



Camera di Commercio  
Terni

# Relazione previsionale e programmatica **2014**

(Allegato alla deliberazione del Consiglio camerale n. 7 del 29.11.2013)

## Relazione previsionale e programmatica 2014

<b>Introduzione .....</b>	<b>3</b>
<b>Il contesto di riferimento.....</b>	<b>4</b>
<b>Lo stato di attuazione del Programma Pluriennale.....</b>	<b>10</b>
<b>Le strategie di intervento .....</b>	<b>15</b>
<b>1. INNOVAZIONE IMPRENDITORIALE .....</b>	<b>16</b>
<b>2. INTERNAZIONALIZZAZIONE .....</b>	<b>20</b>
<b>3. MARKETING TERRITORIALE .....</b>	<b>22</b>
<b>4. INFRASTRUTTURE .....</b>	<b>25</b>
<b>5. REGOLAZIONE E SVILUPPO DEI MERCATI .....</b>	<b>28</b>
<b>6. E-GOVERNMENT ED INFORMAZIONE ECONOMICA .....</b>	<b>31</b>
<b>Piano strategico degli investimenti .....</b>	<b>34</b>
<b>Quadro delle risorse .....</b>	<b>35</b>

## 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 2013 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**, per l'esercizio 2014 e dei partner coinvolti.

In questo contesto occorre porre l'attenzione sulla particolarità che riguarda l'esercizio 2014 per la Camera di commercio di Terni. Questo sarà infatti l'anno nel corso del quale (giusto a metà) termina il mandato quinquennale di Giunta e Consiglio e si perviene al loro rinnovo.

L'impostazione del presente documento risente significativamente di questo momento di transizione e segue principalmente gli intenti enunciati dagli amministratori "porre in essere ogni sforzo e ogni progettualità per sostenere le imprese e il sistema economico-locale in questo momento di difficoltà facendo però attenzione a garantire l'equilibrio economico-finanziario dell'Ente camerale nel medio periodo e pertanto la sua operatività per i futuri amministratori".

La Relazione previsionale e programmatica (RPP) 2014, quindi, in continuità con la programmazione degli esercizi precedenti intende assicurare un sostegno in termini di continuità o conclusione ad attività già in essere, lasciando ai nuovi amministratori il compito arduo di programmare il futuro.

## Il contesto di riferimento

### Il quadro internazionale

Il 2012 è stato caratterizzato dalla recessione che ha colpito con particolare intensità le economie della periferia europea. Questi paesi hanno descritto un ciclo sfasato dal resto dell'economia mondiale, evidenziando un crollo dei livelli della domanda interna particolarmente pronunciato.

L'intensità della contrazione della domanda, la cui entità è andata oltre quanto si sarebbe potuto ipotizzare sulla base dell'entità delle manovre di correzione dei conti pubblici realizzate, ha determinato un crollo dei livelli produttivi in questi paesi. La recessione ha dunque sollecitato diverse analisi sui cosiddetti "moltiplicatori fiscali", ovvero sull'impatto delle politiche fiscali sulla crescita.

I problemi sono associati a politiche fiscali restrittive attuate quando l'economia è già caratterizzata da ampi spazi di capacità produttiva inutilizzata; le strutture produttive dei paesi che hanno avviato i programmi di consolidamento fiscale erano difatti già indebolite dagli effetti della caduta della produzione del 2008-2009. Si sono quindi evidenziati effetti depressivi di tali politiche in quanto adottate contestualmente da diversi paesi, con effetti di contagio reciproco.

Un punto importante è poi legato all'impatto che si produce quando le correzioni fiscali vengono realizzate sotto la pressione dei mercati, e quindi con problemi di liquidità per i settori bancari dei paesi in crisi; i problemi di trasmissione della politica monetaria dovuti all'interruzione del canale creditizio hanno difatti limitato l'efficacia della politica monetaria europea, che non è riuscita ad attenuare i costi reali associati alle strette fiscali. Infine, mentre solitamente i paesi che realizzano correzioni di bilancio tendono a caratterizzarsi per un indebolimento del cambio, questo non è stato possibile nei paesi della periferia europea essendosi questi privati della flessibilità del tasso di cambio come strumento di sostegno alla domanda estera.

L'insieme dei fattori menzionati ha comportato quindi una fase recessiva particolarmente profonda, nel 2012, in quattro dei cinque paesi della periferia (l'Irlanda ha avviato una fase di graduale recupero), con un ampio divario rispetto alle economie del centro.

Intensità e caratteristiche della crisi presentano elementi di divergenza fra i diversi paesi periferici, ma con alcuni tratti comuni, costituiti dalla forte contrazione della domanda interna, da un crescente deterioramento delle condizioni dei mercati del lavoro nazionali, e da un andamento progressivamente più favorevole dei conti con l'estero.

La caduta della domanda interna si è rivelata particolarmente intensa. In particolare le famiglie hanno ridotto drasticamente i consumi, mentre le imprese, dovendo fronteggiare aspettative di crescita della domanda finale molto deboli, e problemi di carattere finanziario, hanno rivisto ulteriormente al ribasso i piani di investimento. Particolarmente profonda si è rivelata la crisi dell'edilizia, comparto tradizionalmente molto sensibile al mutamento delle condizioni creditizie.

Il peggioramento del quadro macroeconomico ha anche avuto conseguenze pesanti sulle condizioni dei mercati del lavoro delle economie in crisi. In Grecia e Spagna il tasso di disoccupazione ha superato il 25 per cento, in Portogallo sfiora il 18 per cento, in Irlanda si è stabilizzato in prossimità del 15 per cento.

L'Italia, con un tasso di disoccupazione sopra l'11 per cento è il paese messo meglio fra quelli in crisi.

La posizione tedesca, con un tasso di disoccupazione che è rimasto stabile a partire dalla seconda metà del 2012 in prossimità del 5,5 per cento, descrive una situazione evidentemente molto più favorevole.

La recessione sta avendo quindi conseguenze economiche che incidono anche sulle condizioni sociali e politiche dei diversi paesi, rendendo anche più complesso il coordinamento delle politiche economiche all'interno dell'area euro.

Il crollo della domanda nei paesi della periferia europea ha portato anche ad una caduta delle rispettive importazioni, e questo ha avuto effetti sull'attività economica dell'intera area dell'euro e sul commercio mondiale.

D'altra parte, il crollo della domanda nei paesi della periferia europea ha gravato su un contesto internazionale rivelatosi comunque molto fragile. In diverse economie avanzate è in atto un percorso di rientro del debito delle famiglie, che frena il consolidamento del ciclo della domanda interna; inoltre, in molti casi, tra cui quelli degli Stati Uniti e del Giappone, la fase di rientro del deficit pubblico è ancora da realizzare, e questo graverà sulle prospettive di sviluppo dei prossimi anni.

Parallelamente, le economie emergenti, e in particolare quelle asiatiche, dopo la fase di crescita export-led degli anni duemila, non hanno ancora riorientato pienamente il proprio modello di sviluppo verso una crescita basata integralmente sulla domanda interna.

L'effetto della crisi della periferia europea sul resto dell'economia mondiale non è stato limitato al solo canale degli scambi commerciali. Soprattutto nel corso della prima parte del 2012 le condizioni di incertezza hanno pesato sugli andamenti dei mercati finanziari. Si è osservata una generalizzata crescita del premio al rischio, e una fase di tensioni che ha interessato tutti i mercati, influenzando le condizioni finanziarie e le decisioni di investimento.

### Il quadro nazionale

Di fronte al complesso scenario che ha caratterizzato l'economia internazionale nel 2012, l'Italia ha scontato in maniera profonda gli effetti delle politiche fiscali restrittive, che hanno contribuito a rafforzare un ciclo già di carattere recessivo. Se da un lato questo ha contribuito ad allentare la pressione dei mercati sul versante dei titoli del debito pubblico, dall'altro ciò ha reso l'economia reale più vulnerabile alle asperità della congiuntura, essendosi prosciugati in buona misura i canali di alimentazione della domanda interna.

Anche i ripetuti interventi della Banca Centrale Europea sul terreno delle politiche monetarie di stimolo hanno fornito un segnale importante di sostegno alla moneta unica europea, ma sono stati in grado di arginare solo parzialmente gli effetti - sulle famiglie e, soprattutto, sulle imprese - legati alla scarsa liquidità disponibile e nulla hanno sortito sul piano della grave crisi occupazionale che investe i paesi più in difficoltà dell'Area euro. La fiducia è quindi rimasta eccezionalmente bassa per l'intero anno, impedendo l'innescarsi di virtuosi meccanismi di recupero di un sentiero di crescita.

Il combinato di queste condizioni ha agito da freno sui comportamenti aggregati della totalità degli operatori economici e nel 2012, in Italia, il PIL ha registrato un calo del 2,4%.

Solo il saldo estero ha contribuito positivamente alla dinamica del PIL: le esportazioni sono aumentate in termini reali dell'1,8%, grazie soprattutto alla domanda più vivace proveniente dai mercati non appartenenti all'Unione europea, mentre la debolezza dell'attività economica ha comportato una decisa contrazione delle importazioni. Dal lato della domanda interna, si è registrato un calo dell'8% negli investimenti e del 4,1% nei consumi delle famiglie. Su questi ha pesato un'ampia riduzione del reddito disponibile (-4,6%), condizionata dall'onere dell'aggiustamento fiscale e dalle difficili condizioni del mercato del lavoro.

Le difficoltà del quadro congiunturale non hanno subito sostanziali modifiche neanche nel primo scorcio del 2013: l'effetto trascinarsi delle dinamiche negative che hanno accompagnato il 2012, soprattutto nel contesto europeo, si è protratto, infatti, nei mesi iniziali del nuovo anno, quando hanno agito da freno anche alcuni segnali di cedimento fatti registrare dalla "locomotiva" tedesca. Continuano ad essere in calo i principali indicatori di performance delle imprese manifatturiere: la produzione e il fatturato sono in flessione, rispettivamente, del 5,3% e del 5,1%, tuttavia gli

arretramenti sono più evidenti per le imprese sotto i 50 dipendenti, per le quali i cali tendenziali oltrepassano il 6%. Decisamente meno intense le riduzioni di produzione e fatturato per le medio-grandi imprese (-3,9% in entrambi i casi). Relativamente agli scenari economici previsionali, per la fase iniziale dell'anno in corso, le prospettive per l'Area euro rimangono sfavorevoli. Solo nella seconda parte del 2013 dovrebbe registrarsi una crescita congiunturale del PIL, che però non eviterà una flessione del risultato medio annuo. Su quest'ultima continuerà ad incidere positivamente l'andamento delle esportazioni, mentre l'avvio della fase di rimborso dei crediti pregressi delle Pubbliche amministrazioni potrebbe in parte attenuare gli effetti delle restrizioni creditizie, incoraggiando la riattivazione degli investimenti da parte delle imprese.

Il PIL italiano è stimato in calo anche nel 2013, sebbene il ritmo di caduta sia in ridimensionamento, passando all'1,4% dal 2,4% dello scorso anno.

Sotto il profilo dell'offerta, diminuisce anche quest'anno il valore aggiunto dei tre macro settori: per l'industria si stima una flessione del 2%, mentre le costruzioni, in contrazione dal 2008, dovrebbero ridursi del 2,8%. Il valore aggiunto dei servizi, che dopo il crollo registrato del 2009 aveva ripreso a crescere nel biennio successivo, nel 2013 dovrebbe calare dell'1%, segnalando, comunque, un miglioramento rispetto al -1,2% del 2012. Nell'anno in corso dovrebbe poi continuare a ridursi la domanda interna, caratterizzata da una flessione del 3,5% dal lato degli investimenti e dell'1,7% da quello dei consumi delle famiglie, mentre la crescita delle esportazioni, incoraggiata da una dinamica più favorevole della domanda internazionale, dovrebbe accelerare di quasi un punto percentuale rispetto al 2012. Il protrarsi della recessione condiziona l'evoluzione dell'occupazione: dopo un calo dell'1,1%, nel 2012 le unità di lavoro continueranno a diminuire anche nel 2013 sempre dell'1%.

Solo a partire dal 2014 l'economia italiana si riporterà su un sentiero di graduale crescita, evidenziando un incremento del PIL dello 0,7%. Tornerà positivo l'andamento del valore aggiunto dell'industria (0,2%) e dei servizi (1%), mentre, almeno in media d'anno, resterà negativo quello delle costruzioni (-1,2%), condizionato da un recupero del mercato immobiliare particolarmente lento. La ripresa dell'attività economica continuerà ad essere sostenuta dalle esportazioni, che, con uno sviluppo del 4%, sono previste in ulteriore accelerazione, ma tornerà a crescere anche la domanda interna, seppure in maniera moderata.

Anche il reddito disponibile delle famiglie il prossimo anno dovrebbe evidenziare un'inversione di segno, aumentando di un modesto 0,3%; tale recupero si rifletterà positivamente sulle scelte di spesa delle famiglie, i cui consumi sono previsti in crescita dello 0,4%. La lenta reazione dell'occupazione all'andamento del ciclo dovrebbe comportare nel 2014 un recupero estremamente modesto (0,1%) delle unità di lavoro e, pur in presenza di un graduale ripristino delle dinamiche produttive, non sono attesi effetti sul tasso di disoccupazione che, dall'8,4% registrato nel 2011, si prevede continuerà a salire progressivamente fino al 12,2% nel prossimo anno.

## IL BILANCIO DEMOGRAFICO DELLE IMPRESE

Nel 2012 la struttura imprenditoriale italiana ha mostrato, nel complesso, una faticosa tenuta, in un quadro di ridotta vitalità in entrata di nuove imprese e di accelerazione in uscita di quelle esistenti, con una particolare accentuazione per il comparto artigiano.

Le dinamiche della demografia delle imprese evidenziano, pertanto, l'importanza rivestita dai valori profondi della nostra cultura civile ed economica. Sono state 383.883 le imprese nate nel 2012 (il valore più basso degli ultimi otto anni e 7.427 in meno rispetto al 2011), a fronte delle quali 364.972 - mille ogni giorno - sono quelle che hanno chiuso i battenti (+24mila unità rispetto all'anno precedente). Come conseguenza, il saldo tra entrate e uscite si è attestato sul

valore di 18.911 imprese, il secondo peggior risultato del periodo considerato e vicino - dopo due anni consecutivi di recupero - a quello del 2009, l'anno peggiore dall'inizio della crisi. Considerando anche le cancellazioni delle imprese ormai non operative da più di tre anni, al 31 dicembre dello scorso anno lo stock complessivo delle imprese esistenti ammontava a 6.093.158 unità.

Il bilancio anagrafico del 2012 ha evidenziato alcuni fenomeni degni di nota perché da essi - nel recente passato e probabilmente anche per il futuro - sembra dipendere sempre più l'evoluzione della base imprenditoriale italiana.

Sono infatti le imprese guidate da giovani under 35, da cittadini stranieri e da donne che hanno consentito al saldo anagrafico annuale di restare, seppur di poco, in campo positivo.

A dare il contributo più significativo al saldo, con un bilancio attivo di 70.473 imprese, sono state le imprese giovanili, seguite da quelle gestite da stranieri con 24.329 unità. Dati ancora più significativi se si confronta il peso relativo di questi aggregati rispetto al totale delle imprese esistenti in Italia a fine 2012: solo l'11,1% per quello che riguarda gli under 35 e il 7,8% per gli stranieri. Relativamente più modesto (+3.211 unità) il contributo al saldo offerto dall'imprenditoria femminile che resta comunque, tra i 'driver' della tenuta del tessuto imprenditoriale, il raggruppamento con l'incidenza maggiore sul totale delle imprese (oltre 1,4 milioni di imprese, pari al 23,5% di tutto lo stock di imprese esistenti in Italia alla fine del 2012).

Mentre nel 2012 il sistema delle imprese italiane ha conseguito complessivamente una faticosa tenuta, nel primo trimestre 2013 il sistema produttivo è in piena emergenza.

Alla fine di marzo il numero complessivo di imprese iscritte alle Camere di commercio risulta pari a 6.050.239 unità, lo 0,51% in meno rispetto al 31 dicembre 2012. Di queste, 1.416.847 sono artigiane, l'1,47% in meno dello stock rilevato alla fine dello scorso anno.

Va considerato che, statisticamente, questo periodo presenta con una certa regolarità saldi negativi. Ciò per via del concentrarsi a fine anno di un numero elevato di cessazioni di attività, il cui riflesso si registra negli archivi camerali nelle prime settimane del nuovo anno. Detto ciò - e ribadito che il saldo del primo trimestre del 2013 è il più negativo dell'ultimo decennio - il bilancio gennaio-marzo ha risentito di performance particolarmente negative sia dal lato delle iscrizioni di nuove imprese (118.618, solo nel primo trimestre del 2009 si fece peggio, con 118.407 aperture), sia dal lato delle cessazioni: le 149.969 del primo trimestre di quest'anno, infatti, sono il terzo peggior risultato del decennio (dopo quelli del 2007 e del 2008).

A livello regionale, mentre nel 2011 solo tre regioni su venti - Valle d'Aosta, Friuli Venezia Giulia e Basilicata - facevano registrare un tasso di crescita negativo, nel 2012 le regioni con tasso di crescita negativo sono salite a sette: è uscita la Valle d'Aosta, ma si sono aggiunte Piemonte, Veneto, Emilia-Romagna, Marche e Molise. Una sola regione (l'Umbria) ha visto aumentare, sia pur di poco, il proprio tasso di crescita, passato dallo 0,17% allo 0,21%; una (la Valle d'Aosta) è passata da un valore negativo (-0,32%) a un valore positivo (0,07%) ed una, (la Basilicata), ha visto ridursi il valore negativo del proprio tasso di crescita passando da -0,43% a -0,15%. Tutte le altre diciassette regioni hanno fatto registrare una diminuzione del proprio tasso di crescita.

Per quanto riguarda i settori, quelli che hanno chiuso il 2012 con un saldo negativo sono solamente quattro che, sommati insieme, rappresentano il 38,1% delle imprese esistenti: Agricoltura (-16.791 pari ad una riduzione dello stock del 2%), Costruzioni (-7.427, corrispondente ad una contrazione del numero di imprese dello 0,82%), Attività manifatturiere (-6.515, pari al -1,05% in termini relativi) ed Estrazione di minerali da cave e miniere (-112, che equivale ad una riduzione dello stock di questo settore, fortemente connesso con l'edilizia, del 2,3%).

Tra gli altri settori, quelli che mostrano i saldi in valore assoluto più positivi sono, nell'ordine: le Attività dei servizi di alloggio e ristorazione (+11.438 imprese, pari ad un tasso di crescita annua del 2,92%), il Commercio (+8.005 unità, +0,52% in termini relativi), Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese (+5.505 unità il saldo, +3,51% il tasso di crescita), le Attività professionali, scientifiche e tecniche (+4.576, ovvero +2,37% sull'anno precedente).

Nel commercio, il saldo positivo è determinato per il 66,8% dalle attività al dettaglio, cresciute di 5.349 unità. A crescere sono state soprattutto le attività degli ambulanti (+6.406 unità, pari ad una crescita del 5,2%), del commercio via Internet (+1.524, +12,9% in termini relativi) e di quello effettuato da venditori porta a porta e tramite distributori automatici (+952, pari al +6,9%). Le riduzioni più consistenti hanno invece riguardato il commercio al dettaglio di confezioni e di filati (dove hanno chiuso i battenti 2.554 attività, pari al 2,1% dello stock), e le macellerie (-490 unità, l'1,6% in meno di quelle esistenti alla fine del 2011).

Tra i settori - al netto dell'agricoltura che da anni vede ridursi strutturalmente il numero di imprese (nel primo trimestre 2013 lo stock è diminuito di 13.106 unità, in linea con una tendenza ormai di lungo periodo) – le riduzioni più consistenti in termini assoluti hanno riguardato le costruzioni (-12.507 imprese, praticamente tutte artigiane), il commercio (-9.151) e le attività manifatturiere (5.342 le imprese che mancano all'appello, l'87% delle quali artigiane). Tra i pochi settori che hanno chiuso con un saldo positivo il primo è stato quello dei servizi di alloggio e ristorazione (550 le imprese in più), seguito dal settore dell'energia (267) e da quello dei servizi alle imprese (+249).

### Il quadro locale

Nonostante il perdurare della crisi economica, i dati del 2012 esprimono una tenuta del sistema imprenditoriale provinciale. Sono state 1.469 le imprese nate nel 2012 (47 in più rispetto al 2011) a fronte delle 1.352 che hanno chiuso i battenti (al netto delle cessazioni d'ufficio che sono state 182). Il saldo risulta quindi positivo per 117 unità, con un bilancio demografico che ha raggiunto nel 2012 un tasso di crescita dello 0,53% (22esima posizione nella graduatoria nazionale per tasso di crescita). Il 2012 è stato archiviato con uno stock di imprese registrate pari a 22.053 unità.

Per quanto riguarda l'analisi settoriale, si è restretto ulteriormente il tessuto imprenditoriale dell'industria manifatturiera (96 cessazioni a fronte di 60 iscrizioni) trascinato dalla forte contrazione dell'artigianato, che chiude l'anno con 73 imprese in meno (393 iscrizioni e 466 cessazioni), quello delle costruzioni (-67) e dell'agricoltura (-26). Ma il dato peggiore del 2012 si è evidenziato per il commercio all'ingrosso e al dettaglio che ha fatto registrare la chiusura di 391 imprese a fronte di 270 nuove aperture.

Per quanto riguarda la dinamica imprenditoriale del 2012 collegata alla forma giuridica scelta dalle imprese, le ditte individuali hanno mostrato il dato peggiore. Il saldo tra aperture e cessazioni è stato negativo per 67 unità, mentre nel 2011 le ditte individuali hanno chiuso con un saldo lievemente positivo, 923 iscrizioni a fronte di 914 cessazioni d'impresa.

Di segno negativo anche il bilancio di fine anno per le cosiddette "Altre Forme" (sostanzialmente cooperative e consorzi) che perdono 41 unità, 73 le cessate, 32 le iscritte. Positivo soltanto il dato delle società di capitali con 287 nuove attività avviate a fronte di 214 cessazioni.

Forte è anche il contributo delle donne imprenditrici nel nostro territorio rispetto al resto del Paese. In provincia di Terni le donne che fanno impresa sono quasi il 30% del totale, contro il 23,6% registrato a livello nazionale.

Scende invece il contributo dei giovani al rafforzamento del sistema imprenditoriale provinciale. A Terni la percentuale è anche più bassa del dato medio nazionale (10,5% contro il 10,9%).



Nonostante il lungo periodo di crisi che sta attraversando il sistema imprenditoriale locale, si rileva la crescita e il rafforzamento della componente straniera tra chi fa impresa. Nel 2008, gli imprenditori extra comunitari erano poco più di mille (1.033), e sono progressivamente cresciuti fino a raddoppiare la loro presenza che al 31 dicembre del 2012 segna 2.090 in tutta la provincia.

Per quanto riguarda gli altri indicatori economici, il territorio soffre per una contrazione del valore aggiunto pro-capite che dal 2010 al 2011 è sceso di quasi 2.000 euro arrivando a 20.900, allontanandosi ancor più dalla media nazionale pari a 23.200. Si contrae anche il tasso di imprenditività. Qui la flessione è generalizzata per la provincia di Terni, l'Umbria e il sistema Paese. Nel 2012 l'indice delle unità locali attive per 100 abitanti è dell'8,4% (era del 10,1% nel 2010).

Sul fronte del mercato del lavoro del 2012, anche se in continuo aumento, il tasso di disoccupazione provinciale pari al 9,8%, risulta inferiore sia allo stesso dato regionale (9,8%) che alla media nazionale (10,7%).

Il ruolo dell'export rimane centrale nell'economia locale. In presenza di una significativa contrazione dei consumi interni rimane essenziale per gli imprenditori saper guardare all'estero e le esportazioni, al momento, sono il solo fattore che riesce a dare risultati positivi.

Il nostro tasso di propensione alle esportazioni è cresciuto in due anni, dal 2010 al 2012 di cinque punti percentuali arrivando al 32%, con una differenza significativa dalla media nazionale che arriva al 27%.

Il tasso di apertura delle imprese ternane, dato dal rapporto moltiplicato per cento tra l'ammontare delle transazioni con l'estero e il valore aggiunto prodotto dal complesso dell'economia, passa dal 54,9 del 2010 al 56,5 del 2012.

Per quanto riguarda il tasso di imprenditività, nel 2012 l'indice delle unità locali attive per 100 abitanti è dell'8,4% (10,1% nel 2010), a livello regionale l'indice è superiore di un punto percentuale (9,4%), mentre a livello nazionale risulta pari all'8,8%.

Il 2013 si è aperto invece con un bilancio negativo tra le aziende nate e quelle che hanno cessato le proprie attività, pari a -179 unità d'impresa.

Il settore più colpito è stato quello del commercio, tanto che tra gennaio e marzo hanno chiuso ben 168 imprese del settore. L'industria manifatturiera ha perso 74 aziende, l'edilizia ha chiuso il primo trimestre con 112 cessazioni.

Relativamente al tema occupazione, i dati Excelsior 2013 sulle previsioni dei fabbisogni occupazionali formulate dagli imprenditori della provincia di Terni, evidenziano un saldo tra le i nuovi posti di lavoro e le uscite dal mondo del lavoro pari a -1.130 unità.

Nel 2013 secondo le previsioni degli imprenditori sono 1.870 (di cui 660 stagionali) le assunzioni di personale a fronte di 3.000 uscite dal lavoro, con un tasso di uscita che raggiunge il 7,8% e che complessivamente a livello regionale è pari al 6,8%. Tra le assunzioni previste quelle che riguarderanno un giovane sotto i 30 anni saranno il 31,4%, nel 72,4% dei casi chi entrerà al lavoro avrà necessità di essere formato. Delle 1.210 assunzioni non stagionali programmate nel 2013, le aziende hanno difficoltà a reperire 1.548 unità pari al 12,8% del totale, coincidente con la media nazionale al 12,8% e lievemente più alta della media raggiunta dalle regioni del Centro del 11,8%.

## 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 continuato nel 2013 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, sottoscritto nel 2010 per un periodo di 3 anni.

Nell'ambito degli interventi a sostegno del credito va ricordata l'iniziativa "Sbloccacrediti" avviata nei primi mesi del 2013. Dopo una fase iniziale di sviluppo con diffuso interesse da parte delle imprese, ha subito un rallentamento. E' presumibile che i recenti interventi governativi volti ad accelerare i pagamenti da parte delle pubbliche amministrazioni abbiano ridotto la convenienza ad utilizzare tale forma di intervento per la quale la Camera di commercio è riuscita ad attivare finanziamenti dalla Regione Umbria e dalla Fondazione Carit.

Sono stati emanati due bandi di contributo per le imprese della provincia di Terni: per investimenti produttivi volti a migliorare la capacità produttiva delle imprese e per il sostegno all'occupazione di giovani.

E' continuato il supporto alle imprese in materia ambientale attraverso l'attività di sensibilizzazione e orientamento per la presentazione della dichiarazione annuale sui rifiuti, con seminari e assistenza personalizzata.

La partecipazione ad un programma regionale in materia di tutela della proprietà industriale, gemellato con quelli delle regioni confinanti e parzialmente finanziato dal Ministero dello sviluppo economico, ha comportato una serie di iniziative nelle quali la Camera di commercio ha agito individualmente o in forma associata con l'Unione regionale e la Camera di Perugia.

Di rilievo la convenzione con i consulenti in proprietà industriale per fornire gratuitamente alle imprese ed ai privati interessati a tutelare marchi o invenzioni una consulenza di orientamento più approfondita di quella già offerta normalmente dagli uffici.

Altre azioni hanno riguardato la realizzazione di specifici incontri con gli studenti degli ultimi anni delle scuole medie superiori per stimolare la cultura dell'innovazione e dell'utilizzo economico delle idee tra i giovani e l'organizzazione di un seminario regionale rivolto alle imprese sulle opportunità fornite dal sistema pubblico per favorire l'investimento in proprietà industriale

Particolare attenzione è stata dedicata allo sviluppo delle imprese femminili attraverso la realizzazione di un piano formativo delle imprenditrici su tematiche di loro interesse e direttamente attinenti con la situazione economica che le

stesse vivono in questo momento particolare della congiuntura e la continuazione de “I pomeriggi al femminile”, eventi dedicati alla discussione di tematiche legate al mondo imprenditoriale femminile.

L'appuntamento 2013 è stata l'occasione per lanciare il progetto al quale ha aderito l'Ente camerale “Promozione delle eccellenze produttive dei territori e della dieta mediterranea”. Tale occasione è servita per raccogliere le ricette della memoria tramandate di madre in figlia e analizzati i principi nutritivi delle stesse dal Prof. Giorgio Calabrese, esperto nutrizionista di fama internazionale.

Nel 2013 la Camera di commercio ha attivato un corso preparatorio all'esame previsto per l'attività di agente di affari in mediazione della durata di 108 ore cui hanno partecipato 13 aspiranti agenti.

Sono state incrementate l'insieme delle attività svolte nel ruolo di raccordo tra sistema delle imprese, scuola e Università, continuando il progetto alternanza scuola lavoro attraverso il percorso “I giovani fanno impresa” dedicato a 55 diplomandi della provincia per diffondere le competenze manageriali e imprenditoriali tra i giovani del territorio. A settembre 2012 è stato avviato nelle scuole il progetto Impresa In Azione, che ha visto la creazione di imprese, realizzazione di prodotti e vendita finale del prodotto. Hanno aderito all'innovativo progetto 5 classi distribuite in tutta la provincia di 4 diverse scuole (Istituti superiori di Terni, Narni e Orvieto) per un totale di 130 studenti. Il valore aggiunto di “Impresa in Azione”, nel trasferire alle giovani generazioni i contenuti fondamentali dello "spirito imprenditoriale, consiste nella possibilità offerta alle scuole di intraprendere, su piccola scala e in un ambiente protetto, un'attività economica reale e di sperimentare il funzionamento di una moderna realtà aziendale.

Per promuovere una cultura d'impresa tra le giovani generazioni, nel 2012 la Camera ha organizzato le visite di 10 imprenditori nelle scuole di Terni e provincia coinvolgendo un totale stimato di 600 studenti. Per il 2013 il team che entrerà nelle scuole è composto di 13 imprenditori in rappresentanza di tutti i settori economici.

Sono stati attivati 29 tirocini, di cui 18 in contesti internazionali, promossi dall'Ente camerale per divulgare, tra le giovani generazioni, l'importanza dell'acquisizione di conoscenze e competenze anche in aziende estere o in aziende italiane che hanno rapporti commerciali e/o partnership transnazionali.

Tali attività sono state attuate nell'ambito del Protocollo d'Intesa siglato dalla Camera di Commercio con la Provincia di Terni e l'Università degli Studi di Perugia – Polo Scientifico Didattico di Terni per la realizzazione di attività in tema di formazione e Alternanza scuola lavoro.

La sensibilizzazione delle imprese per la costituzione di reti è proseguita con la partecipazione al progetto “Rethinking the product” con le Camere di commercio di Prato, Pisa, Lucca e Pistoia. Dopo la partecipazione al “100% Design” di Londra, la Camera ha partecipato al Macef di Milano dove sono stati presentati i prototipi realizzati dalle 11 imprese artigiane partecipanti al progetto. Anche nel 2013 l'attività è proseguita con gli incontri con i designer presso le imprese artigiane interessate e nel prossimo mese di novembre con una esposizione dei nuovi prototipi presso una location a Berlino, dove si svolgeranno anche degli incontri con soggetti interessati a contattare le imprese che hanno realizzato questi oggetti innovativi.

Sul tema della green economy è in fase di realizzazione la “Fontana di luce” da installare presso il parco del Comune di Guardea a conclusione del progetto “Borgo Carbon Free” che l'Ente camerale ha realizzato in collaborazione con Dintec e con lo stesso Comune.

#### **INTERNAZIONALIZZAZIONE:**

Nel 2013 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 Centro Estero Umbria.

Parallelamente sono continuati i lavori del Tavolo Internazionalizzazione, a cui partecipano le Associazioni di categoria, al fine di condividere obiettivi e strategie di intervento.

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

Sono state riproposte iniziative di incoming e di accompagnamento alle fiere (Nizza), workshop (Helsinki). 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 di carattere internazionale in Italia e all'estero.

### **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 attraverso la diffusione del marchio territoriale “Entra in Umbria”, creando un'immagine coordinata delle iniziative promozionali realizzate dalla Camera di commercio nell'arco dell'anno.

Nell'ambito delle linee prioritarie stabilite da Unioncamere l'Ente camerale ha lavorato nel 2013 al progetto “Promozione delle eccellenze produttive dei territori e della dieta mediterranea” insieme ad altre 9 Camere di Commercio. Obiettivo del progetto è quello di promuovere la dieta mediterranea riconosciuta patrimonio immateriale dell'umanità dall'Unesco e con essa il territorio che ne esprime le eccellenze culturali, ambientali e produttive attraverso la realizzazione di un archivio della memoria. Il progetto è iniziato con il coinvolgimento e collaborazione del Comitato per l'imprenditorialità femminile. Durante un “pomeriggio al femminile” sono state raccolte le ricette della memoria tramandate di madre in figlia e analizzati i principi nutritivi delle stesse dal Prof. Giorgio Calabrese, esperto nutrizionista di fama internazionale. E' in corso, con la collaborazione di Dintec, la realizzazione di un vademecum sull'etichettatura dei prodotti alimentari che verrà presentato entro la fine dell'anno durante un incontro rivolto a consumatori e imprese dei settori interessati.

Sono state effettuate delle riprese audiovisive ai luoghi più suggestivi della provincia di Terni e alle donne del paese mentre cucinavano i piatti tipici spiegandone la preparazione e il legame con le tradizioni locali.

La Camera di commercio di Matera, capofila del progetto, ne farà un DVD che insieme a quelli delle altre Camere, verrà presentato a Colonia in occasione della fiera di “Anuga 2013” nel mese di ottobre e nei ristoranti italiani del Marchio di qualità a New York e Huston nel mese di dicembre, dove verranno preparate e presentate al pubblico le ricette “della memoria”.

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. La Camera di commercio è stata presente con lo stand “Entra in Umbria” in eventi importanti per il territorio provinciale quali: Cioccolentino a Terni nel mese di febbraio nell'ambito degli eventi valentiniani, “Archery Village” in agosto in occasione dei Campionati europei di tiro con l'arco e Agricollina a Montecastrilli nel mese di aprile con una media di 6 imprese dell'agroalimentare e dell'artigianato.

Sono stati pubblicati due calendari stagionali degli eventi più rappresentativi del territorio diffusi in maniera capillare attraverso tutti i Comuni e le strutture ricettive ed i principali siti turistici. Sono state realizzate altre pubblicazioni sempre rivolte alla promozione delle eccellenze agroalimentari e artigianali.

#### **INFRASTRUTTURE:**

Sul fronte delle infrastrutture la Camera di commercio, anche in risposta alle continue sollecitazioni provenienti dalla struttura imprenditoriale locale, ha rinnovato il proprio impegno per l'assoluta priorità di poter disporre di una rete infrastrutturale al passo con i tempi ed adeguata alle nuove progettualità.

La Giornata dell'Economia 2013 è stata incentrata proprio sul tema delle infrastrutture al fine di poter rappresentare a tutti gli attori del territorio quali sono per le imprese locali le infrastrutture di cui si avverte una urgente necessità. Partendo da un'analitica ricognizione delle opere infrastrutturali presenti nel territorio sono state individuate le opere ritenute essenziali per rendere più competitivo il nostro sistema imprenditoriale. Tra quelle individuate come prioritarie, la Camera di commercio ha ritenuto improrogabile concentrare gran parte dei propri sforzi per giungere quanto prima alla realizzazione, magari per stralci funzionali, dell'adeguamento della S.S. Flaminia nel tratto Terni-Spoleto in quanto, le notevoli condizioni di difficoltà che caratterizzano tale tratto di strada, limitano fortemente non solo il collegamento tra il territorio Ternano e quello Spoletino ma anche e soprattutto l'intera viabilità su una direttrice di importanza regionale e nazionale.

Per tali motivazioni l'Ente Camerale, anche grazie al contributo della Camera di Perugia e delle Casse di Risparmio dell'Umbria, ha commissionato l'elaborazione del progetto preliminare per l'adeguamento della S.S. Flaminia nel tratto Terni-Spoleto, consegnandolo successivamente all'ANAS e alla Regione Umbria, al fine di velocizzare l'iter procedurale per giungere alla realizzazione dell'opera.

#### **REGOLAZIONE DEL MERCATO:**

Il 2013 ha visto il consolidarsi dell'attività congiunta con la Camera di Perugia consistente in una distribuzione territoriale delle verifiche sui distributori di carburanti diversa da quella basata sui confini provinciali e finalizzata a ridurre i costi di spostamento dei rispettivi ispettori metrici.

Per quanto riguarda gli interventi camerali in materia di strumenti complementari alla giustizia ordinaria è stata realizzata una attività promozionale della mediazione civile e commerciale consistente in campagne radiofoniche e televisive e nella gratuità della procedura per i mesi di settembre ed ottobre; si è continuato ad affiancare alle varie manifestazioni svolte presso la sede camerale un punto informativo sulla conciliazione con personale addetto.

In materia di trasparenza del mercato è stata attuata un'iniziativa congiunta con l'Università di Perugia sulle clausole vessatorie ed è stata curata la pubblicazione di un opuscolo sui marchi di qualità nel settore agroalimentare.

Attività di carattere prevalentemente amministrativo è stata l'emissione del ruolo relativo al mancato pagamento delle sanzioni disposte negli anni 2011 e 2012.

#### **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 ridurre ulteriormente le difficoltà informatiche delle complesse procedure telematiche gestionali del Registro Imprese saranno mantenute una serie di iniziative dirette ad assicurare la formazione e l'assistenza tecnica ai grandi utenti (professionisti, intermediari, associazioni) ed alle imprese. Tali iniziative saranno realizzate nel periodo novembre-dicembre 2013.

Nel corso del 2012 e fino ai primi mesi del 2013 l'Ente Camerale è stato impegnato, tramite un apposito Ufficio provinciale di censimento, nella realizzazione del 9° Censimento generale dell'industria e dei servizi e Censimento delle istituzioni non profit il quale non solo punta a cogliere le caratteristiche quantitative delle imprese e delle istituzioni non profit, ma focalizza particolari fenomeni, prevalentemente qualitativi, sui quali l'Istat non svolge specifiche indagini.

Questo impegnativo compito a cui è stata chiamata la Camera di Commercio, consentirà all'intero sistema socio-economico di poter disporre di preziose informazioni da poter utilizzare per l'impostazione di più efficaci politiche di sviluppo del territorio.

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.

La crescente importanza della diffusione delle informazioni in modalità telematica è alla base della realizzazione del nuovo sito camerale progettato secondo una nuova e più moderna architettura grafica. Il sito, impostato su una dinamica piattaforma informatica, viene continuamente arricchito con nuove funzionalità e nuove sezioni per rendere più accessibili le numerose informazioni che, con cadenza quasi giornaliera, sono pubblicate relativamente ai servizi, alle iniziative e alle varie attività camerali.

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.

Il 10 maggio 2013 si è svolta la cerimonia di premiazione per la "Fedeltà al lavoro e progresso economico" tenutasi a Palazzo Gazzoli. A ricevere il Premio Fedeltà al Lavoro sono stati 5 imprese, 21 imprenditori con almeno 30 anni di attività, 13 lavoratori con almeno 30 anni di servizio e 6 dipendenti camerali con 25 anni di servizio.

Contestualmente la Giunta camerale ha voluto conferire un particolare riconoscimento dal titolo "Messaggero del territorio" all'arbitro Paolo Tagliavento, un personaggio sportivo che con il suo impegno, professionalità e talento ha promosso l'Umbria e la città di Terni a livello internazionale.

Nell'ambito della stessa cerimonia è avvenuta anche la consegna dei premi "Donna Oltre". Il Premio, alla sua I° edizione è promosso dal Comitato per la promozione dell'imprenditorialità femminile operante presso l'Ente camerale.

Hanno ottenuto il riconoscimento 6 imprese femminili del territorio provinciale che si sono particolarmente distinte negli ultimi 3 anni, nonostante il persistere della crisi economica, nel favorire e valorizzare lo sviluppo economico e sociale locale. Il Premio ha avuto lo scopo di diffondere la cultura di impresa tra le donne e valorizzarne l'operato, poiché le imprese femminili si sono distinte sul territorio quale componente importante e resistente della realtà locale.

## 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:

<b>AMBITO STRATEGICO</b>	<b>ASSI APPARTENENTI ALL'AMBITO STRATEGICO</b>
INNOVAZIONE IMPRENDITORIALE	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Innovazione finanziaria e sostegno al credito</li> <li>2. Innovazione tecnica, tecnologica e organizzativa</li> <li>3. Sviluppo del capitale sociale e delle competenze</li> </ol>
INTERNAZIONALIZZAZIONE	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Supporto all'internazionalizzazione</li> <li>2. Progetti di natura internazionale</li> </ol>
MARKETING TERRITORIALE	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sistemi turistici</li> <li>2. Promozione del territorio e delle produzioni locali</li> </ol>
INFRASTRUTTURE	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sviluppo reti infrastrutturali</li> </ol>
REGOLAZIONE DEL MERCATO	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Regolazione e tutela del mercato</li> </ol>
E-GOVERNMENT ED INFORMAZIONE ECONOMICA	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. E-government</li> <li>2. Comunicazione e informazione economica</li> </ol>

Nella situazione di incertezza normativa e istituzionale che ci circonda e in considerazione del prossimo rinnovo degli organi, la scelta dell’Amministrazione è quella di predisporre una Relazione previsionale e programmatica “prudente”, che dia continuità alle progettualità che nel tempo hanno trovato consolidamento sul territorio, pur volendo essere l’Ente pronto anche a raccogliere le sollecitazioni che dovessero pervenire dai mutamenti dell’attuale scenario economico-politico per varare eventuali programmi e progetti straordinari nel corso dell’anno.

## 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.

Si conferma la disponibilità, qualora ne sussistano le condizioni, a collaborare con la Regione Umbria e con la Camera di commercio di Perugia per rinnovare il Protocollo d'intesa per le politiche di sostegno all'accesso al credito a favore delle imprese che giunge a scadenza nel 2013.

La Camera di commercio potrà, inoltre, sostenere le imprese del territorio mediante l'emanazione di bandi di contributo.

## 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 conferma il proprio impegno per 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 continuerà a partecipare nei primi mesi del 2014 al progetto regionale di sviluppo della proprietà industriale co-finanziato dal Ministero dello sviluppo economico.

All'interno di questo progetto, in particolare, continuerà ad essere operativa la convenzione con i consulenti di proprietà industriale che presso la sede camerale forniranno alle imprese richiedenti una consulenza gratuita in materia di registrazione marchi e di deposito invenzioni.

Per quanto riguarda le procedure di erogazione del servizio sarà messa a regime la trasmissione telematica da parte dei richiedenti degli atti relativi a brevetti e marchi, che si affiancherà alla forma tradizionale del deposito cartaceo.

## 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 2014 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.

Altro obiettivo che la Camera si propone è quello di creare sempre più le condizioni perché si crei e si rafforzi il tessuto relazionale che lega le imprese, supportando operazioni di aggregazione di tipo orizzontale che verticale attraverso iniziative pilota come quella del progetto "Rethinking the product" che, raccogliendo buoni risultati, siano di stimolo per altri operatori.

### 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). Continueranno, qualora ne sussistano le condizioni, i lavori del "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 continuare a promuovere iniziative volte all'armonizzazione tra domanda e offerta del lavoro. Pertanto, in sinergia con le associazioni locali, la Camera continuerà ad essere 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 continueranno a sviluppare nel corso del 2013 punteranno a consolidare il legame tra mondo della scuola e mondo del lavoro, con l'obiettivo di far conoscere i possibili 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 uno strumento utile per attenuare gli impatti duraturi della recessione.

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

- o 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.
- o l'utilizzo degli 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.
- o nel quadro delle iniziative per l'e-government, lo sviluppo degli interventi di formazione (corsi/seminari) sull'utilizzo degli strumenti di comunicazione/erogazione telematica dei servizi camerali, diretti alle imprese e agli intermediari "naturali" che le supportano (associazioni di categoria, studi professionali).
- o l'azione di Alternanza Scuola Lavoro, che consente 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 continuerà ad avvalersi delle diverse fonti conoscitive esterne e del suo ricco patrimonio informativo (tra cui Excelsior e ISTAT) 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	Iniziative a sostegno dei Consorzi fidi	Consorzi Fidi Associazioni di Categoria	S. Risorse Economiche
		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	Consorzio Difesa Produzioni Intensive Consorzio per lo sviluppo del Polo Universitario provincia di Terni Polo Universitario provincia di Terni Fondazione cellule staminali ICSIM	S. Promozione e sviluppo
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 brevettazione da parte delle imprese della provincia di Terni	Progetto sulla promozione della cultura innovativa e di tutela della proprietà industriale brevettuale.	Associazioni di categoria, università, consumatori	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 progetti congiunti volti a stimolare l'imprenditorialità femminile	Progetto Alternanza Scuola Lavoro Realizzazione di attività formativa sull'imprenditoria femminile Realizzazione momenti di incontro tra le imprese femminili del territorio "Pomeriggi al femminile"	Associazioni di categoria Provincia Scuole Aziende pubbliche e private Comitato Imprenditoria femminile Esperti	S. Informazione Economica Segreteria di Presidenza Segreteria di Presidenza S. Anagrafe delle Imprese
1.3. Sviluppo del capitale sociale e delle competenze		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. Favorire lo scambio di idee e di iniziative tra imprese profit e non profit al fine di realizzare attività sinergiche e congiunte.	Iniziative per l'ambiente, green economy Seminari formativi ed informativi	Ecoerved, Ministero Ambiente, Associazioni di Categoria	S. Promozione e sviluppo
		Verifica delle condizioni per la costituzione di distretti urbani, settoriali, forme di aggregazione per filiera	Aggregazioni di tipo orizzontale e verticale tra le imprese	Progetto "Laboratorio di economia civile" (tavolo di confronto tra imprese profit e non profit) Progetto "Rethinking the product"	Associazioni di categoria Aziende pubbliche e private Camera di commercio di Prato, Lucca, Pisa e Pistoia, Associazione di categoria, Unioncamera Nazionale, Dintec	S. Informazione Economica S. Promozione e sviluppo

## 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, comunque l’ente camerale ritiene di dover continuare a sostenere in prima persona l’apertura delle proprie imprese all’estero.

Nel 2014 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,
- promuovere la nascita di nuove imprese esportatrici.

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 Contributo al CEU Partecipazione e organizzazione eventi Valorizzazione dei prodotti tipici a livello internazionale Prosecuzione Terni International Meeting Seminari Paese Tematica Internazionali	Ic, Unioncamere, Camere di Commercio Italiane all'estero, altre CCAA Italiane, Associazioni di Categoria, Comune di Terni	S. Promozione e sviluppo S. Risorse e Patrimonio S. Promozione e sviluppo	
	Sviluppare i servizi di assistenza alle imprese tramite il potenziamento dei servizi formativi-informativi.					
	Incentivare la partecipazione a manifestazioni fieristiche di riconosciuta importanza a livello internazionale					
				Bando per contributi alle imprese per partecipazioni a fiere	Associazioni categoria, imprese	S. Promozione e sviluppo

### 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 dell'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 2014 si lavorerà al consolidamento di rapporti di collaborazione fra le istituzioni, non solo a livello locale, e all'integrazione dei diversi soggetti che operano in chiave di promozione turistica sul territorio, quali ad esempio il D.I.T.T. (Distretto Integrato Turistico della Provincia), in una logica di sviluppo turistico integrato dell'intera area provinciale. L'Ente camerale, in base al vigente regolamento, sosterrà le iniziative di promozione del territorio e delle produzioni tipiche locali, attraverso la concessione del patrocinio e/o di contributi ai soggetti organizzatori, imprese o enti no-profit, mediante la pubblicazione di un avviso emanato all'inizio dell'anno.

#### 2. Sviluppare la capacità di accoglienza del territorio

Nel 2014 si continuerà a lavorare per il rafforzamento qualitativo, la valorizzazione e la diversificazione dell'offerta ricettiva attraverso l'attivazione di politiche della Qualità, attraverso il nuovo bando per l'attribuzione del Marchio di qualità alle imprese turistiche, 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, attraverso il Marchio "Entra in Umbria".

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.

3. Marketing territoriale						
Asse Strategico	Obiettivi/Programmi Strategici	Programmi di Intervento	Benefici Attesi	Azioni	Soggetti Esterni Coinvolti	Strutture Interne Coinvolte
	<b>3.1 Sviluppare rapporti di collaborazione ed aggregazione turistica</b>	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 Ass. Macchine Agricole Montecastrilli Ass. GAL ternano Associazione strada dell'olio extravergine dop Umbria Ditt - Contributo fondo consortile Ass. Gal trasimeno-orvietano Fondazione Casagrande Ercole olivario	Associazione strada vini etrusco romana - Ass. Macchine Agricole Montecastrilli - Ass. GAL ternano Associazione strada dell'olio dop Umbria - Ditt - Gal trasimeno-orvietano - Fondazione Casagrande - Ercole olivario	S. Risorse e Patrimonio
	<b>3.2 Sviluppare la capacità di accoglienza del territorio</b>	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 Realizzazione di attività di promozione del territorio	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	Marchio di Qualità strutture alberghiere 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 "Entra in Umbria" (attività di valorizzazione delle produzioni tipiche) Premio Giornalistico Raccontami Umbria	Comuni, Associazioni Categoria, Isnat, CGIAA Perugia e Unioncamere Molise, Provincia, Ditt, Aziende turistiche, IAT	S. Promozione e Sviluppo
	<b>3.3 Sviluppare e valorizzare le produzioni locali</b>	Contribuire ad iniziative di terzi per la valorizzazione del territorio e delle produzioni	Incrementare le attività del territorio in ottica di sussidiarietà attraverso iniziative sviluppate da soggetti terzi	Altre iniziative di marketing turistico	Comuni, Associazioni Categoria, Provincia	



## 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 ancora 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 anche per l'anno 2014, 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.

Tra le varie priorità individuate anche con studi analitici effettuati da autorevoli esperti in materia infrastrutturale, la Camera di commercio nel 2013 ha ritenuto improrogabile concentrare gran parte dei propri sforzi per giungere quanto prima alla realizzazione, magari per stralci funzionali, dell'adeguamento della S.S. Flaminia nel tratto Terni-Spoleto in quanto, le notevoli condizioni di difficoltà che caratterizzano tale tratto di strada, limitano fortemente non solo il collegamento tra il territorio Ternano e quello Spoletino ma anche e soprattutto l'intera viabilità su una direttrice di importanza regionale e nazionale.

Per tali motivazioni l'Ente Camerale, anche grazie al contributo della Camera di Perugia e delle Casse di Risparmio dell'Umbria, ha commissionato l'elaborazione del progetto preliminare per l'adeguamento della S.S. Flaminia nel tratto Terni-Spoleto, consegnandolo successivamente all'ANAS e alla Regione Umbria, al fine di velocizzare l'iter procedurale per giungere alla realizzazione dell'opera.

Le altre opere prioritarie su cui sarà concentrata l'attenzione dell'Ente camerale nel 2014 e negli anni successivi, sono:

- il completamento della direttrice Civitavecchia-Orte-Terni-Rieti;
- la nuova direttrice Terni-Roma via Ponzano Romano;
- la strada delle tre Valli: Spoleto-Acquasparta;
- il raddoppio delle linea ferroviaria Orte-falconara nel tratto Terni-Spoleto.

### 1. Miglioramento della mobilità di cittadini ed imprese

Proseguirà nel 2014 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.

4. Infrastrutture						
Asse Strategico	Obiettivi/Programmi Strategici	Programmi di Intervento	Benefici Attesi	Azioni	Soggetti Esterni Coinvolti	Strutture Interne Coinvolte
<b>4.1 Miglioramento della mobilità di cittadini e imprese</b>		Creare le condizioni per un migliore collegamento tra la Provincia di Terni e Perugia	Adeguamento di alcuni degli assi viari fra la Provincia di Terni e Perugia	Supporto, stimolo e sensibilizzazione per le attività di progettazione	Esperti del settore viario Associazioni di Categoria, Enti Pubblici (Regione, Provincia e Comuni, Fondazioni bancarie, Uniontrasporti	S. Informazione economica

## 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 nel 2014 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

Per favorire una migliore informazione degli operatori, per l’anno 2014, verrà gestito uno sportello per l’etichettatura e sicurezza alimentare finalizzato a dare risposte alle imprese del territorio produttrici e rivenditrici di prodotti agroalimentari su quesiti normativi e tecnici in materia di etichettatura.

Tale attività risulta importante anche ai fini della prevenzioni di possibili comportamenti sanzionabili.

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

Le recenti modifiche normative che hanno ripristinato l’obbligatorietà della mediazione civile e commerciale in alcune materie prima di accedere alla giustizia ordinaria comportano una rivisitazione del servizio offerto agli utenti, possibilmente in collaborazione con altri soggetti del sistema camerale umbro.

La Camera di Commercio continuerà nel 2014 ad investire nella promozione (diretta ai professionisti, agli imprenditori e ai consumatori), per rinforzare la propria connotazione di ente di riferimento nella “gestione alternativa” dei conflitti.

Sarà inoltre confermata la partecipazione alle campagne di promozione dei servizi promosse dall’Unione Italiana delle Camere di Commercio.

### 3. Vigilare “per” il mercato

Su questo fronte la Camera di Commercio, mettendo “a valore” le proprie competenze, intende per il 2014 assumere un ruolo di facilitatore per la comprensione del quadro normativo attraverso interventi di informazione e formazione diretti alle imprese, con un’azione intensa dunque sulla “leva preventiva”. Saranno quindi avviate campagne per aiutare le imprese a effettuare correttamente gli adempimenti richiesti dalla normativa vigente e, parallelamente, saranno rafforzati i controlli in alcune materia di notevole importanza.

In particolare saranno intensificati i controlli sulla regolarità delle verifiche metriche effettuate dai laboratori accreditati in materia di erogatori di carburante MID ( la competenza in materia di verifiche è stata trasferita nel corso del 2013 dalla Camera ai laboratori accreditati) nonché per quanto riguarda i convertitori di gas (la cui verifica periodica dal 9 giugno 2014 potrà essere effettuata solo dai laboratori)

Attraverso un apposita convenzione che non comporterà oneri per la Camera di commercio verrà esternalizzato il servizio di verifica periodica degli strumenti da pesare, con l'obiettivo di ridurre i tempi di erogazione mantenendo invariati i costi per l'utenza.

Verrà riproposto il coordinamento delle attività a livello sovraprovinciale, secondo l'obbligo posto dal D. Lgs n. 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. In particolare si intende rinnovare la convenzione con la CCIAA di Perugia relativa all'attività di verifica sui distributori di carburante.

La vigilanza sui concorsi a premio rimane un'attività non marginale poiché riguarda un elevato numero di manifestazioni, di rado riscontrabile in realtà territoriali di analoghe dimensioni.

La Camera di commercio riveste anche il ruolo di autorità competente ad emettere le sanzioni in varie materie attinenti alle pratiche commerciali; in tale ambito si continuerà ad assicurare tempi molto più brevi di quanto stabilito normativamente nell'emissione dei provvedimenti riguardanti la confisca di merci.

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	Accrescimento della consapevolezza dei consumatori	Stimolare lo sviluppo di condizioni contrattuali condivise	Vademecum tematico	Imprese, associazioni di categorie, consumatori	S. Tutela del Mercato
		Garantire maggiore trasparenza dei prezzi e delle tariffe e maggiore tempestività dei dati	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	Attività di sensibilizzazione sul tema della conciliazione	Rete camerale	S. Tutela del Mercato
		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	Incrementare i controlli per la verifica della conformità e della sicurezza dei prodotti immessi sul mercato	Ridurre i tempi di erogazione del servizio di verifica degli strumenti metrici anche attraverso l'esternalizzazione	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. 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.

### 1. Semplificare e digitalizzare i procedimenti

Proseguire nel percorso di diffusione dell'e-government e della semplificazione amministrativa che, con l'entrata a regime della Comunicazione Unica al Registro Imprese con effetti anche fiscali, assistenziali e previdenziali, ha subito una forte accelerazione. Nel 2014 si riproporranno 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 del tempo reale, inteso come riduzione al minimo dei tempi di comunicazione tra impresa ed ente camerale.

Le modifiche normative (Comunicazione Unica, 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. In considerazione di questa evoluzione normativa l'Ente camerale nel 2014 dovrà sempre più agire per facilitare e snellire gli adempimenti amministrativi superando alcune criticità emerse con l'entrata a regime della comunicazione unica e della Scia, attraverso, per esempio:

- 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 (realizzazione di video tutorial, guide all'uso della telematica di settore).

I procedimenti interni all'Ente camerale, tenendo conto dell'ottica di semplificazione, dell'obiettivo di risparmio nei consumi e del sempre maggior utilizzo di procedure digitalizzate, continueranno ad essere implementati con la dematerializzazione dei flussi cartacei in entrata, in uscita e tra i servizi camerali, nell'uso degli atti camerali.

### 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 Camera di commercio news 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 e alle quali si continuerà ad assicurare 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 tra la Camera e le altre PP.AA/Imprese utilizzando le tecnologie dell'informazione (Pec, ecc.).

In tema di amministrazione digitale si continuerà ad operare nel 2014 sul web 2.0 (social network).

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

L'impegno diretto a valorizzare il patrimonio informativo accumulato dai servizi anagrafici camerali proseguirà anche nel 2014. Si tratta di far percepire direttamente alle imprese e al pubblico più in generale, anche a quello meno "attento", la valenza delle anagrafiche in chiave informativa sul sistema imprenditoriale. In tale prospettiva sarà necessario continuare ad 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 quattro anni riguardo alla newsletter camerale, alle newsletter tematiche e allo sviluppo del sito, continuerà ulteriormente il potenziamento degli strumenti di comunicazione con il mondo delle imprese e delle istituzioni.

Anche sul piano gestionale interno, con il supporto dei *partner* tecnologici (Infocamere in particolare), si continueranno ad implementare le 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.

In concomitanza con la fine del mandato della Giunta e del Consiglio camerale, si prevede di realizzare per l'anno 2014 un bilancio da mettere a disposizione degli stakeholder, dei partner istituzionali e di utenti qualificati.



6. E. Government e informazione economica						
Asse Strategico	Obiettivi/Programmi Strategici	Programmi di Intervento	Benefici Attesi	Azioni	Soggetti Esterni Coinvolti	Strutture Interne Coinvolte
6.1. Migliorare l'efficienza delle procedure interne attraverso un maggior utilizzo delle tecnologie informatiche	Implementare sistemi informativi per la semplificazione dei processi interni	Sportelli unici integrati	Semplificazione delle procedure interne Maggior controllo e riduzione dei tempi delle procedure, sia interne che esterne Progressiva dematerializzazione dell'Ente	Introduzione di sistemi informativi per la dematerializzazione dell'Ente (Progetto digitalizzazione documenti - Integrazione tra i principali applicativi IC in uso negli uffici interni dell'ente)	Imprese, associazioni di categoria	Diffuso a tutto l'Ente
				Realizzazione attività formativa per studi professionali e intermediari delle pratiche		
6.2 Migliorare l'interazione con l'utenza sviluppando nuovi canali di accesso/ erogazione servizi	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	Sportelli unici integrati	Accresciuto riconoscimento del ruolo istituzionale dell'Ente camerale nell'informazione economica Miglioramento (frequenza, periodicità, settori, temi) dell'offerta di informazione economica Diffusione più capillare dell'informazione economica	Realizzazione della rivista trimestrale Camera di Commercio News	Associazioni di categoria Provincia di Terni Professionisti Unioncamere Umbria	S. Informazione Economica diffuso a tutto l'Ente
				Realizzazione Giornata dell'Economia		
6.3 La Camera di Commercio come punto di riferimento per l'informazione e l'analisi economica	Potenziamento della comunicazione esterna	Sportelli unici integrati	Potenziamento della diffusione delle informazioni inerenti le attività camerale attraverso il potenziamento del sito camerale Migliorare il livello di conoscenza dei servizi camerale Costruire strumenti in grado di facilitare la comunicazione "mirata" al pubblico Maggiore trasparenza delle performance organizzative dell'ente e dei risultati raggiunti Maggiore dialogo con gli stakeholders Accresciuto riconoscimento istituzionale dell'ente camerale	Rapporto di fine anno	Imprese, associazioni di categoria, Amministrazioni pubbliche	S. Informazione Economica
				Campagne di informazione su specifici temi e servizi camerale		
6.3 La Camera di Commercio come punto di riferimento per l'informazione e l'analisi economica	Potenziamento della comunicazione esterna	Sportelli unici integrati	Potenziamento della diffusione delle informazioni inerenti le attività camerale attraverso il potenziamento del sito camerale Migliorare il livello di conoscenza dei servizi camerale Costruire strumenti in grado di facilitare la comunicazione "mirata" al pubblico Maggiore trasparenza delle performance organizzative dell'ente e dei risultati raggiunti Maggiore dialogo con gli stakeholders Accresciuto riconoscimento istituzionale dell'ente camerale	Realizzazione di studi e analisi su particolari fenomeni (sofferenze dell'economia femminile, dell'economia straniera).	Imprese, associazioni di categoria, Amministrazioni pubbliche	S. Informazione Economica
				Aggiornamento sito camerale		
6.3 La Camera di Commercio come punto di riferimento per l'informazione e l'analisi economica	Potenziamento della comunicazione esterna	Sportelli unici integrati	Potenziamento della diffusione delle informazioni inerenti le attività camerale attraverso il potenziamento del sito camerale Migliorare il livello di conoscenza dei servizi camerale Costruire strumenti in grado di facilitare la comunicazione "mirata" al pubblico Maggiore trasparenza delle performance organizzative dell'ente e dei risultati raggiunti Maggiore dialogo con gli stakeholders Accresciuto riconoscimento istituzionale dell'ente camerale	Rassegna stampa on-line	Imprese, associazioni di categoria, Amministrazioni pubbliche	S. Informazione Economica
				Realizzare interventi pubblici: momenti di incontro con gli stakeholders esterni ( Giornata della trasparenza)		
6.3 La Camera di Commercio come punto di riferimento per l'informazione e l'analisi economica	Potenziamento della comunicazione esterna	Sportelli unici integrati	Potenziamento della diffusione delle informazioni inerenti le attività camerale attraverso il potenziamento del sito camerale Migliorare il livello di conoscenza dei servizi camerale Costruire strumenti in grado di facilitare la comunicazione "mirata" al pubblico Maggiore trasparenza delle performance organizzative dell'ente e dei risultati raggiunti Maggiore dialogo con gli stakeholders Accresciuto riconoscimento istituzionale dell'ente camerale	Bilancio di mandato	Imprese, associazioni di categoria, Amministrazioni pubbliche	S. Informazione Economica

## Piano degli investimenti

In considerazione delle condizioni generali di contesto riguardanti l'andamento economico del sistema produttivo locale, l'impegno dell'ente nel 2014 continuerà ad essere 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).

Le attività di valorizzazione e conservazione del patrimonio camerale, costituito dalla sede, dall'area di via Muratori e dagli immobili di piazza Cavour (è in corso una procedura per la dismissione) e di via Salvatori a Orvieto continueranno ad essere realizzate solo dopo aver 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 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 2013 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.

Dal punto di vista delle entrate l'introito del diritto annuale, a causa dell'andamento negativo dei fatturati delle imprese e delle misure economiche restrittive varate dal Governo generate dalla costanza della crisi economica in atto, potrebbe e molto probabilmente farà rilevare una diminuzione negli importi dovuti e un tasso di riscossione inferiore agli anni precedenti.

### Risorse umane e strumentali

L'ente può contare su 41 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).

Non vi sono previste variazioni di organico rispetto al 2013.

La gestione delle attività camerali 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.

Tutto questo compatibilmente con il rispetto del contenimento delle spese imposto dai recenti provvedimenti di legge.

Rispetto alle linee strategiche evidenziate nella presente Relazione viene amplificata, in sottofondo, la necessità di continuare a perseguire obiettivi di efficienza gestionale e di incremento della produttività, al fine di migliorare i livelli

di performance che caratterizzano l'ente camerale quanto agli indicatori che esprimono il grado di riversamento sul sistema delle imprese di risorse e servizi, sia in rapporto all'organico che al numero complessivo delle imprese stesse.

IL SEGRETARIO GENERALE  
Giuliana Piandoro

IL PRESIDENTE  
Enrico Cipiccia

*(documento sottoscritto con firma digitale)*