

Il Contesto Socio Economico

Il contesto esterno di riferimento

La ricchezza prodotta

Nella seconda metà del 2013, il ciclo economico mondiale ha mostrato un rinnovato vigore (world output: +3% nel 2013), in virtù della situazione economica osservata nei paesi avanzati e delle dinamiche del commercio internazionale. Nell'area dell'euro, il prodotto interno ha osservato una contrazione nel 2013 (-0,4%), in ragione delle difficoltà interne dei paesi mediterranei. Nell'estate 2013, l'Italia ha interrotto la spirale negativa che ormai durava dal III trimestre 2011. L'attività produttiva, tuttavia, dopo il picco di novembre (+0,9%), torna in area negativa a dicembre (-1,2%), anche se le aspettative delle imprese rivelano un miglioramento del clima di opinione, anticipatore della ripresa degli investimenti.

Complessivamente l'Italia nel 2013 ha registrato una flessione del Pil pari a -1,9%; si tratta di una flessione meno severa di quella osservata nel 2012 (-2,4%), ma comunque la peggiore tra i principali paesi partner che testimonia il perdurare di uno stato di debolezza economica.

Nel corso del 2013 la provincia di Viterbo ha registrato una dinamica negativa risentendo dell'andamento recessivo dell'economia italiana; tuttavia, all'interno di un quadro nazionale di forte criticità, occorre evidenziare una maggiore tenuta del sistema economico locale per la minore sensibilità rispetto a quanto mediamente avviene nelle altre aree del Paese al ciclo dell'economia nazionale.

Infatti la provincia di Viterbo presenta nel 2013 una sostanziale stabilità in termini correnti del valore aggiunto (+0,1%), con un andamento in linea con la dinamica regionale e differenziandosi dal contesto nazionale nel quale prosegue il processo di contenimento con un valore aggiunto pari a -0,4%.

A livello settoriale si consolida il peso del terziario che nel 2012 contribuisce per il 78% alla produzione di ricchezza, segue l'industria in senso stretto (9,2%) che, nonostante abbia subito un ridimensionamento nel corso degli ultimi anni, risentendo degli effetti della recessione economica, continua ad esercitare un peso di rilievo in alcune aree del territorio, le costruzioni (6,8%) e, infine, l'agricoltura (6,1%).

A tale proposito occorre sottolineare che il peso del settore agricolo risulta particolarmente elevato rispetto alla media nazionale (2%) e regionale (1%), grazie alla presenza di importanti produzioni e coltivazioni di qualità. Inoltre l'agricoltura presenta un importante indotto per l'industria alimentare.

Il mercato del lavoro

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato B Atto del Consiglio n. 97.219 del 01.12.2014

Un aspetto particolarmente importante nell'analisi economica di un territorio è rappresentato dalle caratteristiche e dalle dinamiche demografiche, per gli effetti in termini di domanda di beni e servizi e di capacità produttiva.

La provincia di Viterbo è composta da poco più di 315 mila abitanti all'interno di un sistema di realtà locali altamente frammentato.

Accanto ad una elevata frammentazione territoriale si evidenzia una maggiore anzianità della popolazione come risulta dall'osservazione degli indicatori di struttura demografica.

Particolarmente elevati risultano infatti l'indice di dipendenza degli anziani e l'indice di vecchiaia, mentre contenuto è quello di dipendenza dei giovani, indicatori che mostrano una realtà con una forte presenza di anziani ed una più bassa di giovani.

A conferma di ciò la popolazione con 0-14 anni rappresenta appena il 12,7% (a fronte del 13,9% regionale) mentre quella con 65 e oltre il 22,3% (contro il 20,7% del Lazio).

Particolarmente elevato è anche l'indice di struttura che indica il grado di invecchiamento della popolazione attiva essendo costituito dal rapporto tra la popolazione di 40-64 anni e quella con 15-39 anni.

Un effetto dell'elevata età media e dell'alta concentrazione di popolazione con età anziana è la presenza di un saldo naturale fortemente negativo nel corso degli ultimi cinque anni (-3,5% nel solo 2012) che sta portando ad un graduale ridimensionamento della popolazione di cittadinanza italiana.

In forte crescita risulta, invece, la popolazione straniera, che rappresenta l'8,4% di quella complessiva.

Il mercato del lavoro locale ha risentito degli effetti della crisi economica registrando, a partire dal 2011, un graduale ridimensionamento, con il numero di occupati sceso di 4 mila unità, passando da 116,9 mila a 112,8 mila. La dinamica complessivamente negativa del mercato del lavoro, si riflette sui diversi indicatori, con il tasso di occupazione che scende dal 2009 al 2013 dal 54,2% al 52,8% mentre quello di disoccupazione sale dall'11,7% al 15,6% nel quinquennio considerato.

All'interno del mercato del lavoro è possibile osservare i dati e le dinamiche relative alla componente femminile, categoria professionale che nel corso degli anni è risultata in Italia penalizzata rispetto agli uomini adulti. Le differenze appaiono evidenti se si considera che a Viterbo, l'occupazione maschile (61,2%) supera in maniera considerevole quella femminile (44,4%), frutto di un sistema che tende a sfavorire la componente femminile e che non incentiva, insieme ad altri fattori, l'inserimento delle donne nel mercato del lavoro.

In questo contesto occorre evidenziare come le differenze di genere registrate nella provincia di Viterbo riflettano una situazione ampiamente diffusa su larga parte del territorio regionale e nazionale.

Il sistema imprenditoriale

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato B Atto del Consiglio n. 97.219 del 01.12.2014

Il sistema imprenditoriale della provincia di Viterbo presenta alcune peculiarità e caratteristiche che lo rendono diverso dal resto della regione e del territorio nazionale.

Il primo aspetto da evidenziare è la elevata frammentazione del tessuto produttivo, legata alla spiccata vocazione imprenditoriale, alla carenza di medie e grandi imprese e alle vocazioni del territorio.

Il settore più rappresentativo è quello dell'agricoltura, dove si concentrano quasi 11,8 mila imprese attive, grazie alle numerose coltivazioni e produzioni di qualità che offre il territorio, seguito dal commercio (quasi 7,8 mila), dalle costruzioni (4,9 mila) e con scarti più ampi dal manifatturiero (quasi 2 mila imprese attive). Al di là di questi macro settori, occorre ricordare i numerosi comparti del terziario, tra i quali spicca la ricettività turistica (1,9 mila imprese), seguita con oltre 500 imprese dalle agenzie di viaggio, le imprese di noleggio e i servizi a supporto delle imprese, dalle attività immobiliari, dalle attività professionali e scientifiche, dalle imprese di trasporto e magazzinaggio, e da quelle finanziarie e assicurative.

Nel complesso, analizzando gli andamenti relativi all'ultimo quinquennio, appare evidente la graduale riduzione del peso dei settori produttivi, ossia dell'agricoltura e del manifatturiero, a favore di quello dei servizi, come nel caso del commercio, della ricettività turistica, delle attività di intrattenimento e di alcune attività appartenenti al cosiddetto terziario avanzato, come nel caso delle attività immobiliari, professionali/scientifiche e di quelle a supporto delle imprese, percorso che mette in luce come la provincia di Viterbo, al di là della crisi economica, abbia avviato un processo di terziarizzazione dell'economia locale, in linea con quanto registrato a livello regionale e nazionale.

Nel corso degli ultimi anni si è registrato un graduale e costante mutamento del sistema produttivo, con le imprese sempre più orientate a costituirsi o trasformarsi in società con una forma giuridica più strutturata, come le società di capitali rispetto alle più semplici e "snelle" ditte individuali o società di persone.

Tale processo, è risultato nella provincia di Viterbo particolarmente marcato.

A conferma di ciò, nel viterbese, nel corso degli ultimi cinque anni, il tasso di variazione medio annuo è risultato pari al 4,9% per le società di capitali (a fronte del 2% nel Lazio e del 2,1% in Italia) e al 5,8% per quelle che rientrano sotto la denominazione di "altre forme" (rispetto al 3,4% nel Lazio e al 2,4% in Italia), tra le quali rientrano i Consorzi e altre forme di aggregazione.

In direzione opposta il tasso di variazione è risultato negativo per le ditte individuali e le società di persone che hanno registrato in media annua una riduzione pari rispettivamente all'1,4% e allo 0,7%

Nonostante tale processo il sistema imprenditoriale provinciale risulta ancora composto prevalentemente dalle ditte individuali che rappresentano, in termini numerici, il 72,1% del sistema imprenditoriale, un valore superiore alla media regionale (55,9%) e nazionale (61,7%); tale caratterizzazione è legata, in larga misura, alla forte vocazione agricola, settore che tende ad utilizzare quasi esclusivamente questa forma societaria. La seconda forma giuridica più diffusa, anch'essa in diminuzione, è quella delle società di persone (14,7%), seguita dalle società di capitali (10,9%) che rispetto al 2009 aumentano di 2,1 punti percentuali, e, infine, dalle altre forme che, nonostante il forte aumento, continuano a presentare un peso secondario (2,4%).

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato B Atto del Consiglio n. 97.219 del 01.12.2014

Il commercio estero

In un contesto di debolezza della domanda interna, un sostegno alla produzione delle imprese locali deriva dalle esportazioni che trovano beneficio dalla presenza di mercati stranieri fortemente dinamici. Se si esclude il 2009, nel corso dell'ultimo quinquennio le esportazioni nella provincia di Viterbo hanno registrato un andamento complessivamente positivo, segnando un incremento nel 2010 (+17,8%), nel 2012 (+19,8%) e nel 2013 (+5,1%), e una flessione nel solo 2011 (-6,5%); tale positivo andamento ha in parte contenuto gli effetti della crisi economica sull'economia locale. In questo contesto occorre tuttavia precisare come la provincia di Viterbo, a forte connotazione terziaria, non presenti una elevata apertura verso i mercati esteri ed una spiccata propensione per l'esportazione. Il rapporto tra le esportazioni e il valore aggiunto, che segna la propensione all'esportazione, misurando in qualche misura il contributo dei mercati stranieri alla produzione di ricchezza del territorio, risulta a Viterbo pari ad appena il 5,5%, valore ampiamente inferiore al già modesto 11,5% regionale per non parlare del confronto con la media nazionale (27,8%).

Più altalenante è l'andamento delle importazioni.

Focalizzando l'attenzione sull'ultimo anno si rileva una dinamica positiva dell'export (+5,1%) e dell'import (+10,8%) che sembra evidenziare, se confermata nei prossimi anni, una crescente internazionalizzazione delle imprese del territorio con una maggiore apertura dell'economia locale alle opportunità offerte dai mercati stranieri.

Per l'export dell'anno 2013 i settori di attività prevalenti e le dinamiche rispetto all'anno 2012 evidenziano una contrazione delle vendite all'estero per i minerali non metalliferi (33,1%) per effetto principalmente dei prodotti in porcellana e ceramica (23,9%), legati alle produzioni concentrate nel distretto di Civita Castellana.

Molto importante è anche la filiera agro-alimentare, con le esportazioni sia dei prodotti agricoli (14,1%), grazie alle produzioni di qualità del territorio, sia dell'industria alimentare (12,9%), all'interno della quale si rileva un peso maggiore per la frutta e gli ortaggi lavorati e conservati (7,8%). Tra gli altri settori si rileva un buon contributo alle esportazioni da parte del tessile, abbigliamento e pelli (18,1%), grazie alla vendita essenzialmente di capi di abbigliamento (14,5%), mentre un ruolo decisamente minore è esercitato dagli altri comparti produttivi.

Se si esclude la filiera agro-alimentare che subisce nel corso del 2013 una contrazione (-15,2% per l'agricoltura e -17,4% per l'industria alimentare), gli altri principali comparti delle esportazioni registrano una crescita, che risulta particolarmente marcata per gli articoli di abbigliamento (+92,1%) e più contenuta per i prodotti in ceramica e porcellana (+8,5%).

Il credito

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato B Atto del Consiglio n. 97.219 del 01.12.2014

Il sistema del credito costituisce un importante fattore di sviluppo che può contribuire ad aumentare o a rallentare la crescita economica di un territorio, per questo motivo è importante evidenziare l'andamento delle principali variabili, quali i depositi e gli impieghi bancari, la rischiosità del credito e il costo del denaro.

Nella provincia di Viterbo, al pari di quanto avvenuto in Italia, i depositi bancari hanno registrato negli ultimi anni una costante crescita, +3,8% nel 2012 e +3,5% nel 2013.

Il principale soggetto "finanziatore" del sistema bancario è rappresentato dalle famiglie che detengono l'86,1% delle risorse bancarie, seguite dal 12,2% delle imprese, i cui depositi sono generalmente finalizzati alla gestione corrente, e dall'1,7% degli altri settori.

Diversamente dai depositi, gli impieghi bancari registrano nella provincia di Viterbo un graduale ridimensionamento, seguendo una dinamica che ha caratterizzato l'economia nazionale.

Tra il 2011 e il 2013 l'ammontare dei finanziamenti del sistema bancario ha subito una riduzione dell'1,2% nel 2012 e del 2,5% nel 2013. La riduzione dei finanziamenti è stata accompagnata da un incremento delle sofferenze che denota un graduale aumento della rischiosità del credito, legata alle difficoltà delle imprese e delle famiglie a far fronte agli impegni finanziari assunti. L'aumento delle sofferenze è un fenomeno che in questi anni non ha conosciuto soste, registrando un +16,7% nel 2012 e +5,5% nel 2013, dato inferiore a quello registrato a livello nazionale (+14,8%).

Il quadro normativo di riferimento: Riforma del Sistema e conseguenze sulla mission del sistema camerale

Il quadro normativo attuale in cui si sta delineando la riforma complessiva del sistema camerale i cui elementi distintivi sono riconducibili principalmente alla ridefinizione delle circoscrizioni territoriali, al ridisegno delle competenze e al progressivo taglio del diritto annuale, dal 35%, al 40% per arrivare, a regime, al 50%, impone un profondo rinnovamento della mission del sistema camerale in tutte le sue articolazioni, sia a livello nazionale che a livello locale.

In modo particolare il prossimo triennio sarà caratterizzato da profondi cambiamenti, spesso radicali, delle attività e dei programmi camerali che dovranno essere riorientati in funzione delle competenze delle nuove Camere di Commercio.

In questo complesso quadro di riferimento è necessario ripensare il ruolo della Camera di Commercio.

Si dovrà tendere verso un modello di Amministrazione dinamica, propositiva, efficiente, al servizio delle imprese, che va incontro alle imprese e ai loro fabbisogni, con l'obiettivo di diventare l'istituzione di riferimento, il Punto Unico di Contatto, per la nascita e la crescita delle imprese.

Questo nuovo modello dovrà prevedere anche nuove modalità e strumenti di comunicazione, superando la consueta modalità istituzionale di contatto con le imprese, sviluppando un approccio personalizzato, basato anche sull'utilizzo delle tecnologie digitali.

In una situazione di scarsità di risorse è inoltre necessario intraprendere percorsi volti ad una ulteriore razionalizzazione della spesa pubblica e all'efficientamento partendo dall'esercizio in forma associata di alcune funzioni amministrative, l'implementazione delle forme di automazione dei servizi, la prosecuzione di politiche di gestione finalizzate alla riduzione degli oneri di funzionamento ed in particolare di quelli collegati alle spese di cancelleria e postali.

LA RELAZIONE PREVISIONALE E PROGRAMMATICA
I PROGRAMMI ANNO 2015

PRIORITA' STRATEGICA	1	COMPETITIVITA' DELL'ENTE
LINEA PROGRAMMATICA:	1A	VALORIZZAZIONE E PROMOZIONE DELL'ENTE CAMERALE QUALE PUNTO SINGOLO DI CONTATTO PER IMPRESE E PROFESSIONISTI
1A1	SPORTELLI E SERVIZI DEDICATI PER IMPRESE E PROFESSIONISTI	
	Al fine di migliorare la qualità e l'efficienza dei servizi erogati nonché rispondere alle istanze e ai nuovi bisogni dei diversi stakeholders camerali sono istituiti "Servizi e Sportelli Dedicati" che offrono l'opportunità ad imprese professionisti, associazioni di categoria, agenzie per le imprese, ma anche a comuni cittadini che coltivano l'idea di una "futura possibile impresa" di fruire di informazioni, formazione, supporto ed assistenza personalizzati sotto la guida di personale professionalizzato e qualificato. Sono quindi individuati e/o potenziati i seguenti Servizi e Sportelli Dedicati: 1. Accoglienza e Primo Orientamento: Accoglie, ascolta fornisce prime informazioni di base ed orienta l'interlocutore individuando i servizi necessari al soddisfarne le richieste. 2. Sportello Specialistico Servizi Anagrafico Certificativi: consulenza specifica formativa ed informativa diretta ad imprese, associazioni di categoria, professionisti e agenzie per le imprese, sulle tematiche inerenti gli adempimenti pubblicitari nel Registro delle Imprese, iscrizioni all'Albo delle Imprese Artigiane, requisiti professionali ed adempimenti amministrativi necessari per l'esercizio di attività economiche, anche tramite call center; 3. Promozione Turismo: punto di informazione e formazione relativo alle iniziative promosse e/o supportate dall'Ente Camerale finalizzate alla promozione del territorio e della filiera del turismo con particolare riguardo al modello "turismo integrato". 4. Reti di Impresa: Informazione, formazione e supporto per la costituzione delle "reti di impresa". 5. Credito: orientamento ed informazione alle imprese circa le opportunità, le agevolazioni e gli interventi posti in essere da Istituti di credito e Confidi. 6. Nuova Impresa, Imprenditoria Femminile e Giovanile: prima informazione ed orientamento su tematiche strettamente connesse alla creazione e gestione d'impresa Digital Economy, Comunicazione e	

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato B Atto del Consiglio n. 97.219 del 01.12.2014

	Credito. 7. Internazionalizzazione: Consulenza e formazione specializzate a favore di imprese esportatrici o interessate ad avviare un percorso per l'internazionalizzazione delle proprie produzioni; 8. Digital Economy e Comunicazione: informazione, formazione ed assistenza tecnica per le imprese interessate a scoprire i vantaggi e le opportunità offerte dall'economia digitale e ad essere supportate in materia di comunicazione.
INDICATORI	- Realizzazione di almeno 8 interventi formativi; - Gestione dei contatti con almeno 1000 stakeholders; - Realizzazione di almeno 20 incontri dedicati con Associazioni e Professionisti.
1A2	COMUNICAZIONE INTEGRATA
	Comunicare in modo efficace ed efficiente è la strategia per diffondere la conoscenza di se, di ciò che si è e ciò che si fa ad un pubblico ampio in modo semplice, veloce ed economico. La Camera di Commercio nel perseguire tali finalità diventa punto unico di contatto per imprese, professionisti, associazioni di categoria, istituzioni pubbliche e private mediante la gestione integrata delle informazioni inerenti i servizi, i progetti e le attività camerali in generale. La gestione della comunicazione è realizzata utilizzando tutte le possibili forme di contatto, dal front office al telefono, ma al fine di conseguire elevati livelli di efficacia ed efficienza si privilegiano in particolare le tecnologie informatiche/telematiche che consentono di contattare contemporaneamente una pluralità di interlocutori. Sono inoltre da perseguire rapporti più sinergici con le Associazioni di Categoria che possano favorire la veicolazione in modo efficace delle informazioni e dei servizi camerali alle imprese associate utilizzando i propri strumenti di comunicazione. Si punterà in modo particolare alla valorizzazione dei siti internet istituzionali della Camera di Commercio e dell'Azienda Speciale e alla implementazione dei servizi on line.
INDICATORI	• Revisione e ottimizzazione dei Siti internet dell'Ente camerale e Azienda Speciale secondo un'impostazione 2.0 • Incremento del 10% dei destinatari che ricevono la newsletter settimanale

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato B Atto del Consiglio n. 97.219 del 01.12.2014

	Attivazione social network per l'Ente camerale
--	--

LINEA PROGRAMMATICA:	1B	PROMOZIONE DELL'EFFICIENZA SEMPLIFICAZIONE DEI PROCESSI INTERNI	E
1B1	EFFICIENTAMENTO DEI SERVIZI E DELLE FUNZIONI		
1B1a	FUNZIONI ASSOCIATE		
	Promozione e sviluppo di accordi di cooperazione nell'ambito del sistema camerale tesi all'efficientamento dei servizi interni mediante la realizzazione di protocolli d'intesa per lo svolgimento di funzioni in forma associata.		
INDICATORI	Realizzazione ed attuazione di almeno 2 accordi per la realizzazione di funzioni associate		
1B1b	RECUPERO DIRITTO ANNUALE E CREDITI CAMERALI		
	Analisi dei crediti camerali diversi dal diritto annuale e attuazione di misure di recupero e riscossione. Azioni finalizzate al miglioramento del tasso di riscossione del Diritto Annuale entro i termini di legge per il ravvedimento operoso anche mediante il coinvolgimento e la collaborazione delle Associazioni di Categoria e Ordini Professionali con cui porre in essere azioni congiunte		
INDICATORI	- Azioni di recupero diretto del diritto annuale nei confronti di almeno 12000 posizioni. - Analisi di tutte le posizioni debitorie attive al 31.12.2014 ed attivazione delle azioni di recupero.		
1B2	FUNDRAISING		
	Analisi e Progettazione diretta a cogliere le opportunità derivanti dall'accesso ai finanziamenti europei a gestione diretta e fondi strutturali.		
INDICATORI	Presentazione di almeno 5 progetti a valere sui finanziamenti a gestione diretta o fondi strutturali		
1B3	AUTOMAZIONE DEI SERVIZI - GESTIONE DOCUMENTALE		
	Implementazione di sistemi innovativi automatizzati per della gestione dei flussi documentali e dei provvedimenti amministrativi. PEC, posta elettronica ordinaria e modulistica in formato elettronico sono strumenti privilegiati nel perseguimento degli obiettivi di efficientamento dei processi interni.		
INDICATORI	Riduzione del numero di spedizioni di posta prioritaria e raccomandate		

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato B Atto del Consiglio n. 97.219 del 01.12.2014

	nell'ordine del 5% rispetto al dato 2014. • Riduzione spese di consumo per carta nell'ordine del 5% rispetto al dato 2014.
--	---

PRIORITA' STRATEGICA	2	COMPETITIVITA' DEL TERRITORIO
LINEA PROGRAMMATICA:	2A	CONSOLIDAMENTO E SVILUPPO DI SINERGIE INTERISTITUZIONALI UTILI PER LA PROMOZIONE LA CRESCITA ECONOMICO-SOCIALE DEL TERRITORIO.
2A1	SVILUPPO DI ASSET STRATEGICI PER IL TERRITORIO	
	Promozione e sviluppo di accordi di partenariato con asset strategici per lo sviluppo dell'economia provinciale orientati promuovere sul territorio e fra le aziende servizi ad elevato valore aggiunto e offrire opportunità commerciali, con particolare attenzione alle infrastrutture presenti sull'asse Orte-Civitavecchia ed in modo specifico Centro Merci Orte e Porto di Civitavecchia.	
INDICATORI	Stesura di almeno 2 protocolli d'intesa con per la valorizzazione e diffusione di servizi ad alto valore aggiunto finalizzati a favorire lo sviluppo di politiche commerciali delle aziende della Toscana.	
2A2	QUALIFICAZIONE DEI GAL QUALI STRUMENTI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE DEL TERRITORIO	
	Coordinamento ed indirizzo delle azioni di sviluppo dei futuri GAL e delle relative progettualità.	
INDICATORI	Predisposizione della progettazione di almeno 1 GAL relativamente alla nuova programmazione.	
2A3	TAVOLO SULLA CASTANICOLTURA PROVINCIALE	
	Gestione tavolo di concertazione per analisi delle problematiche concernenti la castanicoltura, studio ed utilizzazione di strumenti di contenimento e/o risoluzione della situazione di crisi. Partecipano Ministero Politiche Agricole, Comuni castanicoli, Università della Toscana, Regione Lazio, Associazioni Agricoltori.	
INDICATORI	Organizzazione di almeno 3 incontri finalizzati alla realizzazione delle attività tecniche.	

LINEA PROGRAMMATICA:	2B	SEMPLIFICAZIONE AMMINISTRATIVA
2B1	SPORTELLI UNICI ATTIVITA' PRODUTTIVE	
	Consolidamento delle attività per la semplificazione amministrativa e gli Sportelli unici Attività Produttive attraverso attività formative specificatamente dedicate ad imprenditori, associazioni di categoria e professionisti finalizzate alla diffusione dell'uso dei servizi telematici	

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato B Atto del Consiglio n. 97.219 del 01.12.2014

	disponibili nel portale impresainungiorno.gov.it, ai fini degli adempimenti amministrativi necessari per l'avvio e/o la modifica di un'attività imprenditoriale. Formazione ed assistenza ai referenti degli Sportelli Unici Attività Produttive presso le Amministrazioni Comunali. Promozione di rapporti di collaborazione con le "Agenzie per le Imprese" al fine di sostenere il processo di semplificazione amministrativa che passa anche attraverso l'estensione dell'uso dei servizi digitali disponibili sulla piattaforma impresainungiorno, e la implementazione del "fascicolo unico di impresa", luogo digitale dove tutti i fatti riguardanti il rapporto PA-impresa trovano deposito e quindi accesso per le parti pubbliche e private interessate. A tal fine si promuove la costituzione di un tavolo di lavoro con i Comuni e gli altri interlocutori interessati per la realizzazione di un "fascicolo d'impresa" pienamente operativo con si arricchirà il "patrimonio informativo" detenuto dall'Ente Camerale che potrà gestire e rendere disponibile ad imprese e P.A. Monitoraggio del grado di utilizzazione delle pratiche SUAP telematiche.
INDICATORI	- Realizzazione di 2 percorsi di formazione dedicati alle categorie professionali, associazioni di categoria e agenzie per le imprese che interagiscono con i SUAP; - Assistenza alla rete locale SUAP con realizzazione di 3 incontri periodici di aggiornamento;
2B2	SERVIZI INNOVATIVI
	E' promossa la diffusione dei dispositivi di firma digitale quali strumenti necessari a imprese, professionisti e cittadini per l'accesso ai servizi on line della Pubblica Amministrazione.
INDICATORI	Rilascio di n. 1200 dispositivi di firma digitale

LINEA PROGRAMMATICA:	2C	MARKETING TERRITORIALE
2C1	TURISMO	
	Promozione dell'attrattività turistica mediante azioni finalizzate al consolidamento e alla diffusione del modello di sviluppo "turismo integrato" già sperimentato negli ultimi anni con il progetto "Tuscia Welcome" rafforzando e sfruttando le positive ricadute derivanti da una sempre più spinta correlazione e sinergia con le azioni di promozione delle eccellenze produttive ed enogastronomiche ed in particolare di quelle contraddistinte dal Marchio Collettivo Tuscia Viterbese, anche nell'ambito delle Feste del Vino della Castagna e dell'Olio, e di ulteriori iniziative promosse da altri Enti e/o Associazioni, sostenute e/o partecipate dalla Camera di Commercio, finalizzate alla valorizzazione del territorio di cui si esprimono cultura, arte e tradizioni, con un'attenzione particolare rivolta ad EXPO 2015. Partecipazione a manifestazioni e workshop locali e regionali di promozione turistica ed altre iniziative a valenza turistica in compartecipazione ad altri Enti ed Organismi operanti sul territorio.	

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato B Atto del Consiglio n. 97.219 del 01.12.2014

	Realizzazione di attività di formazione e supporto dedicate a migliorare la capacità competitiva delle imprese operanti nel settore del turismo con particolare attenzione alle seguenti tematiche: reti di impresa, comunicazione e marketing, con particolare riferimento alla digital economy modello turismo integrato – Tuscia Welcome. Implementazione e rafforzamento delle attività di comunicazione orientate in modo particolare alla utilizzazione degli strumenti di web marketing e social network per il raggiungimento capillare di una platea di utenti sempre più estesa geograficamente e socialmente variegata. Istituzione di un “Servizio Dedicato alla Promozione del Turismo” come punto di informazione relativo alle iniziative promosse e/o supportate dall’Ente Camerale finalizzate alla promozione del territorio e della filiera del turismo con particolare riguardo al modello “turismo integrato”.
INDICATORI	• Incremento del 5% delle imprese partecipanti al progetto Tuscia Welcome; • Gestione della presenza delle imprese ad almeno 2 iniziative di promozione turistica.
2C2	Coordinamento della promozione delle Feste del Vino, Castagna e Olio.
	Coordinamento della promozione delle Feste del Vino, Castagna e Olio, con un’ottica orientata all’integrazione con le altre iniziative di marketing territoriale dell’Ente.
INDICATORI	• Ampliamento della rete dei Comuni che partecipano al coordinamento delle Feste rispetto al 2014; • Organizzazione di almeno 2 incontri formativi/informativi con i rappresentanti dei Comuni per elevare la qualità delle manifestazioni e creare sinergie con gli operatori economici delle reti Tuscia Welcome e Marchio Tuscia Viterbese.
2C3	MARCHIO COLLETTIVO TUSCIA VITERBESE
	Prosecuzione delle azioni mirate alla valorizzazione delle eccellenze produttive del territorio ed in particolare di quelle contraddistinte dal Marchio Collettivo Tuscia Viterbese anche attraverso la qualificazione delle stesse rispetto principi della Dieta Mediterranea. Realizzazione di attività formative e divulgative dedicate ai produttori e ai ristoratori sui principi della dieta mediterranea e i benefici per la salute. Promozione di iniziative specifiche anche attraverso il coinvolgimento della rete locale dei ristoranti che utilizzando i prodotti del Marchio realizzano piatti e menù tipici del territorio conformi al modello alimentare mediterraneo. Saranno previste specifiche attività promozionali collegate ad Expo’ 2015 da tenersi negli spazi dedicati alla Regione Lazio.

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato B Atto del Consiglio n. 97.219 del 01.12.2014

	Divulgazione di informazioni inerenti prodotti, disciplinari e modalità di adesione oltre che alla formazione ed informazione dei licenziatari del Marchio Collettivo Tuscia Viterbese finalizzata al miglioramento degli standard qualitativi di prodotto e di servizio e ad una più competitiva collocazione degli stessi sui mercati nazionale ed internazionale anche attraverso forme di aggregazione di imprese. Gestione delle attività tecniche correlate a garantire il rispetto dei disciplinari approvati e all'analisi di nuove opportunità di ampliamento dei disciplinari gestiti con estensione della rosa dei prodotti/servizi attualmente contemplati.
INDICATORI	1. Incremento del 5% delle imprese aderenti al marchio collettivo Tuscia Viterbese. 2. Verifica di almeno il 20% delle imprese licenziatricie più tutte quelle nuove. 3. Realizzazione di almeno 1 evento di promozione dei prodotti del Marchio Collettivo Tuscia Viterbese nell'ambito delle iniziative promosse in occasione di Expo' 2015.
2C4	SOSTEGNO AD INIZIATIVE DI ENTI ED ORGANISMI DIVERSI PER LA VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO
	Partecipazione in forma associativa ad enti, società, organismi locali, regionali e nazionali che esercitano attività di rilevanza strategica per il perseguimento dei fini istituzionali dell'Ente. Sostegno e compartecipazione ad iniziative di promozione e valorizzazione del territorio privilegiando quelle correlate ad Expo' 2015.
INDICATORI	Compartecipazione e/o sostegno ad almeno 4 iniziative di promozione del territorio.

LINEA PROGRAMMATICA:	2D	QUALITA' DEL LAVORO NELLE IMPRESE
2D1	ORIENTAMENTO ALTERNANZA SCUOLA-LAVORO E FORMAZIONE	
	Rafforzamento dell'informazione e della formazione orientativa, delle esperienze on the job e istituzione di uno sportello virtuale per l'orientamento. Cooperazione con le istituzioni scolastiche e universitarie in materia di alternanza scuola-lavoro e per l'orientamento al lavoro e alle professioni, in attuazione dell'articolo 2, co. 2, lettera n), del D.Lgs. 23/2010. Promozione e sviluppo di programmi finalizzati alla validazione degli apprendimenti nell'ambito del sistema nazionale di certificazione delle competenze e supporto al placement (incontro domanda-offerta di competenze, partendo dalla valorizzazione delle informazioni strategiche del sistema informativo excelsior). Sostegno allo sviluppo degli Istituti tecnici superiori per agevolare l'inserimento lavorativo degli studenti. Promozione e realizzazione di programmi formativi su tematiche di attualità e di specifico interesse per professionisti ed imprese anche in collaborazione con Ordini e Collegi professionali, Università e Istituzioni Scolastiche. Gestione e divulgazione del catalogo delle iniziative formative realizzate dall'Ente Camerale anche per il tramite dell'Azienda Speciale.	
INDICATORI	• Realizzazione di almeno 6 incontri di orientamento, divulgazione e	

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato B Atto del Consiglio n. 97.219 del 01.12.2014

	formazione per target omogenei di studenti su professioni tecnico scientifiche, in collaborazione con le scuole;		
	Realizzazione del catalogo delle iniziative formative dell'Ente Camerale e dell'Azienda Speciale con almeno 20 iniziative formative.		
LINEA PROGRAMMATICA:		2E	VALORIZZAZIONE E DIFFUSIONE DELL'INFORMAZIONE ECONOMICA
2E1	OSSERVATORIO ECONOMICO PROVINCIALE		
	Rafforzamento delle analisi economiche e dell'Osservatorio in sinergia con il Sistema Camerale, le Associazioni di categoria e l'Università degli Studi della Tuscia, rilevanti anche al fine di supportare le decisioni strategiche dell'Amministrazione Camerale		
INDICATORI	- Realizzazione Polos - Realizzazione di almeno 4 report statistico/economici sulla Tuscia Viterbese.		

PRIORITA' STRATEGICA	3	COMPETITIVITA' DELLE IMPRESE
LINEA PROGRAMMATICA:	3A	RAFFORZARE IL POSIZIONAMENTO DELLE IMPRESE DELLA TUSCIA SUI MERCATI NAZIONALI ED INTERNAZIONALI IN RACCORDO CON LA TUTELA DEL MADE IN ITALY
3A1	SERVIZIO NUOVA IMPRESA	
	Promozione e sostegno dell'autoimpiego per la creazione, il decollo, lo sviluppo e la sostenibilità di nuove imprese anche mediante il consolidamento dello sportello camerale per l'imprenditoria giovanile, nell'ambito del programma "Garanzia Giovani". Gestione Sportello Dedicato Nuova Impresa in coordinamento con i Servizi per l'Imprenditoria Femminile e Giovanile di prima informazione e orientamento a cui affiancare incontri seminariali su tematiche strettamente connesse alla creazione e gestione d'impresa, con sessioni dedicate in particolare allo sviluppo delle competenze commerciali, all'accesso ad innovative formule di credito e alle aggregazioni di impresa (reti).	
INDICATORI	Coinvolgimento di almeno 30 imprese che possono usufruire del programma Garanzia Giovani. Le azioni di realizzazione del programma contribuiscono al raggiungimento dei target individuati nell'ambito del programma "Sportelli e Servizi dedicati per imprese e professionisti".	
3A2	IMPRENDITORIA FEMMINILE	
	Erogazione di servizi per la nuova imprenditorialità anche in coordinamento con i servizi nuova impresa, e digital economy e credito, mediante l'istituzione di uno Sportello Dedicato in coordinamento con i Servizi per la Nuova Impresa e Imprenditoria Giovanile. Realizzazione di percorsi formativi ed informativi.	

**CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI
VITERBO**

Allegato B Atto del Consiglio n. 97.219 del 01.12.2014

INDICATORI	Realizzazione di almeno 3 iniziative formative-informative
3A3	SPORTELLO PROMOZIONE RETI DI IMPRESA
	Promozione e divulgazione della cultura delle reti di impresa quale strumento per avviare e/o consolidare rapporti di collaborazione e business tra le imprese anche attraverso la creazione di network interregionali e interprovinciali orientati prevalentemente all'internazionalizzazione, alla qualificazione del Made in Italy, alla valorizzazione dell'offerta turistica, all'innovazione tecnologica ed organizzativa. Promozione delle opportunità derivanti dalla partecipazione alle reti di impresa a finanziamenti e agevolazioni.
INDICATORI	- Realizzazione di almeno 3 iniziative formative dedicate; - Costituzione di un tavolo di lavoro con gli Ordini Professionali per la promozione delle reti di impresa; - Predisposizione di almeno 2 contratti di rete.
3A4	CREDITO
	Coordinamento e gestione di un tavolo di confronto fra Istituti di credito e Confidi per approfondimenti in ordine alle difficoltà riscontrate dalle imprese nell'accesso al credito e sugli strumenti ed i possibili interventi per superare tale problematica. Istituzione di uno Sportello dedicato che possa orientare e fornire informazioni alle imprese circa le opportunità, le agevolazioni e gli interventi posti in essere da istituti di credito e CONFIDI.
INDICATORI	- Realizzazione di almeno 3 incontri Banche – Confidi; - Stesura di linee guida relativamente agli strumenti di accesso al credito.
3A5	INTERNAZIONALIZZAZIONE
	Rafforzamento del ruolo dell'Ente Camerale nel sostegno per le imprese esportatrici e le imprese potenzialmente interessate ad operare sui mercati internazionali, mediante la istituzione di uno "Sportello dedicato all'Internazionalizzazione". Realizzazione di azioni di promozione internazionale che rispondano a specifiche analisi di prodotto/mercato anche in raccordo con le iniziative del sistema camerale o regionale. Diffusione della cultura dell'internazionalizzazione, anche mediante azioni di promozione di percorsi formativi dedicati a figure professionali specializzate a fornire consulenza e supporto specifici per l'accesso ai mercati internazionali. Rafforzamento della Piattaforma Informativa WorldPass.
INDICATORI	Coinvolgimento di almeno 100 imprese nei percorsi di internazionalizzazione.

**CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI
VITERBO**

Allegato B Atto del Consiglio n. 97.219 del 01.12.2014

3A6	PROMOZIONE DELLA DIGITAL ECONOMY
	In coerenza con il programma nazionale per la cultura digitale si prevede la realizzazione di interventi volti a favorire la promozione della cultura digitale fra le PMI. In particolare, in continuità con l'esperienza maturata nelle ultime due annualità, avvalendosi dell'alleanza strategica tra sistema camerale e Google, sarà istituito un "Servizio dedicato alla Digital Economy" che gestirà l'informazione, la formazione e l'assistenza tecnica a favore di aziende locali che potranno così scoprire le opportunità offerte dall'economia digitale, iniziando a rafforzare il proprio percorso di digitalizzazione attraverso attività di promozione on line, attivazione di forme di e-commerce, definizione di campagne di marketing on line. Al fine di agevolare tale percorso e gli investimenti nella digital economy saranno promossi accordi e forme di aggregazione fra imprese finalizzati anche al contenimento degli investimenti.
INDICATORI	Coinvolgimento di almeno 20 aziende nei servizi di promozione e realizzazione di interventi di digital economy.
3A7	PROMOZIONE DELL'AGROALIMENTARE
	Gestione e supporto delle certificazioni agroalimentari di qualità. Promozione sviluppo del paniere di prodotti certificati. Attività di controllo sulla produzione integrata settore ortofrutticolo. Monitoraggio parassiti della castagna e gestione coordinata degli interventi di contrasto con pubblicazione e diffusione dei risultati. Avvio di un'attività di diffusione delle informazioni relative alle nuove emergenze e analisi della castanicoltura, ovvero i marciumi provocati da <i>Gnomonopsis castanea</i>. Supporto e valorizzazione delle filiere del nocciolo e del castagno e prosecuzione della pubblicazione tecnico scientifica Corylus & Co.
INDICATORI	Realizzazione dei controlli sulle certificazioni agroalimentari di qualità in conformità a quanto previsto dai Piani di controllo. Realizzazione dei controlli, a domanda, sulla produzione integrata settore ortofrutticolo. Realizzazione di almeno 2 iniziative di valorizzazione dei prodotti a DOP e IGP in raccordo con le iniziative di promozione turistica e del Marchio Collettivo Tuscia Viterbese. Realizzazione di almeno 1 un ciclo di monitoraggio sui due principali fitofagi del castagno e realizzazione di almeno una attività di diffusione delle informazioni circa la nuova emergenza del castagno con presentazione dei risultati scientifici prodotti.
3A8	GESTIONE DI INIZIATIVE DI VALORIZZAZIONE E PROMOZIONE DEL MADE IN ITALY E DELLE PRODUZIONI LOCALI.
	Promozione delle manifestazioni fieristiche e degli workshop nazionali,

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato B Atto del Consiglio n. 97.219 del 01.12.2014

	regionali e locali, anche in raccordo con le iniziative del sistema camerale, e supporto ed assistenza alle imprese partecipanti.
INDICATORI	Coinvolgimento di almeno 80 imprese nelle iniziative di valorizzazione e promozione del made in Italy e delle produzioni locali.

LINEA PROGRAMMATICA:	3B	INIZIATIVE PER LA REGOLAZIONE DEL MERCATO
3B1	CONCILIAZIONE, ARBITRATO E TUTELA DELLA PROPRIETA' INDUSTRIALE	
3B1a	Realizzazione di una campagna di informazione e divulgazione degli strumenti di mediazione e conciliazione. Gestione puntuale delle pratiche relative alla mediazione, quale condizione di procedibilità della domanda giudiziale nelle materie elencate dall'art. 5, comma 1, del D. lgs. 28/2010.	
3B1b	Rafforzamento delle azioni di supporto rivolte in modo particolare alle imprese innovative, in materia di tutela della proprietà industriale, attraverso il rafforzamento dei servizi informativi, la diffusione della cultura della tutela della proprietà industriale, e servizi di consulenza specialistica.	
INDICATORI	- Realizzazione di n. 4 giornate di consulenza specializzata/workshop in materia di proprietà industriale, lotta alla contraffazione etc.... - Organizzazione di un evento di promozione e divulgazione del servizio di mediazione e delle attività dell'organismo.	