



Camera di Commercio
Terni

Relazione previsionale e programmatica **2012**

Approvato con deliberazione del Consiglio camerale n. 12 del
27.10.2011

Relazione previsionale e programmatica 2012

Introduzione	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.....	29
Quadro delle risorse	30

INTRODUZIONE

La relazione previsionale e programmatica (RPP) è il documento di indirizzo strategico per l'anno che si sta pianificando: deriva direttamente dal documento di programmazione pluriennale 2009 – 2014 del quale rappresenta l'**aggiornamento** ed è propedeutica alla predisposizione del preventivo e del budget direzionale. Trattandosi di un documento che cerca di coniugare la visione a medio/ lungo termine del programma pluriennale con la visione a breve termine dell'esercizio annuale di riferimento è importante contestualizzare la RPP rispetto alle specificità del momento sia per quanto riguarda le condizioni di scenario sulla base delle quali era stato costruito il programma pluriennale sia per quanto riguarda l'andamento degli obiettivi strategici.

La stesura di questa relazione ha pertanto seguito la seguente impostazione:

- aggiornamento del **contesto economico-produttivo** per rapportare quanto più possibile i programmi che l'Ente camerale intende attuare nel 2012 alle caratteristiche ed ai possibili sviluppi dell'economia locale ed al sistema delle relazioni con gli organismi pubblici e privati operanti sul territorio;
- sintesi dello **stato di attuazione del programma** di mandato e del grado di raggiungimento dei relativi obiettivi generali previsti nel programma pluriennale necessari per valutare l'efficacia dell'azione politica, la validità delle scelte effettuate fino a quel momento e l'opportunità di introdurre eventuali cambiamenti;
- definizione per ciascun ambito strategico delle **priorità dell'azione camerale**, dei relativi risultati attesi per l'esercizio 2012 e dei benefici previsti.

Il contesto di riferimento

Nel secondo trimestre 2011 si assiste a un rallentamento della ripresa economica mondiale accompagnata da un aumento del rischio di una revisione verso il basso delle stime sulla crescita globale prevista. La ripresa, avviatasi a fine 2009 e proseguita per tutto il 2010, mostra progressivi segni di decelerazione nei primi otto mesi del 2011. L'origine di tale incertezza va, principalmente, ricercata sui mercati finanziari che, rimasti tranquilli nella prima parte dell'anno, hanno presentato una volatilità crescente a partire da fine maggio. Ciò è dipeso anche all'evoluzione del debito sovrano in alcuni paesi dell'area dell'euro, unitamente alle difficoltà economiche degli Stati Uniti. L'uscita dal tunnel della crisi, dunque, si prospetta più lunga e difficile del previsto. Oggi il problema di individuare tempestivamente misure efficaci a contenere il debito pubblico, da una parte, alimenta instabilità sui mercati finanziari, suscitando negli operatori economici sentimenti d'incertezza, mentre dall'altra impone misure di politica restrittiva che rischiano di innescare tensioni sociali.

Questa dinamica viene registrata anche dai dati statistici a nostra disposizione, aggiornati nella maggior parte dei casi a fine 2010 e ove possibile al primo semestre 2011.

Il quadro internazionale

Nell'ultimo scorcio del 2010 il ciclo economico mondiale non ha perso slancio, pur mantenendo un carattere duale. Da una parte alcuni Paesi emergenti, Cina ed India in testa (+9,8% e +8,9%, rispettivamente, la crescita tendenziale del PIL nel quarto trimestre), hanno confermato un ritmo di espansione molto sostenuto; dall'altra i Paesi avanzati, che stanno recuperando con più fatica i livelli pre-crisi, a parte poche eccezioni (come Stati Uniti e Germania, più brillanti della media OECD).

Nel 2010, infatti, i Paesi OECD dovrebbero aver acquisito una crescita di circa il 2,9%, sebbene nel IV trimestre economie rilevanti come quella giapponese e quella britannica abbiano fatto registrare performance congiunturali negative, ridimensionando le possibilità di recupero su base annua. Tuttavia, le previsioni sembrano convergere verso un irrobustimento della crescita globale a partire dai primi mesi del 2011. Sia l'indice anticipatore OECD, sia il PMI globale (Markit) sono in fase ascendente: quest'ultimo a gennaio ha fatto registrare il picco dal 2006, sostenuto da manifatturiero e servizi, ma anche da trend espansivi nelle economie avanzate. A questa spinta propulsiva si stanno però associando tensioni inflazionistiche, legate principalmente ai rincari delle materie prime energetiche e agricole.

L'outlook positivo per l'economia mondiale potrà fornire uno stimolo per le prospettive dell'Area euro (+1,6% la stima della Commissione Ue per il 2011). Un apporto sostanziale alla crescita verrà, dunque, dalla domanda estera (già nel IV trimestre del 2010 la Germania ha visto ulteriormente espandersi il proprio surplus commerciale, superando quello cinese), ma anche la domanda interna potrà beneficiarne, principalmente tramite il canale degli investimenti in macchinari e impianti. Restano, invece, incerte le prospettive per gli investimenti in costruzioni, un settore ancora in fase di stabilizzazione dopo la bolla degli anni scorsi. Pur rimanendo poco dinamici, i consumi privati potrebbero essere meno deboli nell'anno in corso, grazie al mercato del lavoro in lieve ripresa e a migliori condizioni del credito al consumo; resta tuttavia l'incertezza legata agli effetti sul reddito di un aumento dell'inflazione.

Il quadro nazionale

Nonostante il significativo recupero rispetto al 2009, il PIL italiano nel 2010 è cresciuto meno dell'Area euro (+1,3% contro +1,7%). Una politica economica attenta al contenimento dei costi (-0,6% la variazione della spesa della PA) ha fornito un apporto negativo alla componente dei consumi nazionali, che tuttavia concorre per lo 0,5% alla dinamica complessiva del PIL. Positivo anche il contributo degli investimenti fissi lordi (0,5%) e quello del ciclo delle scorte (0,7%). Nonostante i valori esportati siano cresciuti del 9,1%, la componente estera netta ha avuto un impatto negativo sul PIL (-0,4%), per un'ancora più sostenuta dinamica delle importazioni.

Rispetto ai valori medi tendenziali dell'Area euro, in Italia rimane più contenuto il tasso di disoccupazione (8,6% contro 9,9%, a gennaio 2011), mentre sono allineati i tassi d'inflazione (2,4%, a febbraio 2011).

Se nell'ultimo trimestre del 2010, produzione, fatturato e ordinativi dei settori manifatturieri mostrano incrementi tendenziali di poco superiori al 3%, la vera spinta (+5%) è giunta dai mercati esteri. Sono state le imprese medio-grandi, quelle del Nord e le industrie dei metalli e dell'elettronica a saper meglio cogliere le opportunità di crescita offerte dalla ripresa internazionale. Anche per le imprese distrettuali il 2010 fa registrare un ritorno in positivo sia del fatturato sia dell'export (rispettivamente +15 e +18 i saldi tra dichiarazioni di aumento e riduzione).

Ancora negativa la performance del commercio (-1,9%), particolarmente penalizzata dalle piccole imprese; solo gli ipermercati riescono ad andare in controtendenza. Per gli altri servizi il 2010 si conclude in lievissima crescita (+0,1% tendenziale). Il risultato è assicurato dall'andamento delle imprese di dimensioni maggiori operanti nella logistica e nell'Ict.

Nei settori manifatturieri il 2011 si apre all'insegna del consolidamento dei risultati conseguiti a fine 2010: quasi un terzo delle imprese si attendono, infatti, una sostanziale stabilità di produzione e fatturato. Più ottimistiche le previsioni sugli ordinativi esteri, trainate dalla filiera metalmeccanica. Anche per le imprese distrettuali, le opportunità migliori si presenteranno sui mercati esteri.

Tra le imprese dei servizi, quelle di dimensioni maggiori hanno migliori aspettative per i primi mesi del 2011 rispetto a quelle con meno di 50 dipendenti (+16 contro -5 i saldi): tra queste ultime, solo per quelle dell'Ict le previsioni di accrescere il volume di affari superano quelle di una sua riduzione. Nel commercio le attese sono più orientate al pessimismo, principalmente a causa dell'atteggiamento degli operatori più piccoli (-19 il saldo).

IL BILANCIO DEMOGRAFICO DELLE IMPRESE

L'avvenuta inversione del ciclo economico, dopo la caduta del 2009, è attestata anche dall'andamento della nati-mortalità delle imprese italiane. Nel 2010, infatti, al ritorno delle iscrizioni al livello pre-crisi (410.736) si è associata una netta contrazione delle cessazioni (-8,1% rispetto al 2009), cosicché il tasso di crescita del fenomeno imprenditoriale si è riportato sui livelli dei 2006 (1,2% contro 0,3% del 2009).

Con oltre 3,3 milioni di unità, le ditte individuali continuano a rappresentare la componente più consistente del tessuto imprenditoriale nazionale e nel 2010 riprendono a crescere (+13mila il saldo). Ma sono le società di capitali a guidare la dinamica evolutiva in termini di saldi (circa il 70% del saldo complessivo è da attribuire a tale forma giuridica). Una sensibile crescita (+2,35%) si registra anche per le altre forme societarie (consorzi e cooperative).

Non ancora definitivamente uscite dal guado, invece, le imprese artigiane, che non riescono a riportarsi in terreno positivo: la loro numerosità si contrae per il secondo anno consecutivo, ma ad un tasso decisamente più contenuto.

In oltre la metà dei casi, la fiducia nelle proprie competenze, la conoscenza del mercato e la volontà di affermazione personale determinano la scelta di diventare imprenditori. Mentre le difficoltà occupazionali sono lo stimolo che spiega un ulteriore quarto del fenomeno.

Il quadro locale

Le problematiche registrate sia a livello internazionale che nazionale si ripercuotono inevitabilmente anche a livello territoriale nella provincia di Terni. In tale contesto, alle criticità di ordine generale, si aggiungono anche le difficoltà congiunturali in diversi settori cardine, come la siderurgia e la chimica, che da sempre contraddistinguono l'economia del territorio.

I riflessi più evidenti sono innanzitutto il rallentamento del il ritmo di crescita del numero delle imprese attive in provincia di Terni, al punto che negli ultimi tre anni il valore si è sempre dimezzato rispetto all'anno precedente (+1,2% per il 2008, +0,6% per il 2009 +0,3% per il 2010). Se tale trend non subirà un'inversione di tendenza è realistico prevedere, per l'anno in corso, una prospettiva di riduzione delle aziende attive nel territorio.

Così anche l'indice di diffusione imprenditoriale (numero di imprese per 100 abitanti) nel 2010 resta ancora "inchiodato" all'8,3 che si era registrato nel 2008.

Si conferma dunque anche per il 2010 la maggiore difficoltà rispetto al passato di intraprendere una nuova attività imprenditoriale che scaturisce da una stasi della dinamica economica dovuta, almeno in parte, al consistente tasso di disoccupazione e alla conseguente flessione della capacità di spesa e dei consumi.

Continua il processo di terziarizzazione dell'economia del territorio provinciale. Il settore dei servizi, in termini di unità imprenditoriali, rappresenta infatti di gran lunga il più rappresentativo del tessuto imprenditoriale seguito dal comparto agricolo. Il 56% delle imprese attive opera nel terziario (commercio ed altri servizi). La struttura imprenditoriale locale si evolve così verso un sistema alternativo che sembra puntare sul comparto del terziario, anche se rimane forte l'incidenza dei settori tradizionali come quello dell'industria siderurgica e chimica.

L'imprenditorialità femminile in provincia di Terni, anche nel corso del 2010, si è dimostrata decisamente vivace visto che il relativo tasso supera di quattro punti la media nazionale raggiungendo quota 28,1% sul totale delle imprese.

Seppure progressivamente aumentata nel corso degli ultimi anni, l'incidenza degli imprenditori extracomunitari sul totale in provincia di Terni (3,3%), rimane su valori inferiori rispetto alla media regionale (4,0%) e nazionale (4,6%). La presenza dell'imprenditoria etnica è maggiore nei settori del commercio e delle costruzioni.

Relativamente al mercato estero, nel corso del 2010, in provincia di Terni, si è registrato, rispetto all'anno precedente, un incremento dell'import (+70,6%) e dell'export (+28,8%) superiore sia alla media nazionale (+22,6% l'import e +15,7% l'export) che regionale (+43,7% l'import e +19,0% l'export). Anche se il miglioramento di tali indicatori sul livello del commercio internazionale è legato in misura prevalente alla congiuntura dei mercati di interesse delle grande impresa siderurgica e chimica, gli effetti di una simile

evoluzione si ripercuotono positivamente sull'intero contesto imprenditoriale della provincia ancora fortemente ancorato a tali comparti.

Sul fronte del mercato del lavoro, il tasso di occupazione provinciale pari al 60,2% per il 2010 è risultato stazionario rispetto al 2009, mentre si registra una lieve diminuzione del tasso a livello regionale (passato dal 63,0% del 2009 al 62,7% del 2010) e a livello nazionale (dal 57,6% del 2009) al 56,9% del 2010.

Contestualmente, negli ultimi due anni, scende sensibilmente il tasso di disoccupazione (dal 7,1% del 2009 al 5,9% del 2010), dato questo, in controtendenza rispetto al sistema Paese dove si è registrata ad una crescita dal 7,8% del 2009 all'8,4% del 2010.

Il 2011 però, sul fronte occupazionale, non sarà ancora l'anno della ripresa. Le stime previsionali fotografano infatti una debole crescita dello 0,2%, inferiore sia alla media regionale che nazionale. Sarà invece tra il 2012 e il 2013 secondo le stime previsionali elaborate da Unioncamere che si assisterà ad una crescita più consistente del tasso di occupazione che raggiungerà lo 0,5% in linea con il dato umbro e leggermente inferiore al dato nazionale.

Di particolare interesse le stime previsionali sui tassi di crescita del valore aggiunto. A fronte di una preoccupante flessione complessiva del 2009 e del 2010 che aveva raggiunto i 3,2 punti percentuali, sembra registrarsi nell'anno in corso un'inversione di tendenza. Un lento processo di recupero dovrebbe cominciare a manifestarsi dunque nel 2011 (+1%) con uno stop deciso degli impulsi recessivi e un andamento del valore aggiunto che potrebbe tornare decisamente positivo (+1,4%) nei prossimi anni 2112 e 2113.

Lo stato di attuazione del programma pluriennale

Con il programma pluriennale 2009-2014 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 stata data attuazione all'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.

E' stato varato un intervento straordinario per contributi diretti a quelle imprese che attuano operazioni di investimento in beni strumentali mantenendo al contempo i livelli occupazionali.

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.

In campo di innovazione nel 2011 si è cercato di potenziare l'attività di informazione e assistenza in materia di marchi e brevetti, attraverso la realizzazione di uno specifico seminario in collaborazione con Università e Confindustria.

Per sostenere la nascita di nuove idee imprenditoriali, in particolare da parte di giovani, è stato avviato il progetto "Nuove Idee per Nuove Imprese" cofinanziato da Carit SpA e realizzato con la collaborazione dell'Università degli Studi di Perugia – Polo Scientifico Didattico di Terni e di Sviluppumbria.

Particolare attenzione è stata dedicata allo sviluppo delle imprese femminili attraverso la realizzazione di un piano formativo sulle competenze "soft" degli imprenditori e l'avvio de "I pomeriggi al femminile", eventi dedicati alla discussione di tematiche legate al mondo imprenditoriale femminile .

Nel corso dell'anno è stato realizzato anche un percorso di accompagnamento per i consulenti e per le imprese interessate dal momento del "passaggio generazionale" in un'ottica di gestione del momento di transizione cercando di sostenere e garantire la continuità d'impresa.

E' stato svolto con impegno anche il ruolo di raccordo tra sistema delle imprese, scuola e Università, continuando il progetto alternanza scuola lavoro attraverso la formazione per i docenti nonché il percorso "I giovani fanno impresa" dedicato a 60 diplomandi della provincia. Tali attività sono state svolte nell'ambito del Protocollo d'Intesa siglato con la Provincia di Terni e l'Università degli Studi di Perugia – Polo Scientifico Didattico di Terni per la realizzazione di attività in tema do Alternanza Scuola Lavoro.

INTERNAZIONALIZZAZIONE:

Nel 2011 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 che vedesse le azioni dell'ente camerale non sovrapporsi ma anzi creare sinergie con il neo costituito Centro Estero Umbria..

E' continuato proficuamente 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.

Sono proseguite le attività di promozione a favore delle PMI interessate ad avviare o consolidare la propria presenza sui mercati esteri attraverso azioni di scouting, iniziative di incoming e avviando appositi percorsi di internazionalizzazione per affiancare alle imprese tecnici esperti di varie problematiche. Tra le azioni di sostegno, in particolare è stato confermato l'utilizzo degli strumenti finanziari a supporto dell'export per le imprese che partecipano a fiere all'estero, missioni, ricerche

MARKETING TERRITORIALE:

Gli obiettivi di marketing territoriale – promuovere l'area della provincia di Terni, incrementare i flussi turistici, valorizzare e garantire la qualità dei prodotti – sono stati quindi perseguiti attraverso il finanziamento di alcuni eventi realizzati sul territorio e la partecipazione alle iniziative realizzate dal DITT.

Sono state realizzate iniziative di promozione delle produzioni locali nei principali contesti fieristici locali e nazionali; azioni di valorizzazione e tutela della qualità delle produzioni agroalimentari tipiche.

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 concluso il progetto finanziato sul PSR che mira ad offrire un'immagine coordinata e di qualità del territorio e dei suoi prodotti.

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 particolare 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 l'attività di controllo in particolari settori: calzature, tessile, giocattoli, dispositivi elettrici ecc.

Nel 2011 si è conclusa l'attività di revisione degli Usi e Consuetudini, fonte residuale del diritto.

Per quanto riguarda gli interventi camerale 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 è stato iscritto tra gli Organismi di conciliazione, presso il Ministero della Giustizia. Il punto sullo stato di attuazione della nuova disciplina è stato fatto a Todi il 30 settembre in un evento largamente partecipato da avvocati e commercialisti, realizzato congiuntamente alla CCIAA di Perugia.

E.GOVERNMENT E INFORMAZIONE ECONOMICA:

Nell'ambito del programma pluriennale la diffusione dell'e.government e la semplificazione amministrativa costituiscono un prioritario obiettivo strategico che con l'entrata a regime, avvenuta ad aprile 2010 della Comunicazione Unica al Registro delle Imprese con effetto anche ai fini fiscali, assistenziali e previdenziali, ha subito una decisa accelerazione. Per favorire il passaggio al nuovo sistema di trasmissione telematica, ora modalità esclusiva, è stato attivato un set di iniziative per assicurare formazione e assistenza tecnica ai grandi utenti (professionisti, intermediari, associazioni ecc).

Lo sviluppo dei servizi di informazione economica è stato orientato a migliorare le conoscenze e le capacità di analisi degli attori camerale 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 continuate 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**

Lo scenario attuale del sistema economico è caratterizzato da tassi di crescita costanti ma moderati e, se da un lato la situazione dei mercati internazionali è destinata a migliorare (grazie a scambi resi più favorevoli dal deprezzamento dell'euro e dai bassi tassi di interesse) dall'altro lato continua ad essere piuttosto basso il livello di fiducia dei consumatori.

Il perdurare quindi della debolezza dell'economia ed in particolare dei mercati finanziari rende necessaria l'adozione sia di un complesso di interventi e di iniziative di sostegno al credito di immediata e diretta applicazione a favore delle imprese, sia di interventi strutturali di medio periodo che consentano al sistema dei Confidi (interlocutori privilegiati delle PMI) di confermare – e se possibili accrescere – il proprio compito di facilitatori nell'accesso al credito da parte delle piccole imprese, nonché di rafforzare il proprio ruolo di *advisor* delle banche nel processo di classificazione delle imprese e quindi di intermediario qualificato tra il sistema bancario e quello imprenditoriale.

A tal fine è opportuno che l'azione camerale confermi da un lato l'utilizzo di strumenti consolidati che hanno nel tempo evidenziato il gradimento del sistema imprenditoriale locale e proponga, dall'altro, l'individuazione di strumenti più innovativi e mirati alla ripresa degli investimenti con particolare attenzione alle tematiche dell'innovazione e dell'internazionalizzazione.

E' strategico continuare ad individuare nei Confidi lo strumento prioritario di supporto al sistema delle garanzie per le imprese – in modo da assicurare l'ampliamento dell'offerta di finanziamento, la maggiore copertura del rischio e la facilità di accesso al mercato del credito .

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 a continuare 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 2012 si ritiene strategico continuare 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.

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). Pertanto si avvieranno i lavori del neo istituito "laboratorio di economia civile".

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

La Camera di Commercio, consapevole che al crescere dell'incertezza e della flessibilità del mercato del lavoro cresce l'importanza delle attività inerenti la formazione, intende promuovere iniziative volte all'armonizzazione tra domanda e offerta del lavoro. Pertanto, in sinergia con le associazioni locali, la Camera si farà parte attiva per creare occasioni di incontro tra impresa e scuola, nelle forme previste dalla legge (alternanza scuola/lavoro) o con iniziative mirate (es: percorso formativo).

Le azioni e gli interventi che si svilupperanno nel corso del 2012 punteranno quindi a consolidare il legame tra mondo della scuola e mondo del lavoro, con l'obiettivo di conoscere i percorsi professionali dei giovani dopo il diploma, nonché promuovere attività per orientare gli studenti nel passaggio dalla scuola secondaria di primo grado a quella di secondo grado verso percorsi maggiormente rispondenti ai bisogni professionali emergenti.

La formazione risulta in questo ambito 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 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	Strutture Interne Coinvolte
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	<p>Iniziativa a sostegno dei Consorzi fidi</p> <p>Bandi patrimonializzazione</p> <p>Interventi a sostegno del Consorzio difesa produzioni intensive</p> <p>Consorzio per lo sviluppo del polo universitario della provincia di Terni (contabile ordinario)</p> <p>Iniziativa per lo sviluppo del polo universitario della provincia di Terni</p> <p>Fondazione cellule staminali ICSIM</p>	<p>Consorzi Fidi</p> <p>Associazioni di Categoria</p> <p>Consorzio Difesa Produzioni Intensive</p> <p>Consorzio per lo sviluppo del Polo Universitario provincia di Terni</p> <p>Polo Universitario provincia di Terni</p> <p>Fondazione cellule staminali ICSIM</p>	<p>S. Risorse Economiche</p> <p>S. Promozione e sviluppo</p>
		Supporto di iniziative innovative, centri di eccellenza	Apporto di nuovi sistemi di sviluppo e crescita per il territorio	<p>Iniziativa a favore Fondazione cellule staminali ICSIM</p> <p>Quota associativa ICSIM</p> <p>Steelmaster</p>		S. Promozione e sviluppo
		Realizzazione di iniziative di promozione della Green Economy	Miglioramento dell'informazione in materia di risparmio energetico alle imprese Realizzazione delle iniziative tese a diffondere la conoscenza dei vantaggi che lo sviluppo sostenibile offre in termini di apporto di ricchezza e di riduzione del consumo delle risorse	<p>Progetto Energia "Green economy" (momenti formativi all'interno delle scuole per il risparmio energetico, supporto alle imprese, sviluppo di tecnologie avanzate)</p>	Associazione dei consumatori	
1.2. Innovazione tecnica, tecnologica e organizzativa		Sviluppare la capacità di innovazione delle imprese incentivando l'attività brevettuale	Stimolare le imprese locali a potenziare la propria capacità di innovazione in modo da trasformare le idee in brevetti Incremento della brevetazione da parte delle imprese della provincia di Terni	<p>Vademecum informativo sulla brevetazione</p> <p>Premio per le idee brevettuali</p> <p>Progetto Alternanza Scuola Lavoro</p> <p>Attività di formazione e accompagnamento sul tema del Passaggio Generazionale</p>	Associazioni di categoria, università, consumatori ICSIM	S. Tutela del Mercato
		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 Sviluppo di progetti congiunti volti a stimolare l'imprenditoria femminile	<p>Realizzazione di attività formativa sull'imprenditoria femminile</p> <p>Realizzazione momenti di incontro tra le imprese femminili del territorio "Pomerigi al femminile"</p> <p>Progetto nuove idee per nuove imprese</p> <p>Corsi di formazione agenti rappresentanti</p> <p>Corsi di formazione mediatori</p>	<p>Associazioni di categoria</p> <p>Provincia</p> <p>Scuole</p> <p>Aziende pubbliche e private</p> <p>Comitato Imprenditoria femminile</p> <p>Esperti</p>	<p>S. Informazione Economica</p> <p>S. Informazione Economica</p> <p>Segreteria di Presidenza</p> <p>S. Promozione e sviluppo</p> <p>S. Anagrafe delle Imprese</p>
1.3. Sviluppo del capitale sociale e delle competenze			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. Favorire lo scambio di idee e di iniziative tra imprese profit e non profit al fine di realizzare attività sinergiche e congiunte.	<p>Iniziativa per l'ambiente</p> <p>Seminari formativi ed informativi sui SISTRI</p> <p>Progetto "Laboratorio di economia civile" (tavolo di confronto tra imprese profit e non profit)</p>	<p>Ecocerved, Ministero Ambiente, Associazioni di Categoria</p> <p>Associazioni di categoria</p> <p>Aziende pubbliche e private</p>	S. Promozione e sviluppo
		Orientare verso la responsabilità sociale di impresa				S. Informazione Economica

2. INTERNAZIONALIZZAZIONE

La *mission strategica* della Camera di Commercio si realizza proseguendo nella gestione coordinata e integrata delle politiche di internazionalizzazione mirate a sviluppare e sostenere le capacità e competenze dei soggetti del territorio, nonché ottimizzando i legami tra ricerca, università e mondo economico locale, veicolando verso il territorio il valore aggiunto dato dalla coesione e dalla logica del “fare sistema” – criteri chiave per competere sul mercato globale – e sostenendo e incentivando le strategie di internazionalizzazione delle PMI interessate ad avviare o consolidare la propria presenza sui mercati esteri, in tal modo contribuendo allo sviluppo dei processi di apertura internazionale dei principali settori dell’economia di Terni.

Il programma di promozione dell’internazionalizzazione vedrà pertanto un ruolo pivotale nel nuovo Centro Estero Umbria. Tuttavia l’ente camerale ritiene di continuare a sostenere in prima persona l’apertura delle proprie imprese all’estero.

Nel 2012 si lavorerà quindi per:

- garantire la continuità dell’offerta alle PMI di attività mirate di promozione, quali: *azioni di scouting* (mediante indagini esplorative, al fine di individuare potenziali controparti istituzionali e partner) *incoming* (accoglienza sul territorio di buyer specializzati)
- 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.

2. Internazionalizzazione						
Asse Strategico	Obiettivi/Programmi Strategici	Programmi di Intervento	Benefici Attesi	Azioni	Soggetti Esterni Coinvolti	Strutture Interne Coinvolte
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	S. Promozione e sviluppo
	Sviluppare i servizi di assistenza alle imprese tramite il potenziamento dei servizi formativi-informativi			Contributo al CEU		S. Risorse e Patrimonio
	Incentivare la partecipazione a manifestazioni fieristiche di riconosciuta importanza a livello internazionale			Partecipazione e organizzazione eventi		S. Promozione e sviluppo
				Valorizzazione dei prodotti tipici a livello internazionale Prosecuzione Terni International Meeting Seminari Paese Tematica Internazionali	Associazioni di Categoria, Esperti	S. Promozione e sviluppo
				Bando per contributi alle imprese per partecipazioni a fiere	Associazioni categoria, imprese	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 2012 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 occorre anche considerare 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.

Nel 2012 l'ente camerale parteciperà attivamente a due grandi eventi che interesseranno il territorio: la mostra dedicata a Luca Signorelli e Umbria Water Festival.

2. Sviluppare la capacità di accoglienza del territorio

Nel 2012 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	Strutture Interne Coinvolte
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	<p>Maggiore incisività nella promozione del territorio e delle produzioni tipiche</p>	<p>Associazione strada vini etrusco romana - Ass. Macchine Agricole Montecastrilli</p> <p>Ass. GAL ternano</p> <p>Expo Labor</p> <p>Associazione strada dell'olio extravergine dop Umbria</p> <p>Ditt. Contributo fondo consortile Gal trasimeno-orvietano</p> <p>Fondazione Casagrande</p> <p>Ercole olivario</p>	<p>Associazione strada vini etrusco romana - Ass. Macchine Agricole Montecastrilli - Ass. GAL ternano</p> <p>Expo Labor - Associazione strada dell'olio dop Umbria - Ditt. Gal trasimeno-orvietano - Fondazione Casagrande. Ercole olivario</p>	S. Risorse e Patrimonio
				<p>Marchio di Qualità strutture a bergiere</p> <p>Realizzazione di indagini per ideare percorsi formativi in base alle esigenze del territorio, realizzazione di due calendari di eventi stagionali</p> <p>Realizzazione di seminari formativi per le imprese turistiche</p> <p>Progetto "Entra in Umbria" (Creazione di un marchio collettivo per le aziende che hanno specifici requisiti, attività informativa/seminari ad hoc)</p> <p>Umbria Water Festival</p> <p>Premio Giornalistico Raccontami Umbria</p>	<p>Comuni, Associazioni Categoria, Ismart, CCIAA Perugia e Unioncamere Molise, Provincia, Ditt. Aziende turistiche, IAT</p>	S. Promozione e Sviluppo
3.2 Sviluppare la capacità di accoglienza del territorio	<p>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</p> <p>Realizzazione di attività di promozione del territorio</p>	<p>Sviluppo di una qualità dell'accoglienza</p> <p>Incremento della visibilità, dell'attrattività del territorio provinciale e maggiore apertura del territorio in termini di flussi di persone, di beni, servizi e conoscenze</p>	<p>Incrementare le attività del territorio in ottica di sussidiarietà attraverso iniziative sviluppate da soggetti terzi</p>	<p>Incremento della visibilità, dell'attrattività del territorio provinciale e maggiore apertura del territorio in termini di flussi di persone, di beni, servizi e conoscenze</p>	<p>Comuni, Associazioni Categoria, Ismart, CCIAA Perugia e Unioncamere Molise, Provincia, Ditt. Aziende turistiche, IAT</p>	S. Promozione e Sviluppo
				<p>Contribuire ad iniziative di terzi per la valorizzazione del territorio e delle produzioni</p>	<p>Comuni, Associazioni i Categoria, Provincia</p>	S. Promozione e Sviluppo
3.3 Sviluppare e valorizzare le produzioni locali	<p>Realizzazione di iniziative di promozione del territorio e dei settori tradizionali</p>	<p>Maggiore incisività nella promozione del territorio e delle produzioni tipiche</p>	<p>Maggiore incisività nella promozione del territorio e delle produzioni tipiche</p>	<p>Accordo (2010-2012) Unione Regione Umbria su turismo</p>	<p>Unioncamere Umbria, Regione Umbria,</p>	S. Promozione e Sviluppo
				<p>Iniziativa per la sensibilizzazione alle reti d'impresa</p> <p>Progetto Rete di Impresa (evento per il lancio del progetto, attività sulle reti di impresa)</p> <p>Concessione contributi alle imprese che costituiscono rete</p> <p>Creazione di uno sportello di assistenza sulle reti di impresa</p> <p>Corso di formazione per manager di reti</p>	<p>Associazione di categoria, Unioncamere Nazionale, Retimpresa</p> <p>Associazione di categoria, Unioncamere Nazionale, Retimpresa</p> <p>Associazione di categoria, Unioncamere Nazionale, Retimpresa</p>	S. Promozione e Sviluppo
3.4 Costruire percorsi per facilitare le aggregazioni tra le imprese	<p>Verifica delle condizioni per la costituzione di distretti urbani, settoriali, forme di aggregazione per filiera</p>	<p>Sviluppo di una rete di impresa</p>	<p>Sviluppo di una rete di impresa</p>	<p>Iniziativa per la sensibilizzazione alle reti d'impresa</p>	<p>Associazione di categoria, Unioncamere Nazionale, Retimpresa</p>	S. Promozione e Sviluppo
				<p>Progetto Rete di Impresa (evento per il lancio del progetto, attività sulle reti di impresa)</p> <p>Concessione contributi alle imprese che costituiscono rete</p> <p>Creazione di uno sportello di assistenza sulle reti di impresa</p> <p>Corso di formazione per manager di reti</p>	<p>Associazione di categoria, Unioncamere Nazionale, Retimpresa</p> <p>Associazione di categoria, Unioncamere Nazionale, Retimpresa</p>	S. Promozione e Sviluppo

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 2012, 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 2012 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	Strutture Interne Coinvolte
4.1 Miglioramento della mobilità di cittadini e imprese	<i>Indagine conoscitiva sulle ricadute di un'eventuale realizzazione di nuove Infrastrutture sul territorio</i>	<i>Creazione di un dibattito pubblico sul territorio sull'impatto della realizzazione delle infrastrutture sul territorio</i>	<i>Analisi delle prospettive di miglioramento delle infrastrutture dell'Umbria meridionale Realizzazione di stimolo e sensibilizzazione sul tema delle infrastrutture</i>	<i>Esperti del settore viario Associazioni di Categoria, Enti Pubblici (Regione, Provincia e Comuni)</i>	<i>S. Informazione economica</i>

5. REGOLAZIONE E SVILUPPO DEI MERCATI

La Camera di Commercio, nella sua posizione di ente “terzo” nelle relazioni economiche locali e come soggetto impegnato per lo sviluppo del sistema territoriale, attraverso l'azione di regolazione del mercato è in grado di offrire elementi di garanzia e di trasparenza delle relazioni, contribuendo a rendere più chiaro e affidabile il contesto in cui agiscono gli attori del mercato (associazioni, organizzazioni, imprese, consumatori).

In un'ottica di continuità con le azioni e le modalità operative già sperimentate negli scorsi anni, sviluppando il continuo raccordo con gli operatori economici e cogliendo gli impulsi delle associazioni di rappresentanza delle imprese e dei consumatori, la Camera provvederà a implementare gli interventi nel settore della regolazione e tutela del mercato sfruttando ogni possibile raccordo, prassi e progettualità a livello di sistema, in particolare nell'ambito dell'Unione regionale delle Camere di Commercio.

1. Informare e rendere trasparenti i mercati

Nel corso del 2012 la Camera sarà impegnata ad agire nel territorio per valorizzare il sistema di rilevazione dei prezzi come chiave interpretativa dell'andamento del mercato e come strumento di confronto utile agli operatori: la convinzione alla base di questo agire è che un'informazione facilmente reperibile e corretta sia in grado di ridurre i costi che l'impresa deve sostenere negli scambi e sia altresì un modo per consentire ai consumatori di effettuare scelte più consapevoli e più adeguate al proprio bisogno.

L'attività di informazione mirata al consumatore verrà consolidata attraverso il mantenimento di iniziative informative rivolte a cittadini e imprese, anche il collaborazione con la locale università.

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	Programmi di Intervento	Benefici Attesi	Azioni	Soggetti Esterni Coinvolti	Strutture Interne Coinvolte
5.1 Informare e rendere trasparenti i mercati	Accrescere la trasparenza del mercato, anche attraverso la rilevazione dei prezzi	Stimolare lo sviluppo di condizioni contrattuali con divise	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	Imprese, associazioni di categorie, consumatori	S. Tutela del Mercato
	Accrescimento della consapevolezza dei consumatori	Garantire maggiore trasparenza dei prezzi e delle tariffe e maggiore tempestività dei dati Educazione al consumo critico dei cittadini	Vademecum tematico Iniziativa sui diritti dei consumatori in collaborazione con istituzioni locali (Università e Associazioni di categoria)	Università e associazioni	
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 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.	Attività di sensibilizzazione sul tema della conciliazione Realizzazione di seminari o corsi di formazione Piena implementazione e utilizzo di Concilia Flow	Rete camerale	S. Tutela del Mercato
	Potenziare il servizio anche per il tramite di convenzioni con la rete camerale per lo sviluppo delle forme di conciliazione e arbitrato		Attivare accordi con altre CCAA 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	Incrementare i controlli per la verifica della conformità e della sicurezza dei prodotti immessi sul mercato	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 Gestione concorsi a premio	Uffici esterni preposti alle attività di controllo, rete camerale	S. Tutela del Mercato

6. E-GOVERNMENT E INFORMAZIONE ECONOMICA

Il Programma Pluriennale 2009-2014 della Camera di Commercio di Terni vede in posizione di assoluto rilievo, tra gli obiettivi strategici da perseguire, la promozione dell'e-government e la semplificazione amministrativa. La Camera di Commercio deve rappresentare un soggetto trainante e proattivo nell'accrescimento dell'efficienza dei servizi ai cittadini e alle imprese, con l'obiettivo di ottimizzare il lavoro anche di altre pubbliche amministrazioni e di offrire agli utenti servizi sempre più rapidi, oltre che nuovi servizi. Particolare attenzione viene pertanto dedicata alle riforme normative, che individuano le CdC quali piattaforme ideali per rafforzare i processi di innovazione dell'intera PA, improntate a semplificare ed agevolare il rapporto tra pubblica amministrazione e imprese (Comunicazione Unica per la nascita d'impresa quale autorizzazione all'immediato avvio dell'attività economica, riforma degli SUAP).

1. Semplificare e digitalizzare i procedimenti

Proseguire nel percorso di diffusione dell'e-gov e della semplificazione amministrativa che, con l'entrata a regime della Comunicazione Unica al R.I. con effetti anche fiscali, assistenziali e previdenziali, ha subito una forte accelerazione. Nel 2012 si riproporrà un set di iniziative di formazione, di aggiornamento continuo oltre che di assistenza tecnica per portare concretamente a regime il processo di semplificazione e di telematizzazione dei rapporti con le imprese avviato con la Comunicazione Unica. Si conferma inoltre l'obiettivo prioritario del raggiungimento e mantenimento del tempo reale, inteso come riduzione al minimo dei tempi di comunicazione tra impresa ed ente camerale.

Le recenti modifiche normative (Comunicazione Unica, riordino Suap, introduzione della segnalazione certificata di inizio attività, decreto Lgs. n. 23/2010) sempre più rafforzano il ruolo delle Camere di Commercio quali attori primari del processo di efficientamento e semplificazione delle procedure per l'avvio e lo svolgimento di attività economiche. Alla luce di questa evoluzione normativa la Camera nel 2012 dovrà ancora di più agire per facilitare e snellire gli adempimenti amministrativi superando alcune criticità emerse con l'entrata a regime della comunicazione unica e dell'introduzione della Scia, attraverso p.es.:

- l'individuazione di azioni per ridurre le pratiche telematiche inviate irregolarmente;
- il miglioramento della fruibilità delle informazioni sul sito camerale;
- la promozione di momenti di confronto e di raccordo con i professionisti (notai, commercialisti, intermediari);
- l'individuazione di ulteriori strumenti di informazione e di formazione che possano rappresentare un effettivo ausilio per gli operatori economici (es. realizzazione di video tutorial).

L'attenzione verso il continuo miglioramento dei servizi erogati deve portare anche ad una maggiore omogeneizzazione delle procedure e del sistema dei controlli tra le Camere di Commercio anche pensando a strumenti tecnologici o servizi comuni (contact center, applicazioni web ecc.) che semplifichino l'accesso alle informazioni e alle procedure per una corretta presentazione delle procedure.

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

Favorire la diffusione delle informazioni economiche e delle attività dell'ente camerale a favore delle imprese attraverso un insieme di azioni articolate ed integrate che comprendono la predisposizione della rivista

Cameranews e della newsletter Registro Imprese quale strumenti di promozione delle attività dell'ente e di comunicazione con le imprese ma anche l'implementazione continua del sito verso l'interattività e la messa a disposizione delle imprese di strumenti per usufruire in maniera più trasparente e semplice dei servizi camerali.

Il nuovo Codice dell'Amministrazione Digitale definisce il quadro delle regole che dovranno governare la PA del futuro: digitalizzata, efficiente e più produttiva. Per il raggiungimento di questi obiettivi il CAD individua una serie di soluzioni tecnologiche e organizzative, già da tempo in uso dalla Camera di Commercio di Terni ma alle quali andrà assicurata una maggiore diffusione:

- dare impulso all'utilizzo della PEC per le comunicazioni e le trasmissioni di documenti informatici;
- proseguire nel percorso di dematerializzazione dei documenti e di protocollazione informatica ;
- arricchire i contenuti del sito istituzionale anche potenziando la messa a disposizione di servizi online;
- semplificare tutte le comunicazioni Camera/utenti utilizzando le tecnologie dell'informazione (Pec, ecc.).

In tema di amministrazione digitale sarà altresì importante operare nel 2012 su due linee di sviluppo: la Camera web. 2.0 (blog, social network, wiki ecc.)

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

Nel 2012 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 degli ultimi due anni 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.

Piano degli investimenti

In considerazione delle condizioni generali di contesto riguardanti l'andamento economico del sistema produttivo locale, l'impegno dell'ente nel 2012 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.

.

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 nel 2011 vi è stato 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 durare per molto tempo. Occorre tuttavia considerare i richiami pressanti dell'Unioncamere a utilizzare gli avanzi degli anni precedenti a supporto del sistema imprenditoriale in questo specifico momento avviando anche operazioni di carattere straordinario.

Questo comportamento, sapientemente dosato con prudenza, oltre a generare effetti positivi sul sistema economico immette l'ente in un circuito virtuoso che premia l'uso di risorse pubbliche con un più ampio accesso ad ulteriori risorse derivanti dal fondo di perequazione. A contrario, in caso di accumulo di avanzi di gestione, tale tipo di finanziamento verrà soppresso.

Dal punto di vista delle entrate inoltre, nonostante la sostanziale tenuta delle entrate nel 2011, 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.

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.