

Il Contesto Socio Economico

Il contesto esterno di riferimento

La ricchezza prodotta

Nel 2014 la fase di crescita dell'economia internazionale ha continuato ad essere relativamente modesta. L'attività economica infatti, ha accelerato nettamente negli Stati Uniti e in Gran Bretagna, mentre è apparsa instabile quella delle altre principali economie mondiali. Nell'area dell'euro, si evidenzia come il ritmo di crescita nel 2014, sia risultato ancora lieve e disomogeneo. Il prodotto interno lordo dell'area euro è cresciuto dello 0,9% rispetto al 2013, grazie soprattutto all'accelerazione registrata nella seconda parte dell'anno, generata, in gran parte, dalla solida, ancorché moderata, espansione dei consumi privati e delle esportazioni nette. All'interno dell'eurozona gli andamenti sono stati ancora differenziati: si è registrata una crescita significativa da parte dell'economia tedesca (+1,6%); la Spagna, dopo anni di gravi difficoltà, ha mostrato segnali robusti di ripresa (+1,4%); la Francia ha incrementato moderatamente il proprio prodotto (+0,4%). L'Italia non è ancora riuscita ad invertire la tendenza in atto nell'ultimo triennio ed ha chiuso il 2014 con una flessione, seppur debole, del Prodotto interno lordo nazionale (-0,4%). Il calo sperimentato dall'economia italiana nel 2014 è scaturito dalla diminuzione del valore aggiunto nei principali comparti produttivi ad eccezione dei servizi. Dal lato della domanda, il contributo negativo della componente nazionale è stato compensato dall'apporto positivo, fornito anche in questo periodo, dalla componente estera netta. A fronte di un 2014 ancora complesso, appare importante sottolineare come i principali dati relativi all'economia mondiale hanno mostrato, ad inizio 2015, segnali incoraggianti.

Nel corso del 2014 la provincia di Viterbo ha registrato ancora una dinamica negativa risentendo dell'andamento recessivo dell'economia italiana.

Si evidenzia tuttavia una tenuta del sistema economico locale per la minore sensibilità rispetto a quanto mediamente avviene nelle altre aree del Paese al ciclo dell'economia nazionale

Il valore aggiunto, che rappresenta la capacità del sistema locale di produrre ricchezza, presenta per la provincia di Viterbo una dinamica positiva in termini correnti (+0,5%), differenziandosi rispetto alla dinamica regionale (-0,2%) ed allineandosi al contesto nazionale (+0,2%). Nonostante la tendenza in crescita del valore aggiunto 2014, si evidenzia una dinamica complessivamente negativa osservando i dati relativi al periodo 2011-2013, durante il quale Viterbo segna, sempre in termini correnti, una flessione del 3,4%.

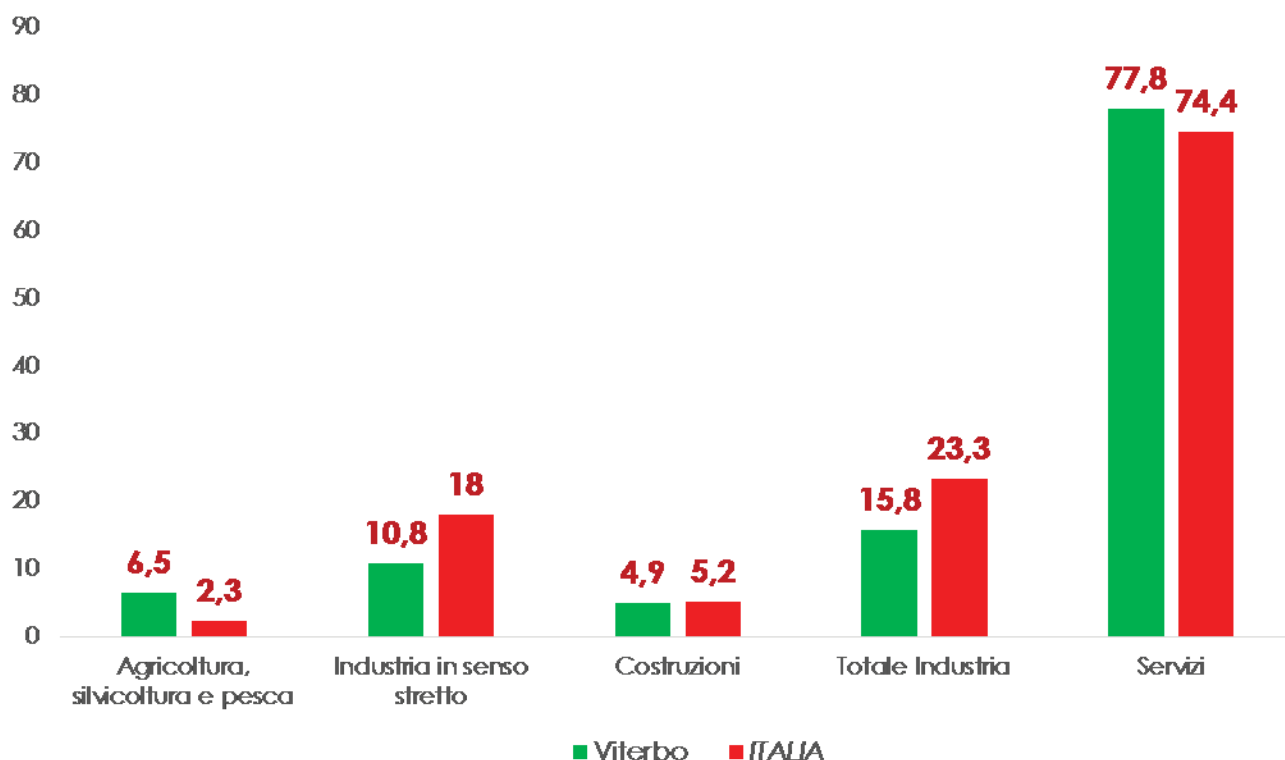
Il comparto che registra il ridimensionamento più marcato è quello delle costruzioni (-19,3%), il manifatturiero (-1,2%). I due settori insieme portano l'intera industria a segnare un calo del 7,7%. Negativi anche il terziario (-2,3%) e l'agricoltura (-5,5%).

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato A Atto del Consiglio n. 102.228 del 20.11.2015

Il contributo dei diversi settori alla ricchezza prodotta nel territorio è molto diverso. Spicca il 78% del terziario, mentre l'industria in senso stretto contribuisce per il 10,8%, le costruzioni per il 4,9% e l'agricoltura per il 6,5%.

E' evidente il peso del settore agricolo sia rispetto al valore nazionale sostanzialmente triplicato e al valore regionale pari all'1%, a significare la presenza di importanti produzioni e coltivazioni di qualità che rappresentano l'indotto dell'industria alimentare.



Il sistema imprenditoriale

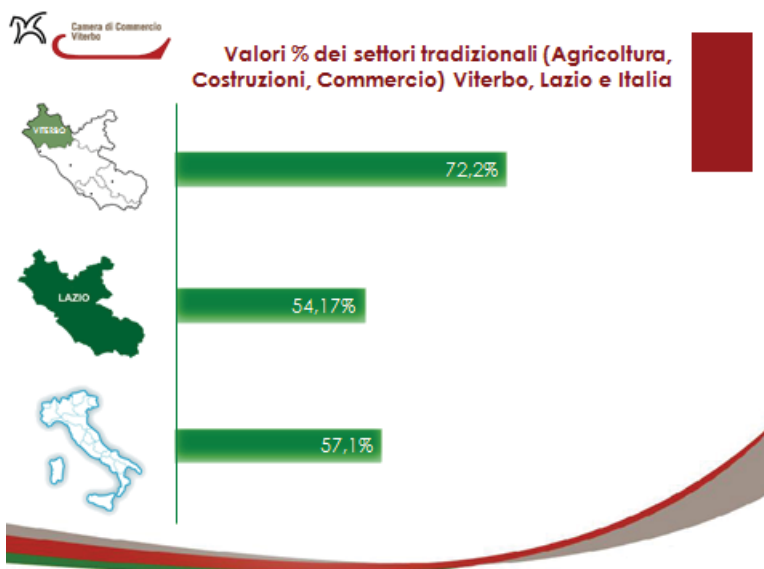
La provincia di Viterbo presenta un tessuto imprenditoriale molto frammentato, dovuto alla spiccata vocazione imprenditoriale, ed una carenza di medie e grandi imprese.

Nel complesso, le imprese registrate nel viterbese ammontano a 37.564 unità, delle quali 33.274, pari all'88,6%, risultano attive. Il settore più rappresentativo è quello dell'agricoltura, dove si concentrano oltre 11 mila imprese attive, grazie alle numerose coltivazioni e produzioni di qualità che offre il territorio, seguito dal commercio 7.616, dalle costruzioni 4.805 e con scarti più ampi dal manifatturiero (quasi 2 mila imprese attive).

Nel terziario spicca la ricettività turistica (1,9 mila imprese), seguita con oltre 700 imprese dalle agenzie di viaggio, le imprese di noleggio e i servizi a supporto delle imprese (attività immobiliari, professionali e scientifiche, trasporto e magazzinaggio, finanziarie ed assicurative).

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato A Atto del Consiglio n. 102.228 del 20.11.2015



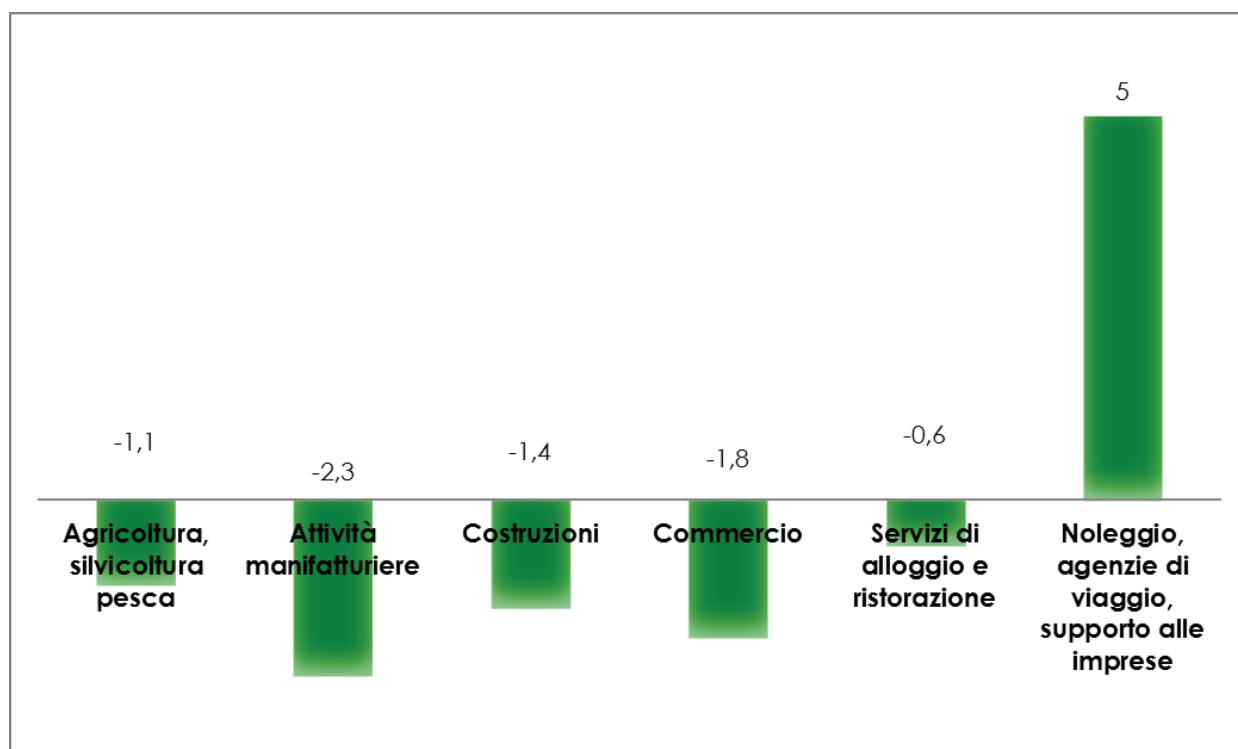
CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato A Atto del Consiglio n. 102.228 del 20.11.2015

Accanto al valore assoluto, relativo a fine dicembre 2014, è possibile osservare i dati relativi alle nuove iscrizioni e cessazioni; nel complesso, salvo rare eccezioni, tutti i settori economici registrano un numero di cessazioni superiore a quello delle iscrizioni, un fenomeno che caratterizza anche larga parte del territorio regionale e nazionale e che mette in mostra un processo di ridimensionamento del tessuto imprenditoriale locale e una trasversalità territoriale e settoriale degli effetti della crisi economica.

Nel complesso, osservando la variazione del numero di aziende attive si evidenzia il ridimensionamento per l'agricoltura (-1,1%), del manifatturiero (-2,3%), delle costruzioni (-1,8%), dei servizi di alloggio e ristorazione (-0,6%).

Risultano in crescita gli altri settori, in particolare il settore noleggio ed agenzie di viaggio segna + 5,0%.



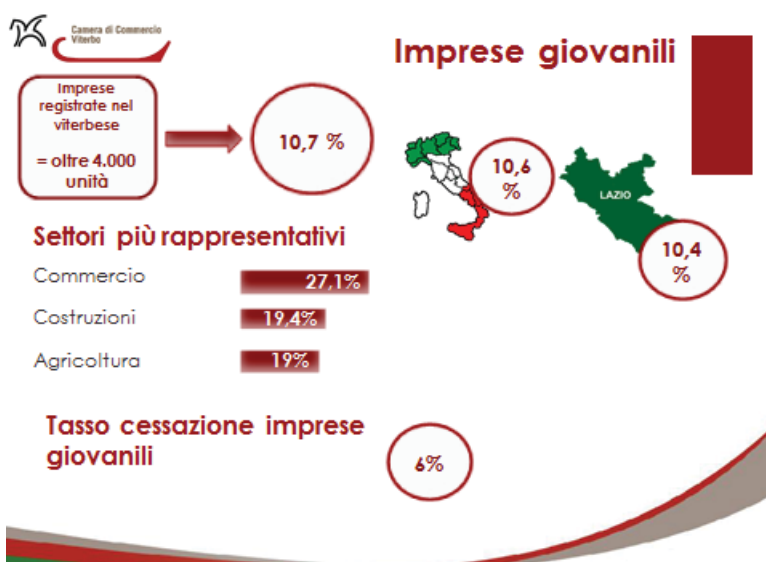
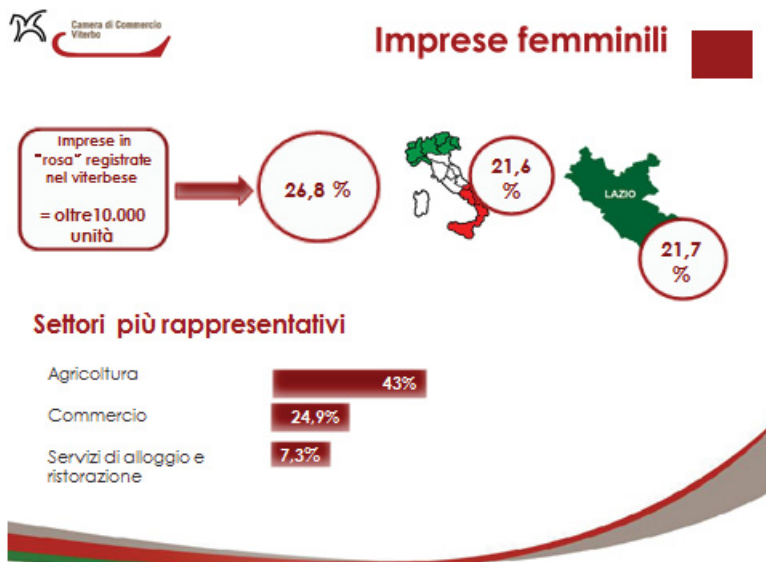
Gli ultimi dati inerenti il movimento anagrafico delle imprese nella Provincia di Viterbo relativi al 3° trimestre 2015 evidenziano una ripresa della vitalità con un saldo al terzo trimestre 2015 positivo di 99 unità ed un tasso di crescita pari allo 0,3%. Un dato confortante, leggermente inferiore a quello regionale (0,5%) e in linea con quello nazionale (0,3%). Da un'analisi più approfondita si può cogliere la crescita del settore agricolo, il cui stock di imprese registrate è aumentato dello 0,4% mantenendo la consistenza di settore più rappresentativo con oltre il 30% sul totale.

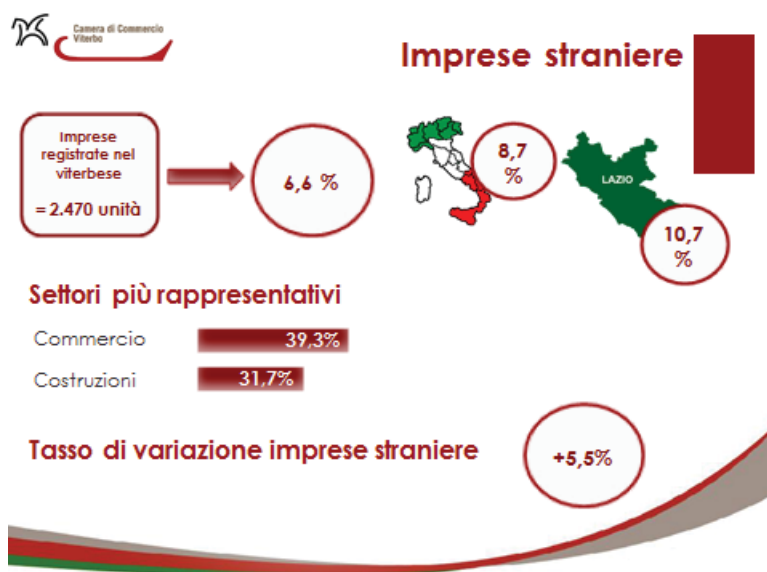
Anche il commercio cresce dello 0,4% ed il settore manifatturiero dello 0,2%, mentre sono ancora in difficoltà le costruzioni che pur mantenendo un peso rilevante sul sistema economico locale con il 12,6% del totale delle imprese, continua a risentire della crisi e subisce una flessione del numero delle imprese con -0,3%.

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato A Atto del Consiglio n. 102.228 del 20.11.2015

Interessanti anche i dati relativi a tre specifici target di imprenditori, le donne, i giovani e gli stranieri, che rappresentano rispettivamente il 26,8%, il 10,7% e il 6,6% del sistema imprenditoriale viterbese.





Nel corso degli ultimi anni si è registrato un graduale e costante mutamento del sistema produttivo nazionale, con le imprese sempre più orientate a costituirsi trasformarsi in società con una forma giuridica più strutturata, come le società di capitali rispetto alle più semplici ditte individuali o società di persone. Tale processo, ha interessato sia l'intero territorio nazionale, che la provincia di Viterbo. Le società di capitali che nel 2009 rappresentavano l'8,8% del totale delle imprese attive nel 2014 rappresentano l'11,3%. Tendenza invertita per le società di persone e le ditte individuali che dal 2009 al 2014 vedono scendere la loro composizione percentuale.

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 (55,7%) e nazionale (61,4%); tale caratterizzazione è legata, in larga misura, alla forte vocazione agricola, settore che tende ad utilizzare quasi esclusivamente questa forma giuridica.

Il mercato del lavoro

Esiste un legame imprescindibile, tra variabili demografiche e sviluppo economico di un territorio per gli effetti in termini di domanda di beni e servizi e di capacità produttiva.

La provincia di Viterbo, composta da poco più di 320 mila abitanti, è caratterizzata da un processo di invecchiamento demografico, che assume particolare rilevanza soprattutto in ragione delle sue conseguenze sociali ed economiche

Tale processo appare evidente osservando gli indicatori di struttura demografica; la popolazione con 0-14 anni rappresenta appena il 12,5% (a fronte del 13,8% regionale) mentre quella con 65 e oltre il 22,4% (contro il 20,5% del Lazio).

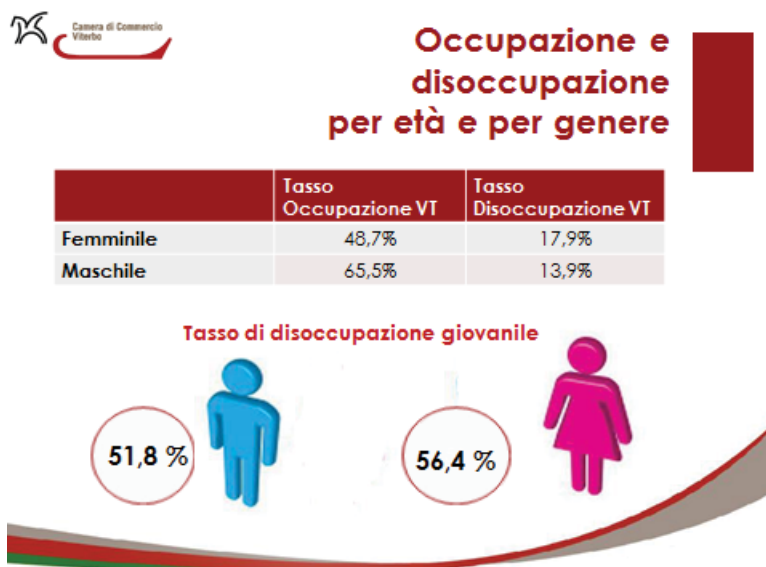
Un effetto dell'elevata età media e dell'alta concentrazione di popolazione con età anziana è la presenza di un saldo naturale fortemente negativo nel corso degli ultimi cinque anni (-3,6% nel solo 2013) che sta portando ad un graduale ridimensionamento della popolazione di cittadinanza

italiana. In forte crescita risulta la popolazione straniera, con un tasso migratorio netto del 24,2%, ed una popolazione che rappresenta il 9,21% di quella complessiva.

Differenze più contenute ma sempre elevate si registrano per il tasso di disoccupazione pari al 13,9% per la componente maschile e al 17,9% per quella femminile. 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.

All'interno del mercato del lavoro è possibile osservare i dati e le dinamiche relative alla componente femminile e a quella giovanile, ossia due categorie professionali che nel corso degli anni sono risultate in Italia penalizzate rispetto agli uomini adulti. Le differenze appaiono evidenti se si considera che a Viterbo, l'occupazione maschile (65,5%) supera di quasi 17 punti percentuali quella femminile (48,7%), 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.

Il mercato del lavoro locale in questi ultimi anni ha risentito degli effetti della crisi economica facendo registrare, a partire dal 2011 fino al 2013, un graduale ridimensionamento, con il numero di occupati sceso di 2 mila unità, passando da 114,2 mila a 112,6 mila. Nel 2014, in controtendenza, si è assistito, rispetto all'anno 2013 ad un incremento di 8000 unità facendo registrare una variazione positiva del 7,3% a fronte di una variazione media regionale del +3,4% ed una variazione Italia dello 0,4%. Prosegue di pari passo la difficoltà del sistema produttivo di assorbire forza lavoro; la disoccupazione continua a crescere, salendo da 13,6 mila unità nel 2010 a 22,4 mila nel 2014, con un incremento che, rispetto all'anno 2013 è superiore a quello registrato nelle altre province del Lazio ad eccezione della provincia di Frosinone (+54% per l'intera regione).



I dati previsionali per l'anno corrente forniti dal Sistema informativo Excelsior, realizzato da Unioncamere e Ministero del Lavoro, vedono stimate oltre 910.000 entrate programmate

dalle imprese dell'industria e dei servizi con almeno un dipendente, 119.000 in più rispetto all'anno precedente.

Una parte importante si prevede venga assorbita nel settore manifatturiero, in particolare nei settori più innovativi e proiettati sui mercati esteri, dalla meccanica all'alimentare, dal chimico-farmaceutico alla plastica. Le figure professionali ricercate dalle imprese del Made in Italy sono soprattutto quelle a maggiore qualificazione da impiegare nella progettazione, innovazione digitale, ideazione di nuove strategie commerciali, ma anche operai specializzati richiesti soprattutto dall'industria alimentare e meccanica.

In provincia di Viterbo i dati aggiornati al secondo trimestre rilevano una previsione occupazionale di 800 unità, pari circa all'86% di tutte le opportunità di lavoro previste nella provincia. Nel 28% dei casi si tratterà di assunzioni stabili, ovvero con un contratto a tempo indeterminato o di apprendistato, si concentreranno per l'84% nel settore dei servizi e per il 79% nelle imprese con meno di 50 dipendenti. Il 9% sarà destinato a dirigenti, specialisti e tecnici ovvero profili high skill, quota inferiore alla media nazionale (14%). Il 10% delle imprese prevedono di avere difficoltà a trovare i profili desiderati. Il 26% dell'offerta occupazionale sarà coperta da giovani con meno di 30 anni.

Il settore di attività in cui si prevedono maggiori assunzioni è quello del turismo e ristorazione, seguito dai servizi alle imprese e dal commercio.

Il commercio estero

L'export rappresenta una componente molto importante per la crescita dell'economia territoriale; soprattutto in un periodo di crisi come quello attuale, caratterizzato dalla contrazione della domanda interna, volgere lo sguardo all'estero risulta fondamentale per le imprese per rimanere sul mercato.

In questo contesto la provincia di Viterbo, a forte connotazione terziaria, non presenta 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 6,5%, valore ampiamente inferiore al già modesto 11,1% regionale per non parlare del confronto con la media nazionale (27,3%).

Nel corso dell'ultimo quinquennio tuttavia le esportazioni nella provincia di Viterbo hanno registrato un andamento complessivamente positivo che ha in parte contenuto gli effetti della crisi sull'economia locale.

Anche nel 2014 è proseguito il trend positivo per l'export della Tuscia segnando un +14,4% che mette in risalto una crescente internazionalizzazione delle imprese della Tuscia con una maggiore apertura dell'economia locale alle opportunità offerte dai mercati stranieri.

Positivo il saldo della bilancia commerciale, contrariamente a quanto avviene a livello regionale, per effetto di un ammontare delle esportazioni superiore a quello delle importazioni.

Concentrando l'attenzione delle esportazioni 2014 sui settori di attività per il contributo che ciascun comparto fornisce all'export complessivo occorre sottolineare la concentrazione delle vendite all'estero dei minerali non metalliferi (30,3%) legati alle produzioni di porcellana e

ceramica del distretto di Civita Castellana. Sempre più importante anche la filiera agro-alimentare, con le esportazioni sia dei prodotti agricoli (18,9%), che di quelli della collegata industria alimentare (14,2%), all'interno della quale si rileva un peso maggiore per la frutta e gli ortaggi lavorati e conservati (10,3%). Tra gli altri settori si rileva un buon contributo alle esportazioni da parte del tessile, abbigliamento e pelli (17,1%), grazie alla vendita essenzialmente di capi di abbigliamento (14,0%), mentre un ruolo decisamente minore è esercitato dagli altri comparti produttivi.

Riguardo alle dinamiche delle esportazioni 2014, la filiera agro-alimentare fa registrare una buona performance rispetto al 2013 (+53,3% per l'agricoltura e +26,2% per l'industria alimentare).



Nel primo semestre 2015, grazie soprattutto al comparto agroalimentare, sia produttivo sia industriale, si registra un aumento generale delle esportazioni pari al 16,4%, maggiore della media regionale (+ 14,4%) e nazionale (+5%).

Un consistente incremento dell'export viene registrato nel comparto agroalimentare che comprende sia i prodotti agricoli che i prodotti dell'industria alimentare con un + 58,5% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente raggiungendo complessivamente quota 39,2% sul totale delle merci esportate dalla Tuscia. Nel dettaglio le esportazioni del solo settore agricolo sono cresciute del 43,9% e quelle della lavorazione alimentare del 79,4%. Il dato positivo è anche rafforzato dal fatto che il valore cresce più della quantità, segno che il nostro territorio sta dando anche maggiore valore aggiunto alle nostre produzioni.

Dal punto di vista dei Paesi di destinazione delle merci l'Europa si conferma il principale mercato di riferimento con in testa la Germania seguita da Francia e Svizzera. Positivi anche i dati relativi all'export nei Paesi dell'Est Europa ed in particolare Estonia (+ 40,4%), Romania (+74%), Russia (+55,1%).

Il credito

La debole domanda interna di beni di consumo, la ridotta propensione agli investimenti e il contesto di generale difficoltà economica nazionale hanno influenzato l'andamento del sistema creditizio locale. Nel 2014, infatti, è continuata la contrazione dei prestiti a imprese e famiglie, da una parte riconducibile alla minore richiesta di credito degli agenti economici e dall'altra al peggioramento del rating della clientela che ha indotto le banche ad una selezione ancor più stringente delle erogazioni. Si riscontra pertanto una situazione creditizia "bloccata" in quanto l'aumento delle sofferenze è conseguenza della difficile fase congiunturale ma anche causa della contrazione dei prestiti. La raccolta bancaria, in aumento anche nel 2014, non è stata riversata nel circuito economico dei prestiti a imprese e famiglie, limitando, di conseguenza, il moltiplicatore del credito.

Nella provincia di Viterbo, al pari di quanto avvenuto in Italia, i depositi bancari hanno registrato negli ultimi anni una costante crescita, segnando +3,8% nel 2012, +3,5% nel 2013 e +2,6 nel 2014. Il principale soggetto "finanziatore" del sistema bancario è rappresentato dalle famiglie che detengono l'87,2% delle risorse bancarie, seguite dal 11,5% delle imprese, i cui depositi sono generalmente finalizzati alla gestione corrente, e dall'1,3% degli altri settori, tra i quali rientra la Pubblica Amministrazione.

In termini dinamici è possibile rilevare una crescita dei depositi delle famiglie rispetto all'anno 2013 (+2,7%), che sembrerebbero confermare una tendenza a risparmiare in questa fase economica negativa nella quale i cittadini avvertono un clima di incertezza circa i tempi e le dimensioni di una ripresa economica. Complessivamente positiva è anche la dinamica delle imprese i cui depositi registrano una crescita nel 2014 rispetto all'anno 2013 (+2,92%), mentre in flessione è la dinamica dei depositi degli altri settori (-2,3%).

Secondo i dati raccolti dalla Banca d'Italia, nel 2014, le sofferenze bancarie in provincia di Viterbo (in termini di utilizzato netto) sono aumentate del 7,6% rispetto all'anno 2013. L'aumento a Viterbo è stato, inferiore a quello registrato a livello nazionale (+13,5%), ma comunque superiore al dato registrato a livello regionale (+3,8%). L'incremento che non si è mai arrestato dal 2011, con le sofferenze che oggi sono più che raddoppiate passando da 247 a 538 milioni di euro, denota un graduale aumento della rischiosità del credito.

La dinamica congiunturale

Nel 2014 le imprese operanti nella provincia di Viterbo manifestano segnali di difficoltà esprimendo ancora giudizi negativi in merito alle variazioni dei principali indicatori aziendali. I saldi, ovvero le differenze tra le percentuali di imprenditori che dichiarano variazioni in aumento e quelli che indicano variazioni in diminuzione, sono negativi in tutti i settori ma assumono valori più pessimistici nel settore delle costruzioni e nel commercio.

Un clima di maggiore fiducia emerge, invece, dal settore dei servizi.

Le previsioni di andamento per il 2015 dei principali indicatori di performance evidenziano che nel complesso ci si attende un miglioramento, tranne per le piccole imprese che fanno registrare ancora aspettative al ribasso in particolare per la produzione (-0,7%).

Sono invece le imprese di più grande dimensione che mostrano segnali di ripresa più decisi con la produzione che è attesa in aumento per il 4,3% e gli ordini per il 3,7%.

Del resto le piccole imprese (da 1 a 9 addetti) sembrano aver sofferto maggiormente della crisi facendo registrare i risultati peggiori per produzione (-7,9%), ordini (-7,2) e fatturato (-7,6). Di contro, le imprese di dimensione maggiore, con oltre 20 addetti, sembrano aver reagito meglio alle difficoltà, mostrando risultati lievemente al di sotto della linea di pareggio per produzione (-3,5%) e ordini (-2,4%) e stime positive per fatturato (+1,3%).

Le previsioni di andamento per il 2015 dei principali indicatori di performance evidenziano nel complesso maggiore fiducia da parte delle imprese che si attendono un miglioramento, tranne le piccole imprese per le quali si rilevano ancora aspettative al ribasso.

I dati che emergono dall'Osservatorio sulla Congiuntura economica del Lazio, realizzata da Unioncamere Lazio in collaborazione con Unioncamere e l'Istituto G. Tagliacarne, sui principali settori economici della regione, manifatturiero, costruzioni e servizi, e commercio, rilevano la seguente situazione:

- **SETTORE MANIFATTURIERO:** a consuntivo del 2° trimestre 2015, mentre l'industria nazionale segna una ripresa (+0,5%) la produzione manifatturiera nel Lazio registra risultati ancora con segno negativo, -2,5% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Il Lazio soffre ancora di una fortissima debolezza della domanda interna, mentre quella estera mostra segnali decisamente più incoraggianti. In tutti i settori si registrano infatti valori positivi del fatturato estero, ad eccezione dell'alimentare. Il comparto maggiormente performante risulta quello del legno e del mobilio e dei metalli.

Anche in termini prospettici l'andamento del settore manifatturiero appare fortemente legato alla domanda estera evidenziando ancora una volta una visione di debolezza della componente interna di tale domanda.

- **SETTORE COMMERCIO:** Secondo le più recenti valutazioni prodotte dall'Istat, nel secondo trimestre del 2015 si è registrato, a livello nazionale, un primo significativo segnale di miglioramento della spesa delle famiglie (+ 0,4% in termini congiunturali, la variazione più elevata dal terzo trimestre 2010). Tale crescita tuttavia non sembra essere stata intercettata dalle imprese della distribuzione del Lazio.

Il quadro di breve termine, misurato attraverso l'andamento delle vendite, segnala, per la maggioranza delle imprese commerciali laziali, una decrescita delle vendite fra il primo ed il secondo trimestre. Tuttavia questo risultato seppure negativo appare incoraggiante rispetto a quello tendenziale che ha visto un saldo tendenziale tra andamenti in crescita e in diminuzione negativo per ben 15 punti percentuali e che si è tradotto in una flessione,

in valore assoluto, del 2,4% che ha riguardato praticamente tutti, ad eccezione delle imprese più strutturate che hanno chiuso con un bilancio positivo di + 1,3%.

Le previsioni di vendita per il terzo trimestre sono fortemente improntate alla prudenza che rappresenta la sintesi di due visioni completamente contrapposte. Da un lato la grande distribuzione e più in generale le forme di distribuzione organizzata che sono fortemente ottimiste, che vedono aumenti delle vendite valutabili molto prossimi al 40%, mentre coloro che prevedono contrazioni si fermano intorno al 10%.

Dall'altro lato troviamo la distribuzione tradizionale che segna il passo soprattutto per quanto concerne l'alimentare e che ancora una volta non riesce a raggiungere la grande distribuzione. Allargano l'orizzonte temporale ai prossimi 12 mesi i segnali di schiarita appaiono più evidenti. Tutte le imprese prevedono di aumentare o comunque di mantenere stabile l'andamento della propria attività. Anche in questo caso l'andamento è la sintesi di due atteggiamenti estremi che vedono contrapposti la grande distribuzione caratterizzata da grandissimo ottimismo e la piccola distribuzione, soprattutto alimentare, che prevedono invece una ulteriore regressione della propria attività.

Sul fronte territoriale le previsioni appaiono decisamente positive nel viterbese che segna un saldo positivo pari a 10, notizia doppiamente positiva in quanto nella Tuscia la grande distribuzione è ancora scarsamente radicata.

- **SETTORE COSTRUZIONI E SERVIZI:** Nel secondo trimestre 2015 il settore dei servizi che include anche costruzioni e utilities, fa registrare performance intermedie fra quelle del manifatturiero e quelle del commercio.

Il saldo fra le imprese che hanno registrato aumenti del volume di affari e quelle che lo hanno diminuito è stato negativo per circa 6 punti percentuali. Su risultato pesa ancora una performance negativa dell'edilizia. Tutto questo si è tradotto in una contrazione dell'8,7%, circa 4 volte superiore alla media del settore.

Se l'analisi tendenziale è ancora improntata tutta al segno meno quella congiunturale evidenzia qualche segnale di ottimismo a cui contribuisce prevalentemente il comparto del commercio all'ingrosso e di autoveicoli.

Le imprese delle costruzioni e dei servizi non sembrano pensare ad una ripartenza dell'economia nel breve periodo, mentre vedono prospettive più ottimistiche nel lungo periodo. Le prospettive a breve sono caratterizzate da forti preoccupazioni con un saldo fra imprese che prevedono una espansione e quelle che vedono una contrazione nel terzo trimestre 2015, rispetto al secondo, di circa 12 punti percentuali. E se nel passato il dato deficitario poteva essere attribuito in buona parte all'edilizia, in questo caso le difficoltà sono praticamente trasversali a tutti i settori, penalizzando anche le medio-grandi imprese che in questi ultimi tempi avevano sempre tenuto. Nonostante ciò, nell'ambito del territorio regionale si colgono comunque delle differenze fra le varie provincie. In particolare le imprese di Viterbo fanno registrare un saldo positivo di + 4, mentre crisi nera per gli imprenditori romani che fanno registrare un saldo negativo di 12 punti percentuali.

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato A Atto del Consiglio n. 102.228 del 20.11.2015

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

Il contesto normativo in cui si svolge la programmazione per l'anno 2016 è caratterizzato dall'approvazione della legge delega inerente la riforma della Pubblica Amministrazione che interviene fissando regole e principi che incidono su diversi aspetti dell'organizzazione amministrativa, gestione del personale e funzioni istituzionali.

L'articolo 8 incide in modo specifico sul sistema camerale. I principali elementi che caratterizzano la riforma sono di seguito sintetizzati:

La riduzione del numero delle Camere di Commercio con il passaggio da 105 alle 60 attraverso gli accorpamenti fra due o più camere di commercio nel rispetto di specifici parametri economici e dimensionali:

- dimensione minima di 75.000 imprese iscritte/annotate nel Registro delle Imprese.
- presenza di almeno di 1 Camera di Commercio per Regione.
- istituibilità di 1 Camera di Commercio in ogni Provincia Autonoma e Città Metropolitana
- istituibilità di 1 Camera di Commercio nei casi in cui siano soddisfatte le seguenti condizioni:
 - rispondenza ad indicatori di efficienza ed equilibrio economico
 - specificità geo-economiche dei territori e delle circoscrizioni territoriali di confine

Si possono mantenere singole Camere, anche in deroga alle soglie dimensionali minime, nei territori montani ed insulari privi di infrastrutture e collegamenti pubblici stradali e ferroviari.

Per quanto riguarda le Unioni devono essere definite le condizioni per cui possono essere istituite unioni regionali o interregionali.

Per quanto concerne le modalità di finanziamento viene mantenuto il diritto annuale per il quale sono confermate le modifiche già introdotte con il D.L. 90/2014, ovvero il taglio progressivo del 35%, 40% e 50% a partire dal 2015 per arrivare a regime nel 2017.

E' inoltre prevista una ridefinizione delle funzioni e delle competenze nell'ambito delle seguenti materie:

- A. pubblicità legale
- B. semplificazione amministrativa
- C. tutela del mercato
- D. promozione del territorio e dell'economia: individuando però specifici ambiti di attività

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato A Atto del Consiglio n. 102.228 del 20.11.2015

- E. competenze delegate dallo stato e dalle regioni eliminando duplicazioni con altre P.A.

Rispetto a quest'ultimo punto sembra si profili per le Camere di Commercio un ruolo di primaria importanza per la gestione di alcune importanti e strategiche tematiche quali il lavoro, quindi per favorire l'occupabilità e l'occupazione e la digitalizzazione della Pubblica Amministrazione.

Tutte queste funzioni devono essere svolte nel rispetto di standard di qualità, ovvero standard nazionali minimi definiti dal Ministero dello Sviluppo Economico per ciascuna funzione e servizio e definendo anche il sistema di monitoraggio circa il rispetto degli stessi.

Per quanto riguarda la governance vengono definite le linee guida che dovranno poi essere dettagliate nel decreto legislativo successivo:

- A. Consiglio e Giunta camerali: riduzione del numero dei componenti
- B. criteri di elezione che assicurino una adeguata consultazione delle imprese
- C. numero di mandati limitato
- D. riordino della disciplina delle unioni regionali, aziende speciali e società controllate e partecipate
- E. criteri che garantiscono la rappresentanza equilibrata negli organi camerali delle basi associative delle Camere di Commercio accorpate favorendo il mantenimento dei servizi sul territorio;
- F. gratuità degli organi ad eccezione del collegio dei revisori dei conti
- G. limiti al trattamento economico dei vertici amministrativi degli Enti camerali e delle aziende speciali

E' prevista una disciplina transitoria:

- A. che tenga conto degli accorpamenti già deliberati alla data di entrata in vigore della legge;
- B. che assicuri la sostenibilità finanziaria anche dei progetti in corso per l'internazionalizzazione;
- C. che assicuri i livelli occupazionali attuali;
- D. contempli i poteri sostitutivi per garantire la completa attuazione del processo di riforma anche mediante la nomina di commissari in caso di inadempienza.

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato A Atto del Consiglio n. 102.228 del 20.11.2015

In questo complesso quadro di riferimento si conferma quanto già delineato nella relazione previsionale e programmatica dello scorso anno, ovvero la necessità di ripensare il ruolo della Camera di Commercio.

Che sempre più 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, laddove sussistano ancora margini utili, alla riduzione degli oneri di funzionamento e alla internalizzazione di servizi di supporto e di consulenza puntando all'riqualificazione e specializzazione del personale.

LA RELAZIONE PREVISIONALE E PROGRAMMATICA

I PROGRAMMI ANNO 2016

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 rispondere al meglio alle istanze e ai nuovi bisogni dei diversi stakeholders in una Camera di Commercio che si va sempre più profilando come Ente di Servizi, si punta alla qualità e all'efficienza degli stessi anche potenziando i "Servizi e Sportelli Dedicati" già istituiti 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 valorizzati, anche mediante iniziative spot di promozione dei medesimi sul territorio, i Servizi e Sportelli Dedicati (Accoglienza; Sportello Specialistico Servizi Anagrafico Certificativi; Promozione Turismo e Prodotti Tipici; Reti di Impresa; Credito; Nuova Impresa, Imprenditoria Femminile e Giovanile; Internazionalizzazione; Digital Economy e Relazioni con il Pubblico). La valorizzazione dei servizi non può inoltre prescindere dalla qualificazione continua delle risorse umane che li gestiscono per cui diventa essenziale la programmazione e realizzazione di attività formative, di aggiornamento e specializzazione delle competenze professionali.	
INDICATORI	- Contatti con almeno 1000 imprese/professionisti	
1A2	COMUNICAZIONE INTEGRATA	
	Gestione integrata delle informazioni inerenti i servizi, i progetti e le attività camerali e di altri organismi del sistema camerale e istituzionali a livello locale, regionale e nazionale in generale al fine di rafforzare il ruolo della Camera quale punto unico di contatto per imprese, professionisti, associazioni di categoria, istituzioni pubbliche e private, cittadini. La comunicazione è gestita supervisionando e utilizzando tutte le possibili forme di contatto, dal front office al telefono, privilegiando le tecnologie informatiche/telematiche, la valorizzazione dei siti internet, l'implementazione dei servizi on-line. In particolare studio progettazione e creazione di un portale che unifichi i due progetti Tuscia welcome e Tuscia viterbese prevedendo azioni di riposizionamento del portale al fine di migliorarne la visibilità nei principali motori di ricerca.	

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato A Atto del Consiglio n. 102.228 del 20.11.2015

INDICATORI	- Realizzazione del portale unico Tuscia Welcome e Tuscia Viterbese; - Indagine per valutare un gradimento continuo sul servizio.		
LINEA PROGRAMMATICA:	1B	PROMOZIONE SEMPLIFICAZIONE DEI PROCESSI INTERNI	DELL'EFFICIENZA 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 10.000 posizioni. - Analisi di tutte le posizioni debitorie attive al 31.12.2015 ed attivazione delle azioni di recupero.		
1B2	FUNDRAISING		
	Ricerca e Progettazione di iniziative formative e/o di sviluppo locale da presentare attraverso finanziamenti europei a gestione diretta e fondi strutturali.		
INDICATORI	Presentazione di almeno 5 progetti a valere sui finanziamenti a gestione diretta o fondi strutturali		

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

Allegato A Atto del Consiglio n. 102.228 del 20.11.2015

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	QUALIFICAZIONE E SVILUPPO DI ACCORDI DI PARTENARIATO PER LO SVILUPPO DI ASSET STRATEGICI PER IL TERRITORIO	
	Promozione e sviluppo di accordi di partenariato per il consolidamento e lo sviluppo di fattori strategici per l'economia del territorio e l'implementazione di servizi ad alto valore aggiunto che favoriscano la nascita e la crescita delle imprese. Dalle infrastrutture, alla formazione, ai servizi di specialistici di supporto per l'accesso agli strumenti di finanza pubblica. A tal fine assumono particolare rilievo i rapporti di collaborazione con l'Autorità Portuale di Civitavecchia, il Centro Merci Orte, le Scuole e le Università ed in particolare l'Università degli studi della Tuscia, le agenzie regionali (Lazio Innova), Strutture di Ricerca, il coordinamento delle azioni di sviluppo dei futuri GAL e delle relative progettualità.	
INDICATORI	Stesura di almeno 1 protocollo d'intesa per la valorizzazione e diffusione di servizi ad alto valore aggiunto finalizzati a favorire lo sviluppo delle imprese e del territorio, e la progettazione di almeno 1 GAL.	

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 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.gov.it, 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 (omogeneizzazione e standardizzazione delle procedure) e la realizzazione di un "fascicolo d'impresa" pienamente operativo con cui 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.	

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

Allegato A Atto del Consiglio n. 102.228 del 20.11.2015

	Prosecuzione di azioni dirette alla formazione ed informazione e diffusione di modelli e documenti di aggiornamento tecnico-normativo. Rafforzamento del ruolo della rete SUAP quale potenziale strumento di marketing territoriale per l'intera Tuscia Viterbese.
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 attraverso: - realizzazione di almeno 5 incontri periodici di aggiornamento con la rete SUAP; - produzione e diffusione diretta alla rete SUAP di almeno 20 infonews; • Gestione di almeno 350 contatti diretti per risposta a quesiti formulati dalla rete SUAP, dai professionisti e dalle associazioni di categoria.
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	
	Consolidamento del Servizio dedicato alla Promozione del 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". 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 la correlazione e sinergia con le azioni di promozione delle eccellenze produttive ed enogastronomiche ed in particolare di quelle contraddistinte dal Marchio Collettivo Tuscia Viterbese. 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. 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	

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

Allegato A Atto del Consiglio n. 102.228 del 20.11.2015

	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.
INDICATORI	Realizzazione di almeno 1 iniziativa formativa.
2C2	Coordinamento della promozione delle Feste del Vino, Castagna e Olio.
	Coordinamento della promozione delle Feste del Vino, Castagna e Olio rafforzando la sinergia tra i Comuni partecipanti e con le imprese aderenti al progetto "Tuscia Welcome" e "Marchio Collettivo Tuscia Viterbese".
INDICATORI	- Organizzazione di almeno 2 incontri formativi/informativi o di supporto nell'ambito del tavolo di coordinamento delle feste dei prodotti tipici e tradizionali della Tuscia; - Implementazione nel sito Tuscia Welcome delle Feste tradizionali e tipiche della Tuscia.
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 attività formative e divulgative dedicate ai produttori e ai ristoratori sui principi della dieta mediterranea e i benefici per la salute. Divulgazione di informazioni inerenti prodotti, disciplinari e modalità di adesione. 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. Divulgazione di informazioni inerenti iniziative promozionali gestite da Enti terzi ed assistenza e supporto ai fini della partecipazione delle imprese licenziatrici. Ricerca, analisi ed accesso a strumenti di finanza pubblica finalizzati alla promozione dei prodotti del Marchio Tuscia Viterbese. Assistenza tecnica per la richiesta della licenza d'uso e l'affiliazione (punti vendita) ai soggetti interessati al marchio Tuscia Viterbese. Gestione delle attività tecniche correlate a garantire il rispetto dei disciplinari approvati e all'analisi di nuove opportunità di ampliamento e/o modifiche dei disciplinari gestiti, con estensione della rosa dei prodotti/servizi attualmente contemplati.
INDICATORI	- Realizzazione di almeno 1 evento di promozione dei prodotti del Marchio Collettivo Tuscia Viterbese; - Elaborazione o revisione di almeno un disciplinare di produzione o

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

Allegato A Atto del Consiglio n. 102.228 del 20.11.2015

	erogazione servizi; • Inserimento di almeno 10 nuove imprese in qualità di licenziatarie o affiliate (punti vendita) al marchio collettivo Tuscia Viterbese; • Almeno 50 verifiche tra nuovi richiedenti la licenza d'uso e l'affiliazione (punti vendita) al marchio Tuscia Viterbese e le imprese già licenziatarie.
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 economico/finanziario e/o gestionale ad iniziative di promozione e valorizzazione del territorio.
INDICATORI	• Sostegno economico/finanziario e/o gestionale di almeno 1 iniziativa 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 e della L. 107/2015 e relative Linee Guida emanate dal MIUR (ottobre 2015). Istituzione e gestione Registro nazionale per l'alternanza e della sezione speciale del Registro Imprese ai sensi della legge 107/2015. 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). Azioni di supporto agli 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 programmate dall'Ente Camerale soprattutto per il tramite dell'Azienda Speciale.	
INDICATORI	• Sottoscrizione di almeno 5 accordi di collaborazione/convenzioni con Istituzioni scolastiche del territorio e realizzazione di almeno 10 incontri di orientamento, divulgazione e formazione per target omogenei di studenti su professioni tecnico scientifiche, in collaborazione con le	

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato A Atto del Consiglio n. 102.228 del 20.11.2015

	scuole; • Coinvolgimento di almeno 30 utenti, già in possesso di diploma di scuola superiore e/o provenienti da percorsi ITS, nelle attività a sportello finalizzate alla certificazione delle competenze e supporto al placement; • Realizzazione del catalogo delle iniziative formative dell'Ente Camerale e dell'Azienda Speciale con almeno 20 iniziative formative e aggiornamento con cadenza almeno trimestrale.		
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, IMPRENDITORIA GIOVANILE E FEMMINILE		
	Promozione e sostegno dell'autoimpiego per la creazione, il decollo, lo sviluppo e la sostenibilità di nuove imprese anche nell'ambito del programma "Garanzia Giovani". Gestione Sportello Dedicato per il supporto, la formazione e l'informazione per le Nuove Imprese, con particolare attenzione alle Imprese Giovanili e Femminili, in coordinamento con lo sportello credito. Realizzazione di 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), anche prevedendo specifiche azioni nell'ambito del Comitato Imprenditoria Femminile. Realizzazione progetto Startup, attraverso l'erogazione di servizi reali alle potenziali e neo imprese.		

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato A Atto del Consiglio n. 102.228 del 20.11.2015

INDICATORI	- Gestione dei contatti con almeno 200 stakeholders nell'ambito degli sportelli/servizi dedicati Credito, Nuova Impresa e Imprenditoria Femminile; - Gestione di almeno 4 eventi formativi/informativi di approfondimento e presentazione di bandi e/o iniziative a sostegno dell'autoimprenditorialità in raccordo con lo Sportello Credito; - Coinvolgimento di almeno 30 aspiranti potenziali imprenditori nell'ambito del progetto start up.
3A2	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 e diffusione delle informazioni inerenti gli strumenti finanziari, le agevolazioni e le opportunità derivanti dalla partecipazione a progetti regionali, nazionali, europei per le reti di impresa, in raccordo con il Servizio Nuova Impresa.
INDICATORI	Realizzazione di 2 incontri (workshop) dedicati alla promozione degli strumenti di finanziamento per le reti e a specifiche progettualità di rete per il territorio.
3A3	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. Gestione dello 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	Erogazione di servizi finanziari a supporto delle start up non innovative (almeno 8 imprese) in raccordo con il servizio nuova impresa, imprenditoria giovanile e femminile.
3A4	INTERNAZIONALIZZAZIONE
	Rafforzamento del ruolo dell'Ente Camerale nel sostegno per le imprese esportatrici e le imprese potenzialmente interessate ad operare sui mercati internazionali, mediante il consolidamento di uno "Sportello dedicato all'Internazionalizzazione" attraverso il quale fornire un servizio di informazione e di primo orientamento per le imprese. Informazione ed assistenza alle imprese ai fini della partecipazione alle azioni di internazionalizzazione promosse dagli Enti locali, regionali o nazionali. Ricerca, analisi ed accesso a strumenti di finanza pubblica finalizzati ad azioni di promozione dell'internazionalizzazione delle imprese. Promozione e sviluppo di rapporti di collaborazione con le CCIE, Unioncamere Europa ed Eurochambre per sfruttare ogni possibile accesso ai finanziamenti

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

Allegato A Atto del Consiglio n. 102.228 del 20.11.2015

	europei e la nascita di partenariati pubblico-privati. Servizio di informazione, supporto e consulenza alla progettazione europea in raccordo con il Cefas. Prosecuzione della sperimentazione del servizio di richiesta on line dei certificati di origine. Diffusione della cultura dell'internazionalizzazione, anche mediante iniziative formative dedicate alla nascita e crescita di figure professionali specializzate quali gli export manager, iniziative di formazione dedicate per l'accesso ai specifici mercati internazionali, in collaborazione con l'Azienda Speciale.
INDICATORI	• Realizzazione di almeno 3 iniziative formative; • Coinvolgimento di almeno 100 imprese nei percorsi formativi/informativi e di supporto alla internazionalizzazione.
3A5	PROMOZIONE DELLA DIGITAL ECONOMY
	Potenziamento dello Sportello di Comunicazione digitale per l'erogazione del servizio di informazione, formazione e assistenza specialistica alle imprese del made in Italy e caratterizzanti l'immagine della Toscana. Le azioni principali che contraddistinguono tale servizio sono così sintetizzabili: a) Primo orientamento ed informazione alle imprese one to one; b) Incontri informativi/formativi per gruppi omogenei di soggetti interessati alla digitalizzazione delle imprese; c) Percorsi formativi sulla comunicazione e il marketing digitale; d) Supporto alla diffusione della cultura digitale attraverso la formazione di giovani digitalizzatori. e) Iniziative ad hoc con esperti del settore; f) Percorso di formazione sul tema della comunicazione digitale dedicato al personale camerale.
INDICATORI	• Coinvolgimento di almeno 30 imprese nelle attività formative, informative e di supporto; • Realizzazione di 2 incontri interni mirati a elevare il livello di competenza del personale camerale sul fronte della digitalizzazione.
3A6	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. 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.

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

Allegato A Atto del Consiglio n. 102.228 del 20.11.2015

	Monitoraggio parassiti della castagna e gestione coordinata degli interventi di contrasto con pubblicazione e diffusione dei risultati. Avvio collaborazione con Unitus finalizzata a favorire l'operatività di un laboratorio di quarantena delle specie patogene vegetali. Sviluppo di attività di "Innovation broker" a supporto e valorizzazione delle filiere del nocciolo e del castagno.		
INDICATORI	- Realizzazione dei controlli sulle certificazioni agroalimentari di qualità in conformità a quanto previsto dai Piani di controllo. - Realizzazione di almeno 1 iniziativa di diffusione dell'importanza della certificazione DOP e IGP dei prodotti; - Realizzazione di almeno 1 un ciclo di monitoraggio sui principali fitofagi del castagno; - Acquisizione diretta da un campione di almeno 20 castanicoltori di informazioni sugli aspetti quali-quantitativi della produzione castanicola dell'annata agraria; Realizzazione di almeno una attività di diffusione delle informazioni afferenti le filiere del nocciolo e castagno.		
3A7	GESTIONE DI INIZIATIVE DI VALORIZZAZIONE E PROMOZIONE DEL MADE IN ITALY E DELLE PRODUZIONI LOCALI.		
	Informazione e supporto alle imprese ai fini della partecipazione a manifestazioni fieristiche e degli workshop nazionali, regionali e locali. Ricerca, analisi ed accesso a strumenti di finanza pubblica finalizzati a supportare azioni di promozione delle imprese sul mercato interno. Attività di formazione su nuovi strumenti per la competitività delle imprese anche in raccordo con gli sportelli Credito, Imprenditoria Femminile, Nuova Impresa e Reti di Impresa.		
INDICATORI	Coinvolgimento di almeno 50 imprese nelle iniziative di formazione/informazione e supporto.		
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 dello strumento dell'arbitrato. 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	Consolidamento 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	- Azione di promozione di rinnovo marchi nei confronti di 150 destinatari. - Organizzazione di un evento di promozione e divulgazione del servizio di arbitrato.		

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

Allegato A Atto del Consiglio n. 102.228 del 20.11.2015

LINEA PROGRAMMATICA:	3B	INIZIATIVE PER LA REGOLAZIONE DEL MERCATO
3B2	Vigilanza del Mercato sulla base dell'Accordo MISE-Unioncamere	
3B2a	Vigilanza nel settore dei giocattoli e dell'elettricità	
INDICATORI	Realizzazione di 10 controlli visivi per settore ed un prelievo di prodotto per il settore elettrico.	