

**RELAZIONE PREVISIONALE E PROGRAMMATICA
ANNO 2017**

IL CONTESTO SOCIO ECONOMICO

Premessa

Tra il 2015 e il 2016, l'economia mondiale ha risentito delle tensioni e delle incertezze del quadro politico internazionale e la sua crescita si è rivelata più fragile ed incerta rispetto alle aspettative.

Una serie di fattori sta concretizzando, anche nelle aree geo economiche più dinamiche, la temuta stagnazione: rallentamento e invecchiamento demografici, minori guadagni di produttività generati dalle attuali innovazioni, dispersione di capitale umano a causa dell'alta disoccupazione, ridotto tasso di accumulazione del capitale, fisiologico rallentamento dei paesi emergenti (Cina in testa), strisciante protezionismo.

In tale contesto di accresciuta turbolenza globale, l'economia italiana presenta una debolezza superiore all'atteso.

Secondo le previsioni, il 2016 rischia di chiudersi con una crescita del PIL più contenuta rispetto alle aspettative e compresa fra lo 0,7% e lo 0,8%, mentre le attese per il prossimo anno vedono un incremento di poco superiore al mezzo punto percentuale, a causa di una domanda interna che stenta a decollare.

Tutto questo fa emergere con forza la questione del divario di crescita tra l'Italia e gli altri Paesi Europei che pure in media non sono brillanti.

Nel medio termine la crescita italiana è risultata più lenta dei nostri competitors: tra il 2000 e il 2015 il PIL italiano è sceso dell' 0,5%, quelli tedesco e francese sono aumentati del 18% e lo spagnolo del 24%.

In questo panorama emergono comunque segnali positivi. Il registro delle imprese delle Camere di Commercio segnala un ritorno del ritmo di crescita ai livelli pre crisi del 2007 (+ 0,75%), le esportazioni verso i mercati europei segnano una percentuale positiva (+2,1% su base annua), gli occupati sono aumentati di 770.000 unità dal punto minimo dell'estate 2013 ed il tasso di occupazione è tornato ai livelli di metà 2009 e negli ultimi mesi anche la disoccupazione giovanile sembra ridursi.

In questo contesto il problema della stagnazione della produttività e il declino della popolazione in età lavorativa richiamano l'esigenza di spingere ulteriormente sugli

investimenti, fisici ed in capitale umano, sulla semplificazione e sull'efficienza, in primo luogo accompagnando l'organizzazione e i processi, pubblici e privati, verso la trasformazione digitale.

Il sistema imprenditoriale

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

Nel complesso, le imprese registrate nel viterbese ammontano a 37.668 unità, delle quali 33.258, pari all'88,3%, 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 7.555 imprese attive, dalle costruzioni 4.694 e dal manifatturiero, con 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 700 imprese dalle agenzie di viaggio, le imprese di noleggio e i servizi a supporto delle imprese, dalle attività immobiliari (720 imprese), dalle attività professionali e scientifiche (629 imprese), dalle imprese di trasporto e magazzinaggio (511 imprese), e da quelle finanziarie e assicurative (550). Accanto a dato del numero delle imprese in valore assoluto a fine 2015, è possibile osservare i dati relativi alle nuove iscrizioni e cessazioni; nel complesso, salvo alcune eccezioni, molti settori economici registrano un numero di cessazioni superiore a quello delle iscrizioni, un fenomeno che mette in mostra un processo di ridimensionamento del tessuto imprenditoriale locale e una trasversalità territoriale e settoriale degli effetti della crisi economica. Il saldo tra le nuove imprese e quelle che chiudono è negativo per le attività manifatturiere, le costruzioni e il commercio. Presentano un saldo negativo anche i servizi di trasporto e magazzinaggio, quelli di alloggio e ristorazione, le attività immobiliari e quelle finanziarie e assicurative. Si rileva un segno positivo per l'agricoltura, mentre si registra una sostanziale stabilità tra gli altri comparti.

In questo contesto occorre sottolineare che il numero di imprese di un settore oltre che delle iscrizioni e cessazioni può risentire anche dei cambiamenti di attività; per questo motivo non sempre la presenza di un saldo negativo tra imprese iscritte e cessate porta ad un ridimensionamento di un settore che può ampliarsi o ridursi, anche a seguito di cambiamenti di attività di imprese già esistenti. La variazione del numero di imprese complessivo consente meglio, rispetto al semplice saldo tra iscritte e cessate, di rilevare la presenza di un processo di crescita o riduzione dei settori di attività; osservando la variazione del numero di aziende attive si conferma il ridimensionamento del manifatturiero (-0,3%), delle costruzioni (-2,3%), del commercio (-0,8%) e dei servizi di alloggio e ristorazione (-0,8%); in crescita risultano il settore dell'agricoltura (0,8%) dei servizi di trasporto e magazzinaggio (0,2%), le attività immobiliari (2,3%), le attività finanziarie e assicurative (0,7%), e quelle di noleggio ed agenzie di viaggio (1,0%). Importanti inoltre tre specifici target di imprenditori, le donne,

i giovani e gli stranieri, che rappresentano rispettivamente il 27%, il 10,1% e il 6,7% delle imprese complessivamente presenti nel territorio provinciale.

Dinamiche demografiche e mercato del lavoro

Un aspetto particolarmente importante nell'analisi economica di un territorio è rappresentato dalle caratteristiche e dalle dinamiche demografiche.

Il progressivo invecchiamento demografico, segnalato anche dall'Istat nel recente Rapporto Annuale 2016, assume particolare rilevanza soprattutto in ragione delle sue conseguenze sociali ed economiche.

Anche la popolazione della provincia di Viterbo infatti, composta da circa 322 mila abitanti, risente di una elevata anzianità: la popolazione con 0-14 anni rappresenta appena il 12,5% (a fronte del 13,8% regionale) mentre quella con 65 e oltre il 22,7% (contro il 20,7% del Lazio).

Elevato è anche l'indice di struttura che indica il grado di invecchiamento della popolazione attiva, costituito dal rapporto tra la popolazione di 40-64 anni e quella con 15-39 anni. Tra gli indicatori della struttura della popolazione si sottolinea un saldo naturale negativo nel corso degli ultimi cinque anni (-3,7% nel 2014) che sta portando ad un graduale ridimensionamento della popolazione di cittadinanza italiana mentre dal 2009 è sempre positivo il saldo migratorio con una crescita della popolazione straniera, che rappresenta nel 2015 il 9,3% di quella complessiva.

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. Nel 2014 l'occupazione provinciale era cresciuta del 7,3% ma nel 2015 il numero degli occupati è diminuito di nuovo dello 0,9%. Analogamente, la disoccupazione, che negli ultimi anni è sempre cresciuta, nel 2015 subisce un calo, -15,3% rispetto al 2014, attestando il numero dei disoccupati a 18.972 unità. Si registra inoltre la diminuzione nel numero delle Forze di Lavoro del 3,2%. A livello regionale si assiste ad una crescita degli occupati (+0,3%) e ad una riduzione dei disoccupati, (-5,9%).

La dinamica del mercato del lavoro si riflette sui diversi indicatori, con il tasso di occupazione che scende dal 57,1% del 2014 al 56,2% del 2015 analogamente a quello di disoccupazione che scende dal 15,6% del 2014 al 13,7% del 2015.

All'interno del mercato del lavoro è possibile osservare le differenze di genere che appaiono rilevanti, con il tasso di occupazione maschile al 66,9% mentre il tasso di occupazione femminile è al 45,5%, addirittura più basso di quello del 2014. Anche il tasso di attività, che rappresenta l'offerta di lavoro da parte della popolazione, registra tra gli uomini un valore (75,8%) superiore a quello delle donne (54,8%). Differenze più contenute ma sempre elevate si registrano per il tasso di disoccupazione pari al 11,4% per la componente maschile e al 16,8% per quella femminile. Elevati anche i tassi di

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato Atto del Consiglio Camerale n. 106.338 del 18.11.2016

disoccupazione giovanile, sia maschile che femminile, in un sistema economico che non favorisce l'inserimento di giovani e donne nel mercato del lavoro.

Dalla fotografia scattata dal sistema informativo Excelsior che Unioncamere realizza in collaborazione con il Ministero del Lavoro sulle assunzioni relative al 2016 emerge che il 20% delle imprese italiane con dipendenti ha effettuato o effettuerà assunzioni con un recupero di oltre 6 punti rispetto al minimo storico del 2013.

Per le imprese che esportano e che realizzano innovazioni la propensione ad assumere è ampiamente superiore alla media (rispettivamente 36 e 34%). Ciò a conferma che la strada da intraprendere per sviluppare l'occupazione è quella dell'internazionalizzazione, della digitalizzazione, dello sviluppo degli investimenti nella direzione della manifattura 4.0, del sostegno alle start up tecnologiche.

Le assunzioni 2016 sono prevalentemente concentrate nel terziario, per il maggiore turnover tipico di questo settore. Sono soprattutto i settori turismo-ristorazione, commercio e dei servizi alle persone a prevederne il maggior numero, circa il 50% del totale.

Nell'industria prevalgono le assunzioni nel manifatturiero rispetto alle costruzioni.

Particolarmente dinamici sono i servizi avanzati di supporto alle imprese e i servizi dei media e della comunicazione, che mostrano una crescita decisa delle assunzioni previste quest'anno rispetto alle previsioni dell'anno scorso (+ 22 e + 19%) seguiti dai servizi operativi di supporto alle imprese e alle persone e dai servizi finanziari e assicurativi.

Le difficoltà di reperimento mediamente indicata dalle imprese è del 12%: poco più di una figura su 10 tra quelle indicate nel corso dell'indagine sarà difficile da trovare.

Il 2015 ha segnato l'inizio dei tirocini in alternanza scuola lavoro, previsti dalla legge 107/2015 e di durata 200 alle 400 ore, espressamente destinati agli studenti delle scuole medie superiori.

E' un'iniziativa di particolare importanza che per la prima volta rende il tirocinio in azienda parte integrante del percorso formativo chiamando il sistema camerale presso cui è istituito il Registro Nazionale dell'Alternanza Scuola Lavoro ad un ruolo attivo nell'incontro fra domanda e offerta, ovvero tra imprese disponibili a ospitare i giovani e gli istituti scolastici che devono rendere questa esperienza parte integrante del curriculum formativo.

Per ospitare questi giovani nel 2015 si è resa disponibile quasi un'impresa su 10 e per il 2016 si prevede che le imprese disposte ad accogliere studenti in alternanza possano aumentare del 10% così come gli studenti coinvolti.

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, un sostegno alla produzione delle imprese locali deriva dalle esportazioni che trovano beneficio dalla presenza di mercati stranieri fortemente dinamici.

Positiva infatti nel 2015 la dinamica del commercio estero, con l'export che cresce del 13,8% e l'import del 21,8%.

Nel corso degli ultimi anni 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%), nel 2014 (+14,4%) e una flessione nel solo 2011 (-6,5%).

L'andamento delle importazioni nel tempo è stato più altalenante con una forte espansione nel 2010 (+52,1%), una sostanziale stabilità nel 2011 (-3,8%), una forte riduzione nel 2012 (-29,7%), una ripresa nel 2013 (+10,8%) confermata nel 2014 con un +6,1%.

In questo contesto occorre tuttavia precisare come la provincia di Viterbo, 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 al 7,2%, valore ampiamente inferiore al già modesto 11,9% regionale per non parlare del confronto con la media nazionale (28,2%). Anche il grado di apertura dei mercati è pari al 12,5%, contro il 29,6% regionale ed il 53,3% nazionale.

Per quanto riguarda le esportazioni nel 2015 si registra una concentrazione delle vendite all'estero da parte dei minerali non metalliferi (25,2%) per effetto principalmente dei prodotti in porcellana e ceramica (20,7%), legati alle produzioni concentrate nel distretto di Civita Castellana. Sempre più importante anche la filiera agro-alimentare, con le esportazioni sia dei prodotti agricoli (22,6%), che di quelli della collegata industria alimentare (18,2%), all'interno della quale si rileva un peso maggiore per la frutta e gli ortaggi lavorati e conservati (14,6%). Tra gli altri settori si rileva un buon contributo alle esportazioni da parte del tessile, abbigliamento e pelli (17,4%), grazie alla vendita essenzialmente di capi di abbigliamento (14,3%), mentre un ruolo decisamente minore è esercitato dagli altri comparti produttivi.

Riguardo alle variazioni percentuali la filiera agro-alimentare, anche nel 2015 fa registrare una buona performance rispetto al 2014 (+35,9% per l'agricoltura e +45,2% per l'industria alimentare) come anche per i prodotti tessili e abbigliamento si registra un aumento dell'export del +16%. In calo invece le esportazioni del settore della lavorazione dei minerali non metalliferi -5,3%, dei macchinari ed apparecchi -20,7% ed i prodotti in metallo -14,5%. Modesto il contributo degli altri comparti all'export provinciale.

I principali mercati di sbocco delle esportazioni viterbesi sono, al pari di quanto avviene per larga parte dell'economia italiana, l'Europa (70,7%) per la maggiore vicinanza fisica e culturale, nonché per una maggiore facilità degli scambi legati ai benefici del mercato comune. Seguono l'America settentrionale (11,9%), il vicino e Medio Oriente (5,3%), gli altri paesi dell'Asia (5,9%), l'Africa (3,5%) e, infine, l'Oceania (1,4%) che riveste un peso marginale.

Riguardo ai paesi il principale mercato di sbocco è rappresentato dalla Germania (20,3%), seguito dalla Francia (11,8%), dagli Stati Uniti (10,2%), dalla Svizzera (6%) e dal Regno Unito (4,5%). In questi cinque Paesi insieme si concentrano il 52,8% delle esportazioni provinciali, un dato particolarmente elevato che mette in luce la concentrazione territoriale delle vendite all'estero da parte delle imprese locali. A tale proposito è interessante rilevare che si tratta di tutti Paesi a economia avanzata e con stili di vita e modelli di consumo simili al nostro, che mette in evidenza come l'economia locale si rivolga principalmente a sistemi economici avanzati, un dato riconducibile al tipo di produzioni effettuate, finalizzate ad occupare mercati di nicchia che puntano alla qualità.

Rispetto all'anno precedente le esportazioni verso questi paesi sono in aumento, +11,8% Francia, +39,4% Germania, +12,4% Svizzera, +27,1% Regno Unito, mentre più contenuto è l'aumento verso gli Stati Uniti (2,2%).

A livello di continenti, aumentano le esportazioni quasi tutti i continenti: Europa (+20,1%), America (+1,4%), Asia (+0,8%) e Africa (+4,2%), diminuiscono soltanto in Oceania (-7,5%).

Il credito

Il sistema del credito costituisce un importante fattore di sviluppo che può contribuire ad aumentare o a rallentare la crescita economica di un territorio; nel corso degli ultimi anni il sistema del credito è stato al centro del dibattito politico ed economico per il suo ruolo all'interno delle attuali dinamiche economiche. Nella provincia di Viterbo, i depositi bancari ovvero la consistenza di risorse che famiglie, imprese e altri Enti dispongono e depositano presso il sistema bancario, hanno registrato una crescita piuttosto costante dal 2012 al 2014, e più bassa nel 2015, +1,2% nel 2015. Il principale soggetto "finanziatore" del sistema bancario è rappresentato dalle famiglie che detengono l'85,8% delle risorse bancarie, seguite dal 12,9% 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. La distribuzione dei depositi per tipologia di clientela mette in luce una più alta concentrazione delle risorse a favore delle famiglie rispetto alla media nazionale (68,8%) ed un dato più contenuto sia per le imprese (20,7% in Italia) sia per gli altri settori (10,5%). In termini dinamici è possibile rilevare una diminuzione dei depositi delle famiglie rispetto all'anno 2014 (-0,4%), segno che le famiglie hanno difficoltà a risparmiare in questa fase economica negativa. Positiva invece è la dinamica delle imprese i cui depositi registrano una forte crescita

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato Atto del Consiglio Camerale n. 106.338 del 18.11.2016

nel 2015 rispetto all'anno 2014 (+12,99%), stesso andamento per i depositi degli altri settori (+4,3%).

Quanto agli impieghi bancari, che negli ultimi anni hanno registrato nella provincia di Viterbo un graduale ridimensionamento, sono cresciuti nel 2015 del 3,1%. Tale dinamica ha caratterizzato le famiglie (+5,4,%) e gli altri settori, (+18,1%), mentre per le imprese si è registrata una dinamica negativa del -0,6%.

Osservando la distribuzione degli impieghi per tipologia di clientela, le imprese si collocano al primo posto assorbendo il 48,1% delle risorse, un dato in linea con la media nazionale e decisamente più elevato rispetto a quella regionale dove occupa uno spazio di rilievo il settore pubblico per la concentrazione degli organi di governo centrale all'interno della Capitale.

Al secondo posto si collocano le famiglie che assorbono il 45,8% dei finanziamenti, un dato ampiamente superiore alla media regionale (16,5%) e nazionale (28,9%).

Secondo i dati raccolti dalla Banca d'Italia, nel 2015, le sofferenze bancarie in provincia di Viterbo (in termini di utilizzato netto) sono aumentate del 16% rispetto all'anno 2014. L'aumento a Viterbo è stato, superiore a quello registrato a livello nazionale (+10,7%), e regionale (+5,8%). L'incremento delle sofferenze non si è mai arrestato dal 2010, con un conseguente aumento della rischiosità del credito.

La presenza di un costo del credito più alto costituisce un elemento di svantaggio competitivo per le famiglie e le imprese del territorio che può penalizzare e disincentivare gli investimenti con effetti negativi, anche in termini di ripresa economica. Il costo del credito infatti nella provincia di Viterbo risulta più alto rispetto al quello applicato per le imprese e famiglie del Lazio.

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

Lo schema di decreto di riforma approvato in prima lettura lo scorso 25 agosto dal Consiglio dei Ministri e che tornerà in Consiglio entro il mese di novembre per l'approvazione in via definitiva conferma il ruolo di autonomie funzionali delle Camere di Commercio ed individua una serie di funzioni che ridisegnano la missione del sistema camerale.

Tenuto anche conto della riduzione delle risorse il decreto definisce le funzioni che le Camere di Commercio devono svolgere in via obbligatoria.

Tra queste alcune riprendono esattamente quelle attualmente esistenti di natura sia amministrativa che economica, quali la pubblicità legale e di settore attraverso il registro delle imprese e gli altri registri ed albi, la formazione e la gestione del fascicolo informatico di impresa e funzione di punto unico di accesso telematico per le imprese, l'informazione economica, il sostegno alla competitività delle imprese e dei territori, la tutela del consumatore e della fede pubblica attraverso attività di vigilanza e controllo, nonché la regolazione del mercato.

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato Atto del Consiglio Camerale n. 106.338 del 18.11.2016

A queste funzioni “tradizionali” si aggiungono nuove funzioni che potranno essere formalmente affidate alle Camere di Commercio. Orientamento al lavoro e alle professioni, certificazione delle competenze e supporto all’incontro domanda e offerta di lavoro, placement, start up e creazione di impresa. Nell’ambito delle attività promozionali è individuata anche la funzione di valorizzazione del patrimonio culturale e promozione del turismo.

Rispetto al tema dell’internazionalizzazione le Camere di Commercio sono chiamate a supportare lo sviluppo delle capacità di partecipazione delle PMI ai mercati globali, non solo sotto il profilo dei servizi reali ma anche dei servizi finanziari, in raccordo con Cassa Depositi e Prestiti. Si tratta di una nuova funzione per le Camere di Commercio ma strategico e per le imprese soprattutto di piccole dimensioni che hanno difficoltà ad affrontare il mercato internazionale e per le quali invece l’export potrebbe essere una importante fonte di incremento del fatturato.

La riforma sancisce inoltre le ulteriori attività che le Camere di Commercio devono realizzare utilizzando eventuali risorse residue, quali digitalizzazione, qualificazione aziendale e dei prodotti, risoluzione alternativa delle controversie, anche tramite il cofinanziamento delle Regioni, dei Ministeri, Università, Associazioni di Categoria, Ordini Professionali, Soggetti Privati.

Le Camere di Commercio potranno inoltre realizzare convenzioni per sviluppare e integrare le funzioni affidate, con le Regioni per i servizi alle imprese in tema di competitività, lavoro, turismo, gestione dei programmi comunitari, con le Agenzie nazionali per esempio con l’AGID in tema di digitalizzazione, o con l’Agenzia per la Coesione per l’accesso ai fondi comunitari, per la promozione all’estero con l’ICE, SACE, SIMEST e Cassa Depositi e Prestiti, con le Università sul tema del placement.

La riforma prevede inoltre una profonda rivisitazione dell’architettura del sistema camerale toccando tutte le sue componenti organizzative: le Camere di Commercio attraverso gli accorpamenti, il personale attraverso il riassetto degli uffici e delle dotazioni organiche, le aziende speciali e le società, attraverso la loro razionalizzazione, le sedi, attraverso l’individuazione di quelle non più necessarie ai fini dei servizi camerali.

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

Allegato Atto del Consiglio Camerale n. 106.338 del 18.11.2016

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	COMUNICAZIONE E PROMOZIONE DEI SERVIZI CAMERALI AD ELEVATA SPECIALIZZAZIONE.	
	La Camera di Commercio puntando ad una sempre maggiore qualificazione e specializzazione dei “Servizi e Sportelli Dedicati” già istituiti intende implementare il servizio di erogazione di informazioni, formazione, supporto ed assistenza personalizzati sotto la guida di personale professionalizzato e qualificato anche attraverso un sistema di incontri collettivi o one to one intersettoriali in presenza ed anche in video conferenza. Intende altresì incrementare il proprio grado di trasparenza e di visibilità anche mediante la realizzazione di iniziative spot di promozione, quali Welcome Day e Giornata della Trasparenza dei Servizi e Sportelli Dedicati (Sportello Specialistico Servizi Anagrafico Certificativi; Sportello Digital Marketing; Promozione Turismo; Reti di Impresa; Politiche per l’autoimprenditorialità, placement e occupazione; 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	- Numero 3 incontri interdisciplinari in presenza e/o in videoconferenza. - Realizzazione di almeno un’iniziativa di presentazione della Camera di Commercio, dei Servizi e delle Utilità di cui imprese, professionisti e cittadini possono avvalersi entrando anche solo virtualmente nell’Ente (Welcome day + Giornata della Trasparenza.	

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

Allegato Atto del Consiglio Camerale n. 106.338 del 18.11.2016

1A2	COMUNICAZIONE e TRASPARENZA		
	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. Implementazione del livello di trasparenza dell'Amministrazione attraverso una gestione adeguata semplice ed efficace del livello di informazioni rese disponibili al pubblico mediante il sito internet, gli ulteriori strumenti di comunicazione digitale e l'accesso civico. 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.		
INDICATORI	• Aumento del 50% dei numeri redatti della newsletter • Aumento del 5% contatti newsletter • Realizzazione nuovo portale Tusciawelcome • Adeguamento della sezione trasparenza del sito internet istituzionale al rinnovato TU, D.Lgs 33/2013 come modificato dal D.Lgs. 97/2016.		
LINEA PROGRAMMATICA:		1B	PROMOZIONE DELL'EFFICIENZA E SEMPLIFICAZIONE DEI PROCESSI INTERNI
1B1	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 aderendo ad un iniziativa del sistema camerale ed emissione processi verbali di accertamento per omesso/tardato pagamento anno 2014 e società anno 2015.		
INDICATORI	• Azioni di recupero diretto del diritto annuale nei confronti di tutte le posizioni per le quali è presente la PEC attiva. • Analisi di tutte le posizioni debitorie attive al 31.12.2016 ed attivazione delle azioni di recupero (Ravvedimento operoso 2016) • Emissione dei processi verbali di accertamento nei confronti delle posizioni morose 2014 e società anno 2015 relativamente alle quali è disponibile la PEC.		

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

Allegato Atto del Consiglio Camerale n. 106.338 del 18.11.2016

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

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	ISTITUZIONE DI UNA RETE LOCALE PER LE POLITICHE DEL LAVORO	
	Cooperazione con i soggetti Istituzionali che a livello locale si occupano del lavoro e della formazione (CPI, COL, Università della Toscana, Bic Lazio) al fine di favorire una unitaria, rapida ed efficace promozione delle misure di politiche attive esistenti per il soddisfacimento dei fabbisogni di competenze dei datori di lavoro nel nostro territorio e per sostenere l'inserimento ed il reinserimento dei lavoratori. 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.	
INDICATORI	• Gestione di almeno n. 3 incontri di programmazione e condivisione con gli attori coinvolti. • Realizzazione di una banca dati comune ai diversi soggetti per la condivisione e divulgazione di iniziative in materia di formazione e lavoro. • Realizzazione di almeno un evento di promozione delle misure volte a favorire l'inserimento ed il reinserimento dei lavoratori.	

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

Allegato Atto del Consiglio Camerale n. 106.338 del 18.11.2016

LINEA PROGRAMMATICA:	2B	SEMPLIFICAZIONE AMMINISTRATIVA
2B1	SPORTELLO UNICO 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 <i>impresainungiorno.gov.it</i>, 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 <i>impresainungiorno</i>, e la implementazione del "fascicolo unico informatico di impresa", dove sono raccolti tutti i dati relativi alla costituzione, all'avvio e all'esercizio delle attività d'impresa. Il fascicolo unico informatico diventa il punto unico di accesso telematico in relazione alle vicende amministrative riguardanti l'attività d'impresa. 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 informatico 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. 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 7 incontri periodici di aggiornamento con la rete SUAP; - produzione e diffusione diretta alla rete SUAP di almeno 30 infonews.	

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

Allegato Atto del Consiglio Camerale n. 106.338 del 18.11.2016

2B2	SERVIZI INNOVATIVI
	E' promossa la diffusione dei dispositivi di firma digitale e dello SPID quali strumenti necessari a imprese, professionisti e cittadini per l'accesso ai servizi on line della Pubblica Amministrazione.
INDICATORI	Rilascio di n. 1500 dispositivi di firma digitale e Identità Digitali

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 alla valorizzazione del patrimonio culturale, artistico e naturalistico e delle peculiarità e tipicità enogastronomiche, puntando al consolidamento e alla diffusione del modello di sviluppo "turismo integrato" proseguendo il progetto "Tuscia Welcome". Consolidamento della 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 collaborazione con Enti ed Organismi competenti. Realizzazione di attività di formazione, informazione 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, Francigena, digital marketing, turismo integrato – Tuscia Welcome e accesso a finanziamenti pubblici. 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. Monitoraggio dei flussi turistici generati dalle iniziative promosse dalla Camera di Commercio.	
INDICATORI	- Realizzazione di almeno 1 iniziativa formative. - Realizzazione di almeno 2 iniziative di promozione turistica - Coinvolgimento di almeno 60 imprese nelle iniziative di supporto e promozione del turismo (formazione + eventi)	

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

Allegato Atto del Consiglio Camerale n. 106.338 del 18.11.2016

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 3 incontri di presentazione delle feste dei prodotti tipici e tradizionali 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 attraverso attività formative e divulgative dedicate ai produttori e ai ristoratori sui principi della dieta mediterranea e i benefici per la salute, la promozione di accordi commerciali con la media e grande distribuzione, l'integrazione con le iniziative di promozione turistica. 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 licenziatricie. 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 erogazione servizi; • Inserimento di almeno 10 nuove imprese in qualità di licenziatricie o affiliate (punti vendita) al marchio collettivo Tuscia Viterbese;

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

Allegato Atto del Consiglio Camerale n. 106.338 del 18.11.2016

	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	EXCELSIOR 2017 – INCONTRO DOMANDA E OFFERTA DI LAVORO	
	Il sistema informativo excelsior rappresenta un importante strumento a carattere previsionale per favorire l'inserimento occupazionale e facilitare l'accesso alle imprese ai servizi dei CPI. Si prevede di sperimentare, in collaborazione con Unioncamere, una serie di attività locali finalizzate a favorire la partecipazione delle imprese all'indagine, garantire la completezza e la qualità dei dati raccolti, coinvolgere le imprese in successive attività per meglio raccordare domanda e offerta di lavoro e promuovere l'alternanza-scuola lavoro.	
INDICATORI	Coinvolgimento di n. 100 imprese contattate e monitorate nelle azioni della Rete nazionale dei servizi per le Politiche attive del lavoro ed in attività di alternanza.	
2D2	ORIENTAMENTO ALTERNANZA SCUOLA LAVORO E FORMAZIONE	
	Attività di promozione e valorizzazione del registro per l'alternanza Scuola lavoro al fine di garantire il più ampio coinvolgimento del sistema imprenditoriale, delle scuole, del mondo non profit, dei professionisti. 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 comma 2, lettera n, del D.Lgs. 23/2010 e della Legge 107/2015 e relative linee Guida emanate dal MIUR. Gestione e divulgazione del catalogo delle iniziative formative programmate dall'Ente Camerale soprattutto per il tramite dell'Azienda Speciale.	

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

Allegato Atto del Consiglio Camerale n. 106.338 del 18.11.2016

INDICATORI	• Realizzazione di 1 evento di promozione del Registro Alternanza Scuola-lavoro coinvolgendo istituzioni scolastiche ed imprese; • Sottoscrizione di almeno 5 accordi di collaborazione/convenzioni con Istituzioni scolastiche del territorio • Realizzazione di almeno 10 incontri di orientamento, divulgazione e 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 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, Unioncamere Regionale, le Associazioni di categoria 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	NUOVA IMPRESA, PLACEMENT E ORIENTAMENTO	
	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 percorsi specialistici di formazione e di accompagnamento all'avvio di impresa per i giovani NEET iscritti al programma Garanzia Giovani nell'ambito del progetto "Crescere	

	Imprenditori", iniziativa promossa dal sistema camerale a livello nazionale. Credito: Realizzazione di incontri formativi informativi dedicati alle start up dove i neo imprenditori ed aspiranti imprenditori incontreranno altri imprenditori, con il supporto di un esperto del settore, per parlare di credito, di strumenti di finanziamento alternativi, di percorsi, procedure e criteri di valutazione. Potenziamento della rete informativa con i Confidi locali.
INDICATORI	• Realizzazione di un evento di promozione del progetto "crescere imprenditori"; • Realizzazione di un percorso specialistico e di formazione dedicato ai NEET Garanzia Giovani nell'ambito del progetto "Crescere Imprenditori". • Coinvolgimento di almeno 30 utenti, già in possesso del diploma di scuola superiore e/o provenienti da percorsi ITS, nelle attività a sportello finalizzate alla certificazione delle competenze e supporto al placement. • Realizzazione di 5 incontri formativi informativi dedicati alle start up in materia di credito.
3A2	SPORTELLLO 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 gli Sportelli di promozione del Turismo, Internazionalizzazione e Politiche per l'autoimprenditorialità, placement e occupazione. Supporto e consulenza per la costituzione delle reti di impresa.
INDICATORI	• Supporto e consulenza per la costituzione di almeno 3 contratti di rete.
3A3	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

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

Allegato Atto del Consiglio Camerale n. 106.338 del 18.11.2016

	informazione e di primo orientamento per le imprese. Informazione, supporto organizzativo ed assistenza alle imprese ai fini della partecipazione delle imprese alle azioni di internazionalizzazione promosse dagli Enti locali, regionali o nazionali. Promozione e sviluppo di rapporti di collaborazione con le CCIE, Unioncamere Europa ed Eurochambre per sfruttare ogni possibile accesso ai finanziamenti 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 80 imprese nei percorsi formativi/informativi e di supporto alla internazionalizzazione.
3A4	PROMOZIONE DIGITAL MARKETING
	Consolidamento del Servizio di Digital Marketing per l'erogazione di servizi specializzati di informazione, formazione e assistenza alle imprese del made in Italy e caratterizzanti l'immagine della Toscana. Il Servizio si caratterizza per le seguenti attività: a) Primo orientamento ed informazione alle imprese one to one; b) Incontri informativi/formativi alle imprese; c) Percorsi formativi sulla comunicazione e il marketing digitale; d) Attivazione tirocini nell'ambito del progetto "Crescere in digitale". e) Iniziative ad hoc con esperti del settore;
INDICATORI	• Coinvolgimento di almeno 50 imprese nelle attività formative, informative e di supporto. • Attivazione di almeno 10 tirocini.
3A5	PROMOZIONE DELL'AGROALIMENTARE
	Promozione sviluppo del paniere di prodotti certificati. Realizzazione dei controlli sulle certificazioni agroalimentari di qualità in conformità a quanto previsto dai Piani di controllo. Attivazione di un servizio di assistenza in materia di etichettatura e

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

Allegato Atto del Consiglio Camerale n. 106.338 del 18.11.2016

	sicurezza alimentare. 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 Tuscia, Regione Lazio, Associazioni Agricoltori. Monitoraggio parassiti della castagna e gestione coordinata degli interventi di contrasto con pubblicazione e diffusione dei risultati.		
INDICATORI	• Realizzazione di almeno 1 iniziativa di promozione dei prodotti DOP e IGP della Tuscia Viterbese; • 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		
LINEA PROGRAMMATICA:		3B	INIZIATIVE PER LA REGOLAZIONE DEL MERCATO
3B1	CONCILIAZIONE, ARBITRATO E TUTELA DELLA PROPRIETA' INDUSTRIALE		
3B1a	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. Azioni di divulgazione dello strumento anche presso le Istituzioni Universitarie		
3B1b	Azione di promozione e di supporto relativa ai bandi di finanziamento di disegni e marchi.		
INDICATORI	• Organizzazione di un evento di promozione e divulgazione del servizio di mediazione anche mediante incontri mirati presso gli Istituti Universitari. • Organizzazione di almeno un'iniziativa su patent box o su finanziamenti relativi alla proprietà industriale.		

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

Allegato Atto del Consiglio Camerale n. 106.338 del 18.11.2016

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, ELETTRICITÀ' E CODICE DEL CONSUMO		
INDICATORI	• Realizzazione di 2 ispezioni con 8 controlli visivi, 8 documentali ed un prelievo di campione per ciascun settore dei giocattoli ed elettrico; • Realizzazione di una ispezione per i dispositivi di protezione individuale con 4 controlli visivi e 4 documentali.		