Corsi di formazione mediatori	Ecocerved, Ministero Ambiente, Associazioni di Categoria	Iniziative di sensibilizzazione alla responsabilità ambientale Seminari formativi ed informativi sul SISTRI

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 in collaborazione con diversi soggetti: in primo luogo il Centro estero Umbria e le associazioni di categoria ma anche gli organismi del sistema camerale e quelli di carattere nazionale.

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 un ruolo pivotale nel nuovo Centro Estero Umbria. Tuttavia l'ente camerale, almeno nella prima fase di avvio delle attività del CEU, ritiene di continuare a sostenere in prima persona l'apertura delle proprie imprese all'estero.

Nel 2011 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.

2. Internazionalizzazione					
Asse Strategico	Programmi di Intervento	Benefici Attesi	Azioni	Soggetti Esterni Coinvolti	
2.1 Supporto all'internazionalizzazione	Migliorare e rendere più efficaci le strategie di internazionalizzazione e	Incrementare la partecipazione del sistema produttivo alle iniziative e ai servizi di promozione per l'accesso a nuovi mercati in un'ottica di consolidamento del grado di internazionalizzazione del sistema economico provinciale	Attività coorganizzate con il sistema camerale	Ice, Unioncamere, Camere di Commercio Italiane all'estero, altre CCIAA Italiane, Associazioni di Categoria, Comune di Terni, GAL	
	Sviluppare i servizi di assistenza alle imprese tramite il potenziamento dei servizi formativi-informativi		Partecipazione e organizzazione eventi		Associazioni di Categoria, Esperti
			Incentivare la partecipazione a manifestazioni fieristiche di riconosciuta importanza a livello internazionale		
			Prosecuzione Terni International Meeting Seminari Paese Tematica Internazionali		
			Bando per contributi alle imprese per partecipazioni a fiere	Associazioni categoria, imprese	

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 2011 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 sarà strategico, unitamente agli altri attori istituzionali deputati alla governance del settore turistico provinciale, riflettere su strumenti quali il Sistema Turistico Locale e il DITT - Distretto Integrato Turistico della Provincia di Terni.

Al riguardo appare fondamentale la collaborazione con la Regione Umbria e la Camera di commercio di Perugia per individuare azioni congiunte di promozione del territorio nell'ambito del Protocollo d'Intesa sottoscritto a tale scopo.

2. Sviluppare la capacità di accoglienza del territorio

Nel 2011 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. Si comincerà a coinvolgere gli operatori in percorsi di presa di consapevolezza della qualità come fattore vincente in un mercato altamente competitivo

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. Si ritiene strategico cogliere ogni occasione per proporre le produzioni legate al territorio come modo per veicolare l'unicità e la qualità delle stesse.

Vanno ricercate quelle formulazioni in stretto raccordo con le associazioni di categoria e di carattere trasversale ai diversi settori, per proporre l'intero sistema produttivo della provincia di Terni. E' il sistema integrato locale che deve assumere un ruolo da protagonista nella competizione economica globale: è il territorio, inteso appunto come sistema, e non più i singoli soggetti, a porsi in competizione sul mercato internazionale e a confrontarsi con altre realtà.

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.

La Camera di commercio intende avviare percorsi di sensibilizzazione sul tema delle reti d'impresa e azioni promozionali in collaborazione con Unioncamere nazionale, nella consapevolezza che forme d'aggregazione fra imprese sono strumenti vincenti in grado di incrementare la competitività di un sistema di microimprese.

L'obiettivo che la Camera si propone è quello di creare le condizioni perché si crei e si rafforzi il tessuto relazionale che lega le imprese, in particolare quelle della stessa filiera, operanti nel territorio supportando operazioni di aggregazione sia di tipo orizzontale che di tipo verticale attraverso iniziative pilota che raccogliendo buoni risultati siano di stimolo per altri operatori.

3. Marketing territoriale					
Asse Strategico	Obiettivi/Programmi Strategici	Programmi di intervento	Benefici Attesi	Azioni	Soggetti Esterni Coinvolti
3.1 Sviluppare rapporti di collaborazione ed aggregazione turistica	Sviluppare sinergie con enti e associazioni che si occupano di valorizzazione territoriale e prodotti tipici		Maggiore incisività nella promozione del territorio e delle produzioni tipiche	Associazione strada vini etrusco romana	Associazione strada vini etrusco romana - Ass. Macchine Agricole Montecastrilli - Ass. GAL Ternano - Expo Labor - Associazione strada dell'olio dop Umbria - DIT - Gal trasmemo orvietano - Fondazione Casagrande - Ercole olivario
				Ass. Macchine Agricole Montecastrilli	
Ass. GAL ternano					
Expo Labor					
Associazione strada dell'olio extravergine dop Umbria					
DIT - Contributo fondo consortile					
Gal trasmemo-orvietano					
Fondazione Casagrande					
Ercole olivario					
3.2 Sviluppare la capacità di accoglienza del territorio	Valorizzare e diversificare l'offerta ricettiva attraverso l'attivazione di politiche della Qualità e sistemi di certificazione e di interventi formativi per le imprese turistiche	Valorizzare le tipicità locali attraverso la rivitalizzazione di borghi in fase di declino dal punto di vista residenziale, commerciale e turistico	Sviluppo di una qualità dell'accoglienza Incremento della visibilità, dell'attrattività del territorio provinciale e maggiore apertura del territorio in termini di flussi di persone, di beni, servizi e conoscenze	Certinomia di premiazione Marchio di Qualità	
				Realizzazione di indagini per ideare percorsi formativi in base alle esigenze del territorio, realizzazione di due calendari di eventi stagionali	
				Realizzazione di seminari formativi per le imprese turistiche	
				Progetto Borghi	
				Conclusioni progetto Destination Card	
Premio Giornalistico Raccontami Umbria					
3.3 Sviluppare e valorizzare le produzioni locali	Realizzazione di iniziative di promozione del territorio e dei settori tradizionali	Altre iniziative di marketing territoriale	Sviluppo di una rete di impresa	Iniziative da definire in collaborazione con altri soggetti	Associazioni di categorie, enti associativi, ecc..
				Accordo (2010-2012) Unione Regione Umbria su turismo	Unioncamere Umbria, Regione Umbria,
3.4 Costruire percorsi per facilitare le aggregazioni tra le imprese	Verifica delle condizioni per la costituzione di distretti urbani, settoriali, forme di aggregazione per filiera			Iniziative per la sensibilizzazione alle reti d'impresa	Associazione di categoria, Unioncamere Nazionale, Retimpresa

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 2011, 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. Il ruolo dell'ente camerale potrà essere quello di stimolare la riflessione politica a partire da basi conoscitive solide, fondate su dati oggettivi in relazione agli studi di traffico, ai costi di realizzazione, ai flussi di cassa previsti per la gestione delle infrastrutture, favorendo un sereno confronto istituzionale.

1. Miglioramento della mobilità di cittadini ed imprese

Proseguirà nel 2011 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.

Asse Strategico	4. Infrastrutture			
Obiettivi/Programmi Strategici	Programmi di Intervento	Benefici Attesi	Azioni	Soggetti Esterni Coinvolti
4.1 Miglioramento della mobilità di cittadini e imprese	Indagine conoscitiva sulle ricadute di un'eventuale realizzazione di nuove Infrastrutture sul territorio	Creazione di un dibattito pubblico sul territorio sull'impatto della realizzazione delle infrastrutture sul territorio	Analisi delle prospettive di miglioramento delle infrastrutture dell'Umbria meridionale	Esperti del settore viario Associazioni di Categoria, Enti Pubblici (Provincia e Comuni)

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 2011, 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 concluderà 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. L'entrata in vigore nel 2011 del D. Lgs 28/2010 imporrà anche una rilevante attività formativa per i professionisti, ed informativa ai consumatori nonché un significativo sforzo gestionale per il novero ampio di materie in cui la conciliazione diventa obbligatoria. Si prevede pertanto di intensificare la collaborazione con gli ordini professionali e le associazioni, con l'obiettivo principale la promozione della conoscenza e dell'utilizzo dello strumento conciliativo.

3. Vigilare "per" il mercato

Su questo fronte la Camera di Commercio, mettendo "a valore" le proprie competenze, intende assumere un ruolo di facilitatore per la comprensione del quadro normativo attraverso interventi di informazione e

formazione diretti alle imprese e ai consumatori, con un'azione intensa dunque sulla "leva preventiva". Saranno quindi avviate campagne per aiutare le imprese a informare i consumatori e, parallelamente, rafforzati i controlli per verificare la conformità e la sicurezza dei prodotti immessi sul mercato (giocattoli e prodotti elettrici in particolare) e la completezza delle informazioni fornite al consumatore al momento della vendita dei beni (tessili, occhialeria, ecc...).

Proseguiranno le ispezioni presso commercianti, distributori, produttori e saranno effettuati prelievi di prodotti da sottoporre a accertamenti tecnici presso laboratori accreditati, in attuazione del protocollo d'intesa Unioncamere-MISE sulle attività di vigilanza e controllo sottoscritto il 26 giugno 2009.

Nel campo metrologico saranno valutate le possibili azioni di coordinamento delle attività a livello sovraprovinciale, secondo l'obbligo posto dal D. Lgs 23/2010 dello svolgimento di funzioni in forma associata: l'obiettivo è quello di realizzare contestualmente economie di scala ed economie di scopo nell'ambito delle azioni di vigilanza affidate agli Enti camerali nel settore metrologico. La Camera sarà inoltre impegnata nelle attività amministrative relative ai metalli preziosi, al rilascio delle carte tachigrafiche e agli interventi nei concorsi a premio.

5. Regolazione e sviluppo dei mercati					
Asse Strategico	Obiettivi/Programmi Strategici	Programmi di Intervento	Benefici Attesi	Azioni	Soggetti Esterni Coinvolti
5.1 Informare e rendere trasparenti i mercati	Revisione Raccolta Usi	Stimolare lo sviluppo di condizioni contrattuali condivise	Stimolare lo sviluppo di condizioni contrattuali condivise Garantire maggiore trasparenza dei prezzi e delle tariffe e maggiore tempestività dei dati Educazione al consumo critico dei cittadini	Conclusione della revisione della propria raccolta	Associazioni di categoria, Commissione Provinciale per la revisione degli Usi, Associazione dei consumatori, Ordini professionali
		Accrescere la trasparenza del mercato, anche attraverso la rilevazione dei prezzi		Rielaborare e sistematizzare il sistema di rilevazione dei prezzi in modo da poter offrire dati significativi e leggibili in tempi brevi Realizzazione di pagine web con ingressi differenziati	
		Accrescimento della consapevolezza dei consumatori		Vademecum tematico	
5.2 Risolvere con efficacia i conflitti	Promuovere la conoscenza e l'utilizzo dello strumento conciliativo	Diventare riferimento principale in tema di risoluzione delle controversie	Incrementare i controlli per la verifica della conformità e della sicurezza dei prodotti immessi sul mercato	Attività di sensibilizzazione sul tema della conciliazione Realizzazione corso per conciliatori	Rete camere, ISDACL, Associazioni di categoria, Ordini professionali
		Diffondere la cultura della conciliazione e la conoscenza del servizio offerto dalle Camere di commercio quale strumento migliore per risolvere alcune controversie che possono nascere tra imprese e tra imprese e consumatori.		Attivare accordi con altre CCIAA per la realizzazione di attività congiunte	
5.3 Vigilare "per" il mercato	Rafforzare le attività di vigilanza e controllo del mercato e tutela dei consumatori	Potenziare il servizio anche per il tramite di convenzioni con la rete camerale per lo sviluppo delle forme di conciliazione e arbitrato		Attivare convenzioni con uffici preposti al controllo per attività di controllo congiunte Realizzazione del piano settoriale di controlli condiviso con Unioncamere Nazionale e il Ministero dello Sviluppo Economico	Uffici esterni preposti alle attività di controllo, rete camerale, imprese

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 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

Dopo il debole avvio sperimentale nel 2008, grazie all'avvenuto completamento del relativo quadro normativo nel secondo semestre 2009, la Comunicazione Unica ha visto il definitivo avvio ad aprile 2010 con le proprie innegabili potenzialità di semplificazione in favore delle imprese.

A distanza di alcuni mesi però si può affermare che il sistema necessita ancora di sviluppo, semplificazione operativa ma soprattutto di assimilazione da parte degli utenti.

Si riproporrà quindi un set di iniziative per favorire il passaggio al nuovo sistema e l'assimilazione del cambiamento da parte dell'utenza, assicurando assistenza tecnica e formazione ai "grandi utenti" (professionisti, intermediari, associazioni di categoria) e, con il coinvolgimento degli stessi, alle imprese. Nel quadro della Comunicazione Unica si continuerà nell'implementare i meccanismi di coordinamento tra il procedimento di iscrizione all'Albo delle imprese artigiane e il Registro delle imprese.

La Camera di Commercio sarà inoltre impegnata nell'attuazione della normativa per la c.d. "impresa in un giorno" (L. n. 133 del 6 agosto 2008, di conversione del D.L. n. 112/2008), contribuendo proattivamente all'operatività e all'efficacia degli strumenti che verranno definiti nell'ambito dei regolamenti di riordino degli sportelli unici. Il nuovo Sportello Unico per le Attività Produttive (S.U.A.P.) sarà una struttura destinata a assumere connotazioni di accentuata informatizzazione e integrazione con il sistema della Comunicazione Unica, con ricadute positive a vantaggio del sistema delle imprese in termini di accelerazione degli iter procedurali e di maggior coordinamento tra pubbliche amministrazioni. E' dunque previsto l'impegno dell'intero sistema camerale, in particolare attraverso la messa a disposizione delle infrastrutture telematiche e del *know-how* in materia di gestione di procedimenti "digitalizzati", a fianco dei Comuni.

La Camera sarà inoltre chiamata a esercitare funzioni di accreditamento e vigilanza nei confronti delle Agenzie per le Imprese: nuovi attori privati, incubatori di procedimenti amministrativi a 360°, che

attesteranno la sussistenza dei requisiti normativi per la realizzazione, la trasformazione, il trasferimento e la cessazione delle attività, a supporto degli Sportelli Unici.

L'Ente ha quindi la reale opportunità di giocare il ruolo di capofila nella gestione dei flussi di comunicazione, posizionandosi quale referente principale per le imprese nei rapporti con la pubblica amministrazione.

L'intero impianto normativo di semplificazione procedurale e intensificazione dei canali telematici si appoggia sul necessario coinvolgimento dei partner naturali che già oggi affiancano le imprese nell'assolvimento degli adempimenti: associazioni di categoria e professionisti saranno chiamati a assistere le imprese nell'utilizzo, ora in forma esclusiva, dei nuovi canali di comunicazione e nel coordinamento delle comunicazioni indirizzate alle differenti amministrazioni.

Dalla presenza di incoerenze e/o dichiarazioni/comunicazioni "uniche" formulate senza sufficiente expertise consulenziale potrebbero difatti emergere situazioni non conformi alle normative di presidio delle differenti amministrazioni, con le conseguenze del caso. Le associazioni di categoria saranno inoltre tra i protagonisti principali nel candidare proprie strutture al nuovo ruolo di Agenzie per le imprese.

Nello svolgimento delle funzioni anagrafico-certificative, si conferma prioritaria la tensione continua a comprimere i tempi di lavorazione e non solo a garantire gli standard normativi, senza compromettere la qualità e l'affidabilità dei dati iscritti o gravare sui costi per l'utenza.

Oltre a una maggiore informatizzazione della fase istruttoria e al ricorso a soluzioni organizzative (*outsourcing*), si implementeranno applicazioni di automazione "intelligente", con verifiche preliminari il più a monte possibile, lasciando che il software effettui già in fase di inserimento dati da parte dell'utente i controlli che meno richiedono l'intervento dell'*expertise* giuridica dell'operatore.

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).

Per la piena riuscita della Comunicazione Unica è stato e 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.).

Nel 2011 si prevede di diffondere presso utenti istituzionali e forze dell'ordine, particolari applicativi resi disponibili da InfoCamere per l'interrogazione visuale del Registro Imprese e il monitoraggio di variazioni aziendali. Tali applicativi risultano quanto mai interessanti per le politiche di prevenzione e lotta all'economia criminale.

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

Nel 2011 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 2010 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. Lo sviluppo del sistema CRM sarà prioritario e rappresenta un supporto fondamentale in quest'ottica di informazioni utili offerte nel momento in cui servono.

Anche sul piano gestionale interno, con il supporto dei *partner* tecnologici (Infocamere in particolare), si implementeranno applicazioni in grado di fornire informazioni a 360° gradi ovvero "navigabili" sulle singole componenti del sistema imprenditoriale e sul sistema di relazioni tra le medesime e l'ente camerale.

6. E- Government e informazione economica					
Asse Strategico	Programmi di intervento	Benefici Attesi	Azioni	Soggetti Esterni Coinvolti	
Obiettivi/Programmi Strategici	6.1 Migliorare l'efficienza delle procedure interne attraverso un maggior utilizzo delle tecnologie informatiche	Semplificare e velocizzare le procedure interne	Introduzione di sistemi informativi per la dematerializzazione dell'Ente (Progetto digitalizzazione documenti -Protocollo informatico- XAC.)	Associazioni di categoria, Imprese	
		Maggior controllo e riduzione dei tempi delle procedure, sia interne che esterne	Diffusione della capacità degli uffici di procedere autonomamente nella protocollazione dei propri atti		
6.2 Migliorare l'interazione con l'utenza sviluppando nuovi canali di accesso/erogazione servizi	Sportelli unici integrati, "Impresa in un giorno"	Progressiva dematerializzazione dell'Ente	Verificare e impostare le condizioni per l'attivazione del SUAP. Valutazione periodica dell'andamento dell'attività del Servizio Registro Imprese a seguito dell'avvio di COMUNICA	Comuni, Amministrazioni pubbliche, Ordini professionali, Associazioni di categoria, Imprese	
		Rispetto degli standard di lavorazione delle pratiche; Ottimizzazione dell'efficienza servizi anagrafico-certificativi; Migliore accessibilità ai servizi camerati in particolare ai servizi anagrafico-certificativi; Aumento delle modalità di erogazione dei servizi	Ampliare l'utilizzo di Starweb estendendolo anche agli atti societari		
6.3 Migliorare la qualità delle anagrafiche camerati	Promuovere l'integrazione telematica tra il registro delle imprese e l'albo artigiani	Valorizzazione dell'attività svolta tramite una più capillare diffusione presso l'utenza dei servizi erogati dalla Camera	Realizzazione di iniziative formative su Comunica		
		Garantire la correttezza e l'affidabilità delle informazioni anagrafiche contenute negli archivi e registri camerati	Pulizia banche dati RI e riordino archivio cartaceo Albo Artigiani		
6.4 La Camera di Commercio come punto di riferimento per l'informazione e l'analisi economica	Valorizzare e diffondere l'informazione economico-statistica: consolidare e arricchire le attività di rilevazione, indagine e ricerca a supporto della conoscenza ed interpretazione dell'economia locale	Accresciuto riconoscimento del ruolo istituzionale dell'Ente camerale nell'informazione economica	Realizzazione della rivista trimestrale Camera di Commercio News	Associazioni di categoria Istituzioni pubbliche Professionisti Unioncamere Umbria e Imprese	
		Miglioramento (frequenza, periodicità, settori, temi) dell'offerta di informazione economica	Realizzazione Giornata dell'Economia		
6.4 La Camera di Commercio come punto di riferimento per l'informazione e l'analisi economica	Potenziamento della comunicazione esterna	Diffusione più capillare dell'informazione economica	Indagini sul Mercato del lavoro (Smail, Excelsior)		
		Potenziamento della diffusione delle informazioni in una pubblicazione annuale	Rapporto di fine anno		
6.4 La Camera di Commercio come punto di riferimento per l'informazione e l'analisi economica	Potenziamento della comunicazione esterna	Diffusione più capillare dell'informazione economica	Campagne di informazione su specifici temi e servizi camerati. Realizzazione di studi e analisi su particolari fenomeni (sofferenze dell'economia femminile, dell'economia straniera). Sistematizzazione delle informazioni in una pubblicazione annuale		
		Potenziamento della diffusione delle informazioni economico statistiche attraverso il potenziamento del sito camerale	Revisione sito camerale		
6.4 La Camera di Commercio come punto di riferimento per l'informazione e l'analisi economica	Potenziamento della comunicazione esterna	Migliorare il livello di conoscenza dei servizi camerati	Rassegna stampa on-line	Associazioni di categoria Istituzioni pubbliche Professionisti Unioncamere Umbria e Imprese	
		Costruire strumenti in grado di facilitare la comunicazione "mirata" al pubblico	CRM (Customer Relationship Management) - Sistema di gestione della relazione con il cliente; fornisce uno strumento ed un metodo per migliorare l'esperienza del cliente per fidelizzarlo		

Piano degli investimenti

In considerazione delle condizioni generali di contesto riguardanti l'andamento economico del sistema produttivo locale, l'impegno dell'ente nel 2011 sarà orientato prioritariamente a proporre misure di sostegno al mondo delle imprese, limitando pertanto gli investimenti sul patrimonio agli interventi di stretta necessità, miranti alla conservazione della funzionalità degli immobili e al mantenimento degli standard di sicurezza per le varie tipologie di utilizzatori (dipendenti e utenti camerale).

Pertanto le 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 avverranno dopo avere attentamente vagliato l'opportunità e la necessità degli interventi da effettuare alla luce delle considerazioni di cui sopra.

Le iniziative che potranno essere promosse nel corso dell'anno 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 camerale.

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 degli immobili, da individuarsi di volta in volta, al manifestarsi delle esigenze.

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 camerale 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 camerale, 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, e il graduale rinnovo delle attrezzature informatiche.

Questi interventi vengono riassunti, insieme ad iniziative che mirano a migliorare l'organizzazione del personale la diffusione dei valori e il clima interno, in un prospetto di seguito riportato.

Linee Trasversali				
Asse Strategico	Programmi di intervento	Benefici Attesi	Azioni	Soggetti Esterni Coinvolti
Obiettivi/Programmi Strategici	Programmi di intervento	Benefici Attesi	Azioni	Soggetti Esterni Coinvolti
Sviluppare il Processo di Pianificazione e Controllo	Riorganizzare il processo di programmazione e controllo delle attività dell'Ente attraverso la creazione di una sequenza logica ed operativa tra programmazione strategica, programmazione operativa, monitoraggio e definizione degli obiettivi di servizio e di Ente	Razionalizzazione dell'intero processo di programmazione delle attività dell'ente in un'ottica di ottimizzazione della produttività del lavoro pubblico e di efficienza e trasparenza delle PA. Implementazione di sistemi di monitoraggio del budget direzionale in termini di obiettivi e gestione economico-finanziaria. Attivazione di un sistema di monitoraggio dell'efficacia dell'azione camerale, in linea con il dettato normativo.	Definizione di un Sistema di Programmazione e Controllo Operativo Realizzazione di un Sistema di Reporting strategico e operativo	Soggetti del sistema camerale (Unioncamere Toscana, Unioncamere, ecc.)
Promuovere il benessere organizzativo e la formazione delle risorse umane	Promuovere la valorizzazione e formazione continua del personale Valorizzazione dell'identità d'appartenenza e benessere organizzativo	Migliorare il clima interno Sviluppare competenza manageriale e organizzative Maggior senso di appartenenza del personale all'organizzazione camerale	Acquisizione della Patente Europea da parte del personale camerale Realizzazione di indagini di clima interno Iniziative di condivisione dei valori camerale tra il personale Momenti istituzionalizzati di confronto sui cambiamenti in atto e sull'andamento dell'Ente	Enti di formazione Soggetti del sistema camerale
Migliorare l'accessibilità fisica dell'Ente	Realizzare la riorganizzazione e logistica degli Uffici Camerali	Ottimizzazione dell'efficienza servizi anagrafico-certificativi Migliore accessibilità ai servizi camerali		Fornitori Soggetti del sistema camerale

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).

Nella riflessione sulle risorse da destinare all'attuazione delle azioni evidenziate nel presente documento occorre considerare che nell'anno giungeranno al loro naturale compimento alcuni progetti che sono iniziati nel corso del 2010 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 newsletter, 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 2011 altre nuove delle quali il presente documento illustra le priorità.

L'impegno dell'ente, orientato prioritariamente a proporre misure di sostegno al mondo delle imprese in considerazione delle condizioni generali di contesto riguardanti l'andamento economico del sistema produttivo locale, vedrà pertanto nel 2011 un utilizzo significativo dell'avanzo patrimonializzato, giustificato dall'esigenza di supportare il sistema economico locale in un particolare momento di crisi.

Una siffatta situazione non può che essere considerata straordinaria.

Dal punto di vista delle entrate inoltre, nonostante la sostanziale tenuta delle entrate nel 2010, l'introito del diritto annuale, a causa dell'andamento negativo dei fatturati delle imprese, potrebbe far rilevare una diminuzione negli importi dovuti e un tasso di riscossione inferiore agli anni precedenti.

A fronte di tali considerazioni si può ipotizzare la destinazione di circa 1,8 milioni di euro alla realizzazione di interventi promozionali per l'anno 2011.

Risorse umane e strumentali

L'ente può contare su un 38 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.