



CAMERA DI COMMERCIO
RIETI VITERBO

Allegato A

**Atto del Consiglio n.11 del
16.11.2021**

**Programma Pluriennale di attività
della Camera di Commercio di Rieti-Viterbo
2022-2026**



CAMERA DI COMMERCIO
RIETI VITERBO

PROGRAMMA PLURIENNALE DI ATTIVITÀ 2022-2026

Premessa

Parte I – Il contesto

La programmazione camerale

Il contesto normativo e la nuova realtà della Camera di Rieti Viterbo

La nuova realtà di Rieti-Viterbo

Il contesto esterno

Il sistema di relazioni esterne

Il sistema delle partecipazioni

Le Aziende Speciali

Il contesto interno: la struttura, le risorse umane e finanziarie

Parte II – Gli ambiti strategici e Linee di attività per il 2022-2026

1. Sviluppo economico del territorio e competitività delle imprese
2. Semplificazione, innovazione dei processi e rafforzamento istituzionale
3. Apprendimento e crescita professionale
4. Equilibrio economico e finanziario

Premessa

Il presente documento rappresenta il primo atto fondamentale per la vita della nuova Camera di Commercio di Rieti-Viterbo, costituita il 27 luglio 2021, al termine di un articolato e complesso processo di accorpamento tra la Camera di commercio di Rieti e quella di Viterbo, avviato dal decreto ministeriale del 16 febbraio 2018. Esso definisce il nuovo posizionamento strategico dell'Ente come "Istituzione per l'economia" la cui *mission* è contribuire allo sviluppo delle imprese e del territorio.

La costituzione della nuova Camera di Commercio di Rieti-Viterbo rappresenta un passaggio storico, ma ci porta anche a vivere una fase estremamente delicata. La legge di riforma obbliga infatti alla fusione di due soggetti istituzionali abituati da tempo a operare in autonomia, consapevoli delle identità territoriali che sono stati chiamati a rappresentare per decenni.

Questo passaggio epocale deve essere vissuto con la consapevolezza che l'unione delle due realtà economiche e sociali può portare alla creazione di un nuovo importante spazio economico, in grado di accrescere la rappresentanza a livello regionale costituito da sistemi produttivi eterogenei, ma che possono svilupparsi in modo armonico e potenziare la capacità di interlocuzione con il livello regionale e nazionale .

Occorre lavorare insieme alla costruzione e al consolidamento di questo nuovo spazio economico. Per questa ragione in questo momento occorrono una politica seria e un impegno quotidiano che sappiano fondarsi sul metodo della condivisione, sulle strategie di rafforzamento reciproco, sull'esperienza di governo maturata in questi anni alla guida delle Camere, sulla ricerca del modo in cui essere concorrenziali non all'interno ma con l'esterno del sistema.

Nei prossimi mesi e anni saremo chiamati a percorrere un sentiero stretto, reso ancora più arduo dagli imprevedibili effetti della pandemia, ma che dobbiamo seguire senza perdere la fiducia che il nostro territorio e le nostre imprese sapranno superare. E la Camera di Commercio dovrà essere al loro fianco, pronta a raccogliere le istanze del territorio, a fare sintesi delle esigenze del mondo imprenditoriale, a convogliare le risorse che potranno arrivare dalla Regione, dallo Stato, dall'Unione Europea.

Dovremo difendere l'identità di ciascuna delle due aree geografiche, ma potenziare anche una comune visione d'insieme. Dovremo restare fedeli alle tradizionali funzioni di rappresentanza degli interessi economici, ma anche farci trovare aperti all'innovazione sui terreni che la riforma ha definito per le Camere (innovazione, turismo, supporto all'export, orientamento al lavoro in primo piano). Dovremo ancora garantire il perfetto funzionamento dei servizi che rendiamo al sistema economico – primo tra tutti il registro delle imprese – ma anche cogliere le opportunità per mettere a punto nuovi servizi per il mondo delle imprese 4.0.

Nel solco della tradizione dei due Enti di origine, la nuova Camera ambisce infatti a essere una Pubblica Amministrazione di eccellenza a servizio delle imprese. Espressione di un territorio non solo geograficamente vasto e variegato, ma soprattutto rappresentativo di un'area ricca di valori socio-economici e di potenzialità di sviluppo, continueremo a lavorare a fianco delle altre PA presenti sul territorio ed in stretta sinergia con le associazioni di categoria, perché la Camera sia naturale catalizzatore delle varie voci del mondo economico del nostro territorio e attore paritario con le istituzioni locali per favorire una logica di sistema nelle politiche di sviluppo e benessere sociale.

PARTE I – IL CONTESTO

La programmazione camerale

Uno dei primi e principali compiti che gli organi sono chiamati a compiere all'inizio del loro mandato è quello di progettare l'attività camerale, definendone obiettivi e programmi, andando quindi a pianificare l'attività dell'Ente sull'arco temporale corrispondente alla durata del mandato.

Il Consiglio camerale, ai sensi dell'art. 11, comma 1 della Legge 29 dicembre 1993, n. 580 di riordino delle Camere di Commercio, *“determina gli indirizzi generali e approva il programma pluriennale di attività della Camera di Commercio”*.

L'art. 4 del D.P.R. 2 novembre 2005, n. 254, precisa che il programma pluriennale ha, di norma, durata coincidente con quella del mandato e *“tiene conto degli atti di programmazione degli enti territoriali, nonché delle risorse necessarie e dei risultati che si intendono conseguire”*.

Il Programma pluriennale per il periodo 2022-2026 rappresenta pertanto il quadro di riferimento cui s'ispirerà l'intero processo di programmazione; in esso gli amministratori camerali stabiliscono le priorità di intervento, ossia gli ambiti sui quali si intende focalizzare l'azione politica dell'Ente e gli obiettivi strategici e ne definiscono, inoltre, l'ordine di grandezza necessario alla loro attuazione, sulla base della valutazione della capacità economico-patrimoniale e della capacità finanziaria dell'Ente.

Compete altresì al Consiglio l'approvazione della Relazione Previsionale e Programmatica che, ai sensi dell'art. 5 del citato D.P.R. 254/2005, aggiorna annualmente il programma pluriennale, *“ha carattere generale e illustra i programmi che si intendono attuare nell'anno di riferimento, in rapporto alle caratteristiche ed ai possibili sviluppi dell'economia locale e al sistema delle relazioni con gli organismi pubblici e privati operanti sul territorio, specificando, altresì, le finalità che si intendono perseguire e le risorse a loro destinate”*.

Il programma pluriennale rappresenta pertanto la pietra angolare sulla quale poggerà l'intero processo di programmazione, attualizzato nella Relazione previsionale programmatica, documento d'indirizzo strategico annuale, nel preventivo economico, che traduce gli obiettivi programmatici in attività e progetti, fino al budget direzionale, che attribuisce a ciascun dirigente risorse per oneri e investimenti per il raggiungimento degli obiettivi d'area.

La Relazione previsionale e programmatica, derivando direttamente dal documento di programmazione pluriennale, di cui coniuga la visione di medio-lungo termine con una visione di breve termine, contestualizza i contenuti della programmazione pluriennale rispetto alle specificità del momento. La sua redazione è pertanto anche un momento di verifica delle ipotesi e delle condizioni di scenario, sulla base delle quali è stato costruito il Documento di Programmazione pluriennale e di valutazione dell'andamento degli obiettivi strategici.

La Relazione previsionale e programmatica funge da ricognizione ed aggiornamento del programma pluriennale a cui la Giunta dà progressiva attuazione, ed è la traccia delle linee di indirizzo per la predisposizione del Bilancio preventivo.

Il Preventivo annuale, redatto in coerenza con la Relazione previsionale e programmatica è predisposto dalla Giunta e approvato entro il 31 dicembre dal Consiglio. Entro il 31 dicembre di ogni anno la Giunta approva inoltre il budget direzionale.

Con il Piano della performance, infine, strumento programmatico triennale aggiornato annualmente, vengono esplicitati, in coerenza con le risorse assegnate, obiettivi indicatori e target, su cui si baserà poi la misurazione, la valutazione e la rendicontazione dell'articolazione strategica.

Il contesto normativo e la nuova realtà della Camera di Rieti-Viterbo

Il quadro della riforma

L'art. 1, comma 1 della legge 580/1993 stabilisce che le Camere di commercio svolgono “*sulla base del principio di sussidiarietà, funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese, curandone lo sviluppo nell’ambito delle economie locali*”. Il sistema camerale, che rappresenta dunque l’interlocutore primario del mondo imprenditoriale, dal 2015 è interessato da un articolato processo di riforma.

Il D. Lgs 25 novembre 2016, n. 219, recante “*Attuazione della delega di cui all'articolo 10 della legge 7 agosto 2015, n. 124, per il riordino delle funzioni e del finanziamento delle camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura*”, riscrive sostanzialmente la L. 29 dicembre 1993, 580, come già modificata dal D. Lgs. 15 febbraio 2010, n. 23, prevedendo la riforma dell’organizzazione, delle funzioni e del finanziamento delle Camere di commercio, in particolare mediante:

- la riduzione del numero delle Camere di commercio a non più di 60 (dalle originarie 105), attraverso processi di accorpamento per le Camere con meno di 75.000 imprese e unità locali iscritte o annotate nel Registro delle imprese; la conseguente rideterminazione delle circoscrizioni territoriali con presenza di almeno una Camera in ogni regione;
- la ridefinizione dei compiti e delle funzioni; sono stati confermati i compiti in materia di pubblicità legale mediante la tenuta del registro imprese con introduzione della gestione del fascicolo informatico dell’impresa, le funzioni in materia di tutela del consumatore, vigilanza sulla sicurezza e conformità dei prodotti e sugli strumenti soggetti alla metrologia legale, rilevazione dei prezzi, rilascio certificati d’origine e documenti per l’esportazione; sono state definite l’assistenza tecnica alla creazione di imprese e l’assistenza alle PMI per la preparazione ai mercati internazionali, la valorizzazione del patrimonio culturale e la promozione del turismo; sono state rafforzate le competenze in materia ambientale e quella in tema di orientamento al lavoro tramite la gestione del registro nazionale per l’alternanza scuola-lavoro e il supporto all’incontro domanda-offerta di lavoro; è stata prevista la possibilità di sottoscrivere convenzioni con le regioni e altri soggetti pubblici e privati in tema di digitalizzazione, qualificazione aziendale e dei prodotti, supporto al placement e all’orientamento, risoluzione alternativa delle controversie;
- la riduzione del numero dei componenti dei Consigli e delle Giunte e il riordino della relativa disciplina, compresa quella sui criteri di elezione, in modo da assicurare un’adeguata consultazione delle imprese, e sul limite ai mandati, nonché la riduzione del numero delle Unioni regionali, delle aziende speciali e delle società controllate;
- la gratuità degli incarichi diversi da quelli nei collegi dei revisori dei conti e la definizione di limiti al trattamento economico dei vertici amministrativi;
- la conferma della riduzione degli oneri per il diritto annuale a carico delle imprese, già disposta dall’articolo 28 del decreto-legge 24 giugno 2014, n. 90, convertito, con modificazioni, dalla legge 11 agosto 2014, n. 114;
- la previsione della determinazione dei diritti di segreteria e delle tariffe dei servizi obbligatori, da parte del MISE di concerto con il MEF, sulla base dei costi standard di gestione e fornitura dei servizi medesimi;

- la definizione da parte del Ministero dello sviluppo economico, sentita l'Unioncamere, di standard nazionali di qualità delle prestazioni delle Camere di commercio, in relazione a ciascuna funzione fondamentale, ai relativi servizi ed all'utilità prodotta per le imprese, nonché di un sistema di monitoraggio di cui il Ministero dello sviluppo economico si avvale per garantire il rispetto degli standard e l'istituzione di un comitato indipendente di valutazione della performance del sistema camerale;
- l'introduzione di una disciplina transitoria che assicuri la sostenibilità finanziaria, anche con riguardo ai progetti in corso per la promozione dell'attività economica all'estero, e il mantenimento dei livelli occupazionali.


Il MISE, recependo il Piano di razionalizzazione proposto da Unioncamere, ha firmato il Decreto ministeriale del 16 febbraio 2018 andando ad attuare il percorso delineato dal decreto di riforma.

Il Decreto ministeriale del 7 marzo 2019 ha poi ridefinito i servizi che il sistema camerale sarà tenuto a svolgere sull'intero territorio nazionale, in relazione alle funzioni amministrative ed economiche di cui all'art. 2 della L. 580/1993, nonché i seguenti ambiti prioritari di intervento con riferimento alle funzioni promozionali:

- iniziative a sostegno dei settori del turismo e della cultura;
- iniziative a sostegno dello sviluppo d'impresa;
- qualificazione delle imprese, delle filiere e delle produzioni.

 **Semplificazione e trasparenza**


- ▶ Gestione del Registro delle imprese, albi ed elenchi
- ▶ Gestione SUAP e fascicolo elettronico di impresa

 **Orientamento al lavoro e alle professioni**

- ▶ Orientamento
- ▶ Alternanza scuola-lavoro e formazione per il lavoro
- ▶ Supporto incontro domanda-offerta di lavoro
- ▶ Certificazione competenze

 **Internazionalizzazione**

- ▶ Informazione, formazione, assistenza all'export
- ▶ Servizi certificativi per l'export

 **Tutela e legalità**

- ▶ Tutela della legalità
- ▶ Tutela della fede pubblica e del consumatore e regolazione del mercato
- ▶ Informazione, vigilanza e controllo su sicurezza e conformità dei prodotti
- ▶ Sanzioni amministrative
- ▶ Metrologia legale
- ▶ Registro nazionale protesti
- ▶ Composizione delle controversie e delle situazioni di crisi
- ▶ Rilevazione prezzi/tariffe e Borse merci
- ▶ Gestione controlli prodotti delle filiere del Made in Italy e Organismi di controllo
- ▶ Tutela della proprietà industriale

 **Turismo e cultura**


- ▶ Iniziative a sostegno del settore turistico e dei beni culturali

 **Digitalizzazione**

- ▶ Gestione Punti impresa digitale
- ▶ Servizi connessi all'Agenda digitale

 **Sviluppo d'impresa e qualificazione aziendale e dei prodotti**

- ▶ Iniziative a sostegno dello sviluppo d'impresa
- ▶ Qualificazione delle imprese, delle filiere e delle produzioni
- ▶ Osservatori economici

 **Ambiente e sviluppo sostenibile**

- ▶ Iniziative a sostegno dello sviluppo sostenibile
- ▶ Tenuta Albo gestori ambientali
- ▶ Pratiche ambientali e tenuta registri in materia ambientale

La nuova realtà Rieti-Viterbo

La procedura di accorpamento tra le Camere di Rieti e di Viterbo si è conclusa in data 27 luglio 2021, con l'insediamento del Consiglio, nominato con Decreto del Presidente della Giunta Regionale del Lazio n. T00155 dell'8 luglio 2021; da tale data è iniziata la sfida che vede tutti gli attori coinvolti impegnati a plasmare un soggetto pubblico più forte ed in grado di dare maggiore supporto al nuovo spazio economico unificato, portando a fattore comune le azioni di incentivo allo sviluppo maturate in due territori abituati a concepirsi ed operare autonomamente.

Il processo dovrà avvenire nella necessaria gradualità e tenendo fede, dal punto di vista della programmazione, ai principi sanciti dagli accordi posti a base dell'unificazione. Occorre quindi che la nuova Camera promuova interventi che abbiano ricadute dirette sull'economia del territorio, anche in sinergia e complementarità con risorse provenienti da altri soggetti, proseguendo nel percorso di sussidiarietà e partenariato con il sistema associativo che ha contraddistinto i preesistenti enti, evitando concorrenzialità nell'erogazione dei servizi alle imprese e nelle politiche di sostegno alle stesse. In quest'ottica la nuova Camera valorizza quelle iniziative ormai divenute loro patrimonio.

In particolare la Camera di Commercio, nell'ambito dell'ampio sistema di relazioni più sopra tratteggiato, dovrà farsi garante di un metodo di relazioni tra soggetti privati della rappresentanza del mondo imprenditoriale, professionale, sindacale, dei consumatori e delle altre formazioni sociali e i decisori pubblici che risulti il più inclusivo possibile, onde promuovere la più ampia e autentica condivisione ed efficacia delle decisioni. Saranno inoltre favorite iniziative che affermino il ruolo primario della nuova Camera di Commercio Rieti-Viterbo nei rapporti con il sistema camerale regionale e nazionale.

La nuova Camera di Commercio di Rieti-Viterbo si propone quindi di giocare il ruolo di:

- a) **soggetto responsabile della crescita delle imprese e del territorio:** rientrano in questa linea temi quali: la digitalizzazione, le nuove tecnologie e l'innovazione; l'*e-government* per la competitività delle imprese; le azioni per lo sviluppo dell'imprenditorialità, il lavoro e l'occupazione; il settore cultura e turismo; le azioni per l'internazionalizzazione.
- b) **motore dell'efficienza e dell'innovazione alla luce della riforma:** in questo senso diventa fondamentale dare senso all'accorpamento come occasione di riorganizzazione e potenziamento dei servizi attualmente forniti, ad esempio, il fascicolo elettronico d'impresa, il cassetto digitale dell'imprenditore, il sistema personale di identificazione digitale (SPID).
- c) **luogo della condivisione e delle alleanze:** rientrano in questo ambito il potenziamento delle collaborazioni con le istituzioni pubbliche e private, la valorizzazione della Camera nel sistema camerale regionale e nazionale, e la condivisione delle politiche con gli stakeholder del territorio, in primo luogo quelli associativi.

Il contesto esterno

L'analisi del contesto economico

Secondo il World Economic Outlook (di seguito WEO) risalente a Luglio 2021, le prospettive globali rimangono ancora molto incerte, ad oltre un anno e mezzo circa dall'inizio della pandemia. Le nuove mutazioni del virus creano infatti molta preoccupazione, fortunatamente in parte bilanciata dalla crescente copertura vaccinale. La ripresa economica sta divergendo a seconda dei Paesi e dei settori di attività, essendo correlata non solo all'andamento della situazione Covid, ma anche dall'efficacia delle politiche economiche implementate dai singoli Stati.

La crescita globale in termini di PIL è prevista al 6% nel 2021, seguita da un 4,9% nel 2022.

Le proiezioni per il 2021 e il 2022 sono più forti rispetto al WEO di aprile 2021.

Tale crescita è basata soprattutto sul maggiore sostegno fiscale concesso da parte di alcune grandi economie e sulla ripresa prevista grazie alla somministrazione dei vaccini (nella seconda metà dell'anno in corso). Tale prospettiva è comunque caratterizzata da un elevato livello di incertezza, soprattutto a causa degli esiti incerti della pandemia e all'effettiva efficacia delle azioni promosse dai diversi Paesi; esiste dunque attualmente ancora un forte rischio connesso alla perdita di valore e soprattutto di milioni di posti di lavoro.

In particolare, si prevede una crescita del 4,6% per l'Area Euro nel 2021, sviluppo trainato prevalentemente da Spagna (+6,2%), Francia (+5,8%), Italia (+4,9%) e Germania (+3,6%).

Per quanto riguarda il contesto nazionale italiano, nello specifico, a seguito di un drastico calo del PIL nel 2020, pari al -8,9%, si prevede invece per il prossimo biennio una crescita sia per il 2021 (+4,2%), sia che per il 2022 (+3,6%).

Tab 1. % crescita PIL a livello globale

	Proiezioni			
	2019	2020	2021	2022
World Output	2,8	-3,2	6,0	4,9
Advanced Economies	1,6	-4,6	5,6	4,4
United States	2,2	-3,5	7,0	4,9
Euro Area	1,3	-6,5	4,6	4,3
Germany	0,6	-4,8	3,6	4,1
France	1,8	-8,0	5,8	4,2
Italy	0,3	-8,9	4,9	4,2
Spain	2,0	-10,8	6,2	5,8
Japan	0,0	-4,7	2,8	3,0
United Kingdom	1,4	-9,8	7,0	4,8
Canada	1,9	-5,3	6,3	4,5
Other Advanced Economies	1,9	-2,0	4,9	3,6
Emerging Market and Developing Economies	3,7	-2,1	6,3	5,2
Emerging and Developing Asia	5,4	-0,9	7,5	6,4
China	6,0	2,3	8,1	5,7
India	4,0	-7,3	9,5	8,5
Emerging and Developing Europe	2,5	-2,0	4,9	3,6
Russia	2,0	-3,0	4,4	3,1
Latin America and the Caribbean	0,1	-7,0	5,8	3,2
Brazil	1,4	-4,1	5,3	1,9
Mexico	-0,2	-8,3	6,3	4,2
Middle East and Central Asia	1,4	-2,6	4,0	3,7
Saudi Arabia	0,3	-4,1	2,4	4,8
Sub-Saharan Africa	3,2	-1,8	3,4	4,1
Nigeria	2,2	-1,8	2,5	2,6
South Africa	0,2	-7,0	4,0	2,2

Fonte: World Economic Outlook, July 2021 Update

Caratteristiche strutturali del territorio di riferimento della nuova Camera Rieti-Viterbo

I territori del nuovo Ente Camerale, presentano, nell'osservazione congiunta, caratteri di elevata complessità, in ragione dei quali la Camera di Commercio dovrà definire le proprie azioni e politiche di sostegno per la crescita del sistema delle imprese locali, trovando una sintesi che difenda le peculiarità e che faccia convergere i punti di congiunzione.

Quanto appena accennato, viene suffragato dall'esame dei principali fattori che qualificano i territori in questione.

Tab. 2. Indicatori demografici 2021 (valori assoluti e indici %).

VITERBO + RIETI	
Numero Comuni	133
Superficie provinciale (kmq)	6.365,41
Popolazione residente al 1° gennaio	458.602
Densità popolazione per kmq	72,05
popolazione 0-14 anni al 1° gennaio 2021	11,51%
popolazione 15-64 anni al 1° gennaio 2021	63,28%
popolazione 65 anni e più al 1° gennaio 2021	25,22%
indice di dipendenza strutturale al 1° gennaio 2021	58,04%
indice di dipendenza degli anziani al 1° gennaio 2021	39,85%
indice di vecchiaia al 1° gennaio 2021	219,13%
stranieri residenti al 1° gennaio 2021	43.368
% stranieri su popolazione residente	9%

Fonte: elaborazione dati Camera di Commercio

Innanzitutto, è importante precisare che il perimetro di riferimento generato dall'accorpamento delle due Province si articola in 133 Comuni, con una popolazione complessiva al 1° gennaio 2021 di 458.602 abitanti, di cui il 67% relativi a Viterbo e il 33% a Rieti.

Le proporzioni osservate in termini di popolazione si riflettono anche sui dati relativi alla consistenza imprenditoriale: nelle due province, con riferimento ai dati del secondo trimestre del 2021, sono registrate oltre 53.859 imprese, di cui 38.202 a Viterbo e 15.657 a Rieti. I due territori arrivano dunque, complessivamente, ad una densità imprenditoriale dell'11,74%.

La componente manifatturiera rappresenta il 5,54% del totale delle imprese registrate, presentando una maggiore incidenza per la provincia di Rieti (6,10% sul totale) che per quella di Viterbo (5,31%). Il dato inferiore relativo al territorio viterbese viene infatti compensato dalla rilevanza del settore agricolo, che da solo riveste il 30,85% circa di tutte le attività d'impresa (contro il 23,83% di Rieti).

Tab.3. Imprese registrate 2° trimestre 2021 (valori assoluti e %)

Imprese registrate 2° trimestre 2021	RIETI		VITERBO	
	Registrate	Comp%	Registrate	Comp %
Settore				
Agricoltura, silvicoltura pesca	3.731	23,83%	11.784	30,85%
Estrazione di minerali da cave e miniere	10	0,06%	52	0,14%
Attività manifatturiere	955	6,10%	2.029	5,31%
Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condiz...	16	0,10%	41	0,11%
Fornitura di acqua; reti fognarie, attività di gestione d...	19	0,12%	55	0,14%
Costruzioni	2.584	16,50%	5.078	13,29%
Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di aut...	3.004	19,19%	7.901	20,68%
Trasporto e magazzinaggio	314	2,01%	536	1,40%
Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	1.180	7,54%	2.421	6,34%
Servizi di informazione e comunicazione	253	1,62%	560	1,47%
Attività finanziarie e assicurative	254	1,62%	559	1,46%
Attività immobiliari	262	1,67%	949	2,48%
Attività professionali, scientifiche e tecniche	347	2,22%	796	2,08%
Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imp...	515	3,29%	960	2,51%
Amministrazione pubblica e difesa; assicurazione sociale...	2	0,01%	-	-
Istruzione	51	0,33%	150	0,39%
Sanità e assistenza sociale	174	1,11%	214	0,56%
Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e diver...	154	0,98%	414	1,08%
Altre attività di servizi	621	3,97%	1.366	3,58%
Attività di famiglie e convivenze come datori di lavoro p...		0,00%		0,00%
Organizzazioni ed organismi extraterritoriali		0,00%		0,00%
Imprese non classificate	1.211	7,73%	2.337	6,12%
Totale	15.657	100,00%	38.202	100,00%

Fonte: elaborazione dati Camera di Commercio

Volendo effettuare un confronto con la situazione a livello nazionale, è possibile evidenziare una maggiore connotazione agricola da parte del territorio formato dalle due province, in quanto il settore primario riveste un'incidenza del 28,8% sulle attività complessive, contro il dato nazionale, che si ferma al 12%. Altro ambito di potenzialità riguarda il settore delle costruzioni, che per le due province influisce sul totale delle attività per il 14,2%, contro il 13,8% a livello nazionale; gli altri due comparti maggiormente rilevanti a livello territoriale sono quelli relativi al commercio all'ingrosso e al dettaglio (che incide per il 20,3%) e alle attività manifatturiere (5,5% sul totale), dati in questo caso inferiori alla media nazionale in cui detti settori influiscono rispettivamente del 24,5% e del 8,9% sulle attività complessive.

Tab.4. Imprese registrate 2° trimestre 2021 (valori assoluti e %).

Imprese registrate 2° trimestre 2021 Settore	RIETI + VITERBO		ITALIA	
	Registrate	Comp. %	Registrate	Comp. %
Agricoltura, silvicoltura pesca	15.515	28,81%	735.659	12,05%
Estrazione di minerali da cave e miniere	62	0,12%	3.977	0,07%
Attività manifatturiere	2.984	5,54%	545.919	8,94%
Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condiz...	57	0,11%	13.514	0,22%
Fornitura di acqua; reti fognarie, attività di gestione d...	74	0,14%	11.807	0,19%
Costruzioni	7.662	14,23%	840.605	13,77%
Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di aut...	10.905	20,25%	1.494.990	24,49%
Trasporto e magazzinaggio	850	1,58%	166.523	2,73%
Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	3.601	6,69%	463.294	7,59%
Servizi di informazione e comunicazione	813	1,51%	141.928	2,33%
Attività finanziarie e assicurative	813	1,51%	131.874	2,16%
Attività immobiliari	1.211	2,25%	298.605	4,89%
Attività professionali, scientifiche e tecniche	1.143	2,12%	228.870	3,75%
Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imp...	1.475	2,74%	214.306	3,51%
Amministrazione pubblica e difesa; assicurazione sociale...	2	0,00%	137	0,00%
Istruzione	201	0,37%	32.917	0,54%
Sanità e assistenza sociale	388	0,72%	45.817	0,75%
Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e diver...	568	1,05%	80.063	1,31%
Altre attività di servizi	1.987	3,69%	249.308	4,08%
Attività di famiglie e convivenze come datori di lavoro p...	-	0,00%	36	0,00%
Organizzazioni ed organismi extraterritoriali	-	0,00%	10	0,00%
Imprese non classificate	3.548	6,59%	404.121	6,62%
Totale	53.859	100,00%	6.104.280	100,00%

Fonte: elaborazione dati Camera di Commercio

Con riferimento alle imprese artigiane, per il secondo trimestre del 2021 troviamo un totale complessivo delle due province pari a 10.765, ossia un 20% del totale delle imprese registrate. In particolare, la maggior parte delle imprese artigiane risultano collocate nella provincia viterbese, con il 63,6% delle imprese artigiane d'insieme. I settori maggiormente rilevanti sono quelli relativi alle costruzioni (5.115 imprese, ben il 47,5% del totale, di cui il 66,4% relative alla provincia di Viterbo), alle attività manifatturiere (1.781 imprese artigiane, di cui il 69,8% nel viterbese) e alle altre attività di servizi, in particolare servizi alla persona (1302 imprese, il 12,1% sul totale).

Tab.5. Imprese artigiane (valori assoluti e %)

Imprese artigiane 2°trimestre 2021	RIETI	VITERBO	RIETI + VITERBO	
Settore	Registrate	Registrate	Registrate	Comp. %
Agricoltura, silvicoltura pesca	86	150	236	2,19%
Estrazione di minerali da cave e miniere	-	6	6	0,06%
Attività manifatturiere	537	1.244	1.781	16,54%
Fornitura di acqua; reti fognarie, attività di gestione d...	8	7	15	0,14%
Costruzioni	1.718	3.397	5.115	47,52%
Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di aut...	208	498	706	6,56%
Trasporto e magazzinaggio	170	264	434	4,03%
Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	57	181	238	2,21%
Servizi di informazione e comunicazione	30	71	101	0,94%
Attività finanziarie e assicurative	1	1	2	0,02%
Attività immobiliari	0	2	2	0,02%
Attività professionali, scientifiche e tecniche	28	76	104	0,97%
Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imp...	118	229	347	3,22%
Istruzione	7	14	21	0,20%
Sanità e assistenza sociale	-	2	2	0,02%
Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e diver...	14	31	45	0,42%
Altre attività di servizi	486	1.058	1.544	14,34%
<i>Di cui "altre attività di servizi per la persona"</i>	411	891	1.302	12,09%
Imprese non classificate	41	25	66	0,61%
Totale	3.509	7.256	10.765	100,00%

Fonte: elaborazione dati Camera di Commercio

Con riferimento alle tipologie imprenditoriali, osservando i dati relativi al secondo trimestre del 2021, le imprese femminili registrate nel complesso delle due province risultano pari a 14.569, evidenziando un'incidenza percentuale del 27,05% sulle imprese complessive. Il trend appare piuttosto stabile rispetto all'anno precedente, mostrando delle oscillazioni di livello trascurabile.

Tab.6. Imprese femminili (valori assoluti e %).

Settore	Imprenditoria femminile_ 2° trimestre 2021					
	RIETI		VITERBO		RIETI + VITERBO	
	N° imprese femminili	% su imprese complessive	N° imprese femminili	% su imprese complessive	N° imprese femminili	% su imprese complessive
Agricoltura, silvicoltura pesca	1.253	33,58%	4.008	34,01%	5.261	33,91%
Estrazione di minerali da cave e miniere	1	10,00%	5	9,62%	6	9,68%
Attività manifatturiere	182	19,06%	380	18,73%	562	18,83%
Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condiz...	2	12,50%	8	19,51%	10	17,54%
Fornitura di acqua; reti fognarie, attività di gestione d...	3	15,79%	7	12,73%	10	13,51%
Costruzioni	154	5,96%	265	5,22%	419	5,47%
Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di aut...	871	28,99%	2.249	28,46%	3.120	28,61%
Trasporto e magazzinaggio	28	8,92%	61	11,38%	89	10,47%
Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	454	38,47%	825	34,08%	1.279	35,52%
Servizi di informazione e comunicazione	57	22,53%	143	25,54%	200	24,60%
Attività finanziarie e assicurative	63	24,80%	168	30,05%	231	28,41%
Attività immobiliari	71	27,10%	280	29,50%	351	28,98%
Attività professionali, scientifiche e tecniche	83	23,92%	158	19,85%	241	21,08%
Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imp...	145	28,16%	295	30,73%	440	29,83%
Amministrazione pubblica e difesa; assicurazione sociale...	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
Istruzione	13	25,49%	46	30,67%	59	29,35%
Sanità e assistenza sociale	80	45,98%	91	42,52%	171	44,07%
Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e diver...	35	22,73%	107	25,85%	142	25,00%
Altre attività di servizi	349	56,20%	778	56,95%	1.127	56,72%
Imprese non classificate	284	23,45%	567	24,26%	851	23,99%
Totale	4.128	26,37%	10.441	27,33%	14.569	27,05%

Fonte: elaborazione dati Camera di Commercio

Con riferimento invece alle imprese giovanili, l'accorpamento delle due province genera, per il secondo trimestre del 2021, un totale di 4.579, soltanto l'8,5% delle imprese totali. Osservando i dati relativi agli anni precedenti, è possibile evidenziare un calo percentuale del numero di imprese giovanili tra il 2019 e il 2020 pari al -4,3% per la provincia di Viterbo e al -3,2% per quella di Rieti.

Tab.7. Imprese giovanili (valori assoluti e %)

Settore	Imprenditoria giovanile 2° trimestre 2021					
	RIETI		VITERBO		RIETI + VITERBO	
	N° imprese giovanili	% su imprese complessive	N° imprese giovanili	% su imprese complessive	N° imprese giovanili	% su imprese complessive
Agricoltura, silvicoltura pesca	387	10,37%	698	5,92%	1.085	6,99%
Estrazione di minerali da cave e miniere	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
Attività manifatturiere	53	5,55%	111	5,47%	164	5,50%
Fornitura di acqua; reti fognarie, attività di gestione d...	-	0,00%	2	3,64%	2	2,70%
Costruzioni	253	9,79%	387	7,62%	640	8,35%
Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di aut...	239	7,96%	688	8,71%	927	8,50%
Trasporto e magazzinaggio	15	4,78%	31	5,78%	46	5,41%
Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	136	11,53%	286	11,81%	422	11,72%
Servizi di informazione e comunicazione	19	7,51%	53	9,46%	72	8,86%
Attività finanziarie e assicurative	28	11,02%	66	11,81%	94	11,56%
Attività immobiliari	17	6,49%	55	5,80%	72	5,95%
Attività professionali, scientifiche e tecniche	42	12,10%	50	6,28%	92	8,05%
Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imp...	90	17,48%	123	12,81%	213	14,44%
Amministrazione pubblica e difesa; assicurazione sociale...	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
Istruzione	7	13,73%	6	4,00%	13	6,47%
Sanità e assistenza sociale	18	10,34%	16	7,48%	34	8,76%
Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e diver...	17	11,04%	22	5,31%	39	6,87%
Altre attività di servizi	103	16,59%	208	15,23%	311	15,65%
Totale	1.568	10,01%	3.011	7,88%	4.579	8,50%

Fonte: elaborazione dati Camera di Commercio

Analizzando infine il livello di imprenditoria straniera, dai dati rilevati per l'ultimo trimestre dell'anno in corso è possibile constatare la presenza di 4381 imprese straniere nel territorio d'insieme delle due province, dato che rappresenta l'8,13% delle imprese complessive.

Raffrontando il numero di imprese straniere registrate nel 2020 con quelle dell'anno precedente si evidenzia un aumento percentuale del 5,7% per quanto riguarda la provincia viterbese e dell'8,8% per quella di Rieti: la popolazione immigrata risulta dunque sempre più attiva nello scenario economico locale.

Quando si parla di "imprese straniere" s'intende l'insieme delle realtà imprenditoriali in cui la partecipazione di persone non nate in Italia risulta complessivamente superiore al 50% mediando le composizioni di quote di partecipazione e cariche attribuite.

Il settore in cui le imprese di stranieri sono maggiormente presenti in termini di incidenza percentuale è quello delle costruzioni (1344 imprese complessive, il 17,54% di tutte le imprese registrate dalle due province nel loro complesso), seguito da quello del commercio (1293 imprese con incidenza dell'11,86%).

Tab.8. Imprese straniere (valori assoluti e %)

Settore	Imprenditoria straniera 2° trimestre 2021					
	RIETI		VITERBO		RIETI + VITERBO	
	N° imprese straniere	% su imprese complessive	N° imprese straniere	% su imprese complessive	N° imprese straniere	% su imprese complessive
Agricoltura, silvicoltura pesca	133	3,56%	256	2,17%	389	2,51%
Estrazione di minerali da cave e miniere	-	-	-	-	-	-
Attività manifatturiere	46	4,82%	103	5,08%	149	4,99%
Costruzioni	488	18,89%	856	16,86%	1.344	17,54%
Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di aut...	299	9,95%	994	12,58%	1.293	11,86%
Trasporto e magazzinaggio	16	5,10%	31	5,78%	47	5,53%
Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	72	6,10%	144	5,95%	216	6,00%
Servizi di informazione e comunicazione	9	3,56%	28	5,00%	37	4,55%
Attività finanziarie e assicurative	1	0,39%	14	2,50%	15	1,85%
Attività immobiliari	8	3,05%	19	2,00%	27	2,23%
Attività professionali, scientifiche e tecniche	13	3,75%	44	5,53%	57	4,99%
Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imp...	108	20,97%	163	16,98%	271	18,37%
Amministrazione pubblica e difesa; assicurazione sociale...	-	-	-	-	-	-
Istruzione	4	7,84%	9	6,00%	13	6,47%
Sanità e assistenza sociale	6	3,45%	6	2,80%	12	3,09%
Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e diver...	8	5,19%	14	3,38%	22	3,87%
Altre attività di servizi	36	5,80%	90	6,59%	126	6,34%
Totale	1.363	8,71%	3.018	7,90%	4.381	8,13%

Fonte: elaborazione dati Camera di Commercio

Volendo indagare la capacità del sistema locale di produrre ricchezza, si passa ad analizzare il dato relativo al valore aggiunto, ossia il principale indicatore di sintesi in grado di immortalare l'andamento economico di un territorio.

Il valore aggiunto dell'intera area generata dall'accorpamento, nel 2019, è stato pari a 8.788 milioni di euro, di cui 6122,6 milioni relativi alla provincia viterbese (con un incremento percentuale del +0,8% rispetto all'anno precedente) e 2665,4 milioni con riferimento a quella di Rieti (con un aumento del +1,2% rispetto al 2018). Il dato complessivo evidenziato dalle due province rappresenta il 4,9% del valore aggiunto a livello regionale (179.443 milioni di euro nel 2019).

Per approfondire ulteriormente l'analisi sulle dinamiche di crescita dell'economia dei due contesti territoriali, è utile scomporre il valore aggiunto provinciale nei diversi settori che concorrono a determinarlo. Il dato più recente relativo al valore aggiunto per settori di attività è relativo all'anno 2018, ma consente comunque di ottenere delle indicazioni sulla modalità di creazione di ricchezza nei territori considerati.

Risulta immediatamente evidente come il 78% del valore aggiunto delle due province è da associare all'attività terziaria: in particolare, il comparto relativo a commercio, turismo, trasporto, informazione e comunicazione contribuisce per il 20,6%, mentre gli "altri servizi", compresi i servizi alle persone, influiscono per il 57,4% sul totale. Questo dato, molto più alto del rispettivo nazionale, scaturisce da un tessuto industriale carente, condizione che va ad incidere inevitabilmente sulle tipologie di servizi offerti, più di prossimità e meno rivolti alle imprese.

Parallelamente, si segnala come l'apporto del comparto agricolo appaia molto elevato, soprattutto grazie all'incidenza della provincia di Viterbo (7%), confermando come l'economia del viterbese sia ancora fortemente orientata all'agricoltura, che si sta sempre più diversificando, contribuendo alla crescita del turismo e di alcune attività manifatturiere. L'incidenza del settore secondario sul totale della ricchezza delle due province è pari al 15,5%, mentre in Italia tale comparto raggiunge il 23,9% del valore aggiunto nazionale.

Il settore delle costruzioni, con un'incidenza complessiva del 5,3%, mostra un peso superiore rispetto a quello regionale (3,8%) e nazionale (4,3%), anche se in forte riduzione rispetto al passato. Questa riduzione è stata parzialmente compensata da un aumento nel terziario, soprattutto nella componente dei servizi alla persona, della ricettività e della somministrazione.

Tab. 9. Valore aggiunto a prezzi base e correnti per branca di attività economica, anni 2018 e 2019 (dati in milioni di euro)

Territori	2018								2019	VAR. 2018-2019
	Agricoltura, silvicoltura e pesca	Industria			Servizi			Totale	Totale	
		Industria in senso stretto	Costruzioni	Totale Industria	Commercio, Turismo, Informazione e comunicazione	Altri servizi	Totale servizi			
Viterbo	445,4	616,3	304,1	920,4	1.310,2	3.395,6	4.705,8	6.071,6	6.122,6	0,8%
	7%	10%	5%	15%	22%	56%	78%	100%		
Rieti	119,5	266,4	157,9	424,3	486,6	1.602,0	2.088,6	2.632,5	2.665,4	1,2%
	4,5%	10,1%	6,0%	16,1%	18,5%	60,9%	79,3%	100,0%		
Rieti + Viterbo	564,9	882,7	462,0	1.344,7	1.796,9	4.997,6	6.794,5	8.704,1	8.788,0	1,0%
	6,49%	10,14%	5,31%	15,45%	20,64%	57,42%	78,06%	100,00%		
LAZIO	1.880,4	18.587,1	6.703,7	25.290,8	50.266,6	99.961,5	150.228,1	177.399,3	179.443,0	1,2%
	1,06%	10,48%	3,78%	14,26%	28,34%	56,35%	84,68%	100,00%		
ITALIA	34.727,0	310.589,4	67.481,7	378.071,1	398.704,6	772.959,7	1.171.664,3	1.584.462,4	1.602.266,1	1,1%
	2,19%	19,60%	4,26%	23,86%	25,16%	48,78%	73,95%	100,00%		

Fonte: Ist. G. Tagliacarne

Con riferimento al mercato del lavoro, gli occupati complessivi nelle due province stimati dall'Istat superano per l'intera area le 171 mila unità, di cui 113 mila nella provincia viterbese (66% del totale) e 58 mila in quella di Rieti (34%).

Tab.10. Occupati per settore di attività economica 2020 (valori assoluti e variazione %)

Occupati suddivisi per settore di attività economica nel 2020 (Valori assoluti e variazione %)						
	Agricoltura	Industria in senso stretto	Costruzioni	Commercio, Alberghi, Ristoranti	Altri Servizi	Totale
Viterbo	6.572	14.544	6.510	20.615	64.993	113.235
Rieti	2.916	4.692	4.523	13.149	33.031	58.311
Viterbo + Rieti	9.488	19.236	11.033	33.764	98.024	171.546
Variazione % 2020/2019						
Viterbo	25,7	1,5	-4,1	-14,2	2,8	-0,3
Rieti	23,6	-27,5	-5,5	13,7	-2,1	-1
Viterbo + Rieti	25,0	-7,5	-4,6	-5,1	1,1	-0,6

Fonte: elaborazione Camera di Commercio su dati Istat

Tornando al tessuto produttivo, la disaggregazione per macrosettori di attività conferma la maggiore specializzazione agricola della provincia di Viterbo (30,85% delle imprese totali), rappresentando il 27,3% di tutte le imprese agricole a livello regionale.

Emerge inoltre la maggiore rilevanza del settore edile in provincia di Rieti, con il 16,5% delle imprese complessive provinciali, oltre alla elevata incidenza delle attività commerciali per entrambe le province (19,2 per Rieti e 20,7 per Viterbo).

Tab. 11. Imprese per comparto produttivo, 2° trimestre 2021 (valori assoluti e %.)

Settore	Provincia						LAZIO
	RIETI		VITERBO		RIETI + VITERBO		
	Registrate	% sul totale	Registrate	% sul totale	Registrate	% sul totale	
Agricoltura, silvicoltura pesca	3.731	23,83%	11.784	30,85%	15.515	28,81%	43.145
Estrazione di minerali	10	0,06%	52	0,14%	62	0,12%	379
Attività manifatturiere	955	6,10%	2.029	5,31%	2.984	5,54%	35.057
Fornitura di energia elettrica, gas..	16	0,10%	41	0,11%	57	0,11%	988
Fornitura di acqua; reti fognarie...	19	0,12%	55	0,14%	74	0,14%	1.135
Costruzioni	2.584	16,50%	5.078	13,29%	7.662	14,23%	90.050
Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparaz	3.004	19,19%	7.901	20,68%	10.905	20,25%	159.479
Trasporto e magazzinaggio	314	2,01%	536	1,40%	850	1,58%	19.918
servizi di alloggio e di ristorazione	1.180	7,54%	2.421	6,34%	3.601	6,69%	51.609
Servizi di inform. e comunicazione	253	1,62%	560	1,47%	813	1,51%	22.856
Attività finanz. e assicurative	254	1,62%	559	1,46%	813	1,51%	14.758
Attività immobiliari	262	1,67%	949	2,48%	1.211	2,25%	30.573
Attività professionali, scient. e tecniche	347	2,22%	796	2,08%	1.143	2,12%	26.495
Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supp alle imp...	515	3,29%	960	2,51%	1.475	2,74%	34.100
Amministrazione pubblica e difesa; assicurazione soc.	2	0,01%	-	0,00%	2	0,00%	31
Istruzione	51	0,33%	150	0,39%	201	0,37%	3.856
Sanità e assistenza sociale	174	1,11%	214	0,56%	388	0,72%	5.557
Attività artistiche, sportive, di intratten e diver...	154	0,98%	414	1,08%	568	1,05%	9.673
Altre attività di servizi	621	3,97%	1.366	3,58%	1.987	3,69%	29.053
Attività di famiglie e convivenze come datori di lavoro	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	2
Organizzazioni ed organismi extraterritoriali	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	6
Imprese non classificate	1.211	7,73%	2.337	6,12%	3.548	6,59%	74.866
Totale	15.657	100,00%	38.202	100,00%	53.859	100,00%	653.586

Fonte: elaborazione dati Camera di Commercio

Per quanto riguarda le produzioni agricole provinciali nel 2020, Viterbo mantiene la sua forte vocazione agricola: il settore primario presenta un'elevata diffusione su tutto il territorio provinciale, con un maggior orientamento verso le produzioni di pomodori, frumento, orzo, patata e nocciola, così come olive e uve da vino.

Per quanto riguarda la provincia di Rieti, invece, le maggiori produzioni riguardano prodotti quali mais, olive, frumento tenero e duro, uva e patate.

Tab.12. Produzioni agricole in provincia di Viterbo 2020.

Produzioni agricole provincia di Viterbo 2020	
Tipo di coltivazione	Produzione totale - quintali
pomodoro da trasformazione in piena aria	1.115.000
frumento duro	749.000
orzo	555.000
patata comune	420.000
nocciola	340.000
olive da olio	221.000
olive da tavola e da olio	220.500
uva da vino	207.100
mais	178.000
cocomero in piena aria	165.000
frumento tenero	136.000
uve per vini igp	105.600
popone o melone in piena aria	82.000
kiwi	79.000
uve per vini dop	75.000
finocchio in piena aria	58.100
carciofo in piena aria	57.400
pomodoro da consumo fresco o da mensa	31.900
avena	31.100
uve per altri vini (escluso dop e igp)	26.500

Fonte: Istat

Tab.13. Produzioni agricole in provincia di Rieti 2020

Produzioni agricole provincia di Rieti 2020	
Tipo di coltivazione	Produzione totale - quintali
mais	330.000
olive da olio	155.000
olive da tavola e da olio	150.000
frumento tenero	89.500
frumento duro	50.000
uva da vino	44.200
uve per altri vini (escluso dop e igp)	39.000
patata comune	34.400
girasole	27.250
olio di oliva	20.010
orzo	12.000
mele per il consumo fresco	8.500
mela	8.500
pesca	6.000
ciliegia	3.800
uve per vini dop	3.600
cavolfiore (e cavolo broccolo)	2.700
castagne e marroni	2.700
triticale	2.500
avena	2.100

Fonte: Istat

Passando, invece al comparto industriale, per quanto riguarda la provincia di Viterbo, la componente industriale appare piuttosto rarefatta, con un'unica eccezione di rilievo costituita dal Distretto industriale di Civita Castellana. Il distretto industriale di Civita Castellana è una delle aree a forte specializzazione produttiva presenti nella Regione Lazio e l'unica presente nella Provincia di Viterbo. La maggior parte delle imprese opera nel settore ceramico, e specificatamente in quello della produzione di sanitari, una produzione di alta gamma caratterizzata da una forte impronta di design ed un'alta propensione all'export. Nel 2020, nonostante il blocco produttivo causa Covid, quasi il 30% delle esportazioni della provincia di Viterbo afferivano al Distretto di Civita Castellana. Al fianco delle grandi imprese che producono ceramica sanitaria stanziata nel territorio, negli anni sono nate e stanno sviluppando e diversificando il proprio business piccole e micro imprese che, grazie al patrimonio culturale e produttivo del territorio, possono beneficiare di sinergie in grado di fare la differenza in un periodo economico non facile come quello attuale.

Il Distretto di Civita Castellana con i 7 Comuni interessati è in grado di occupare direttamente o indirettamente circa 3.000 lavoratori e genera un fatturato di oltre 400 milioni di euro se si considera l'indotto.

Per quanto riguarda l'industria reatina, distribuita principalmente nelle tre aree del nucleo industriale di Rieti-Cittaducale, Borgorose e Passo Corese, il comparto, già alle prese con una profonda trasformazione, ha subito negli ultimi anni una vera e propria rivoluzione anche a causa degli eventi sismici del 2016 che hanno interessato 15 comuni della provincia di Rieti inseriti nel "cratere sismico", e della più recente pandemia da Covid-19.

Il settore elettronico che ha contraddistinto l'industria reatina dagli anni '70 fino agli anni '90, con la fine degli incentivi della Cassa del Mezzogiorno e l'abbandono del territorio da parte delle multinazionali che avevano guidato lo sviluppo del "Sistema produttivo locale Area dell'innovazione del Reatino", ha lasciato il passo ad una generazione di imprenditori industriali che si sono specializzati in alcune nicchie di settore o che hanno diversificato la propria attività nel comparto meccanico, come nel caso delle pompe dosatrici, determinando la nascita già da diversi anni di un vero e proprio distretto industriale (la "Pump Valley") con mercati di sbocco prevalentemente extra Ue. Hanno tenuto le imprese dell'agroalimentare (birra, carni, salumi ed altri prodotti del territorio), mentre è da segnalare, negli ultimi anni, il decollo del settore della logistica all'interno dell'area di Passo Corese, guidato dalla multinazionale Amazon, ed il consolidamento del polo chimico-farmaceutico nel nucleo industriale reatino, che ruota attorno alla multinazionale biofarmaceutica Takeda, ex Baxter. Due comparti che si sono ulteriormente rafforzati nel periodo pandemico.

Prospettive interessanti, per entrambe le province, arrivano infine dal comparto delle costruzioni, con particolare attenzione all'edilizia industriale, sia per la prosecuzione degli interventi legati alla ricostruzione post-sisma, sia per l'avvio dei cantieri collegati agli incentivi del Superbonus 110%.

Andando ad analizzare il settore turistico, è fondamentale premettere che l'emergenza sanitaria legata al Covid-19 ha generato, per lo scorso anno, un'evidente crisi legata all'ambito del turismo, dopo anni di crescita costante del settore. Nei mesi del lockdown, infatti, la domanda si è quasi del tutto azzerata, così come è drasticamente calata la presenza nelle strutture ricettive.

A diminuire è stato maggiormente il turismo proveniente dall'estero, in quanto il blocco degli spostamenti tra le nazioni ha impedito gli spostamenti, così come evidente è stato anche il calo del turismo interno, a causa delle molteplici restrizioni e regole da rispettare. Per il 2020 l'Istat restituisce al 2020 213.145 arrivi totali (per l'85% relativi alla provincia viterbese) e 643.356 presenze (di cui il 90% sempre in provincia di Viterbo). La prevalenza del turismo naturalistico e termale a e di quello marino spiega la rilevanza delle strutture ricettive extra-alberghiere (campeggi e villaggi turistici): la quota è pari al 44% degli arrivi e al 56% delle presenze nel 2020 per quanto riguarda l'intera area generata dall'accorpamento delle due province.

Tab.14. Arrivi e presenze nel complesso degli esercizi ricettivi nelle province laziali, nel Lazio ed in Italia (2019; valori assoluti)

Arrivi e presenze nel complesso degli esercizi ricettivi nelle province laziali, nel Lazio ed in Italia (2019; valori assoluti)						
	Arrivi Italiani	Presenze Italiani	Arrivi Stranieri	Presenze Stranieri	Arrivi Totali	Presenze Totali
Rieti	42.476	87.035	11.210	20.396	53.686	107.431
Viterbo	255.194	985.481	68.193	266.630	323.387	1.252.111
Rieti + Viterbo	297.670	1.072.516	79.403	287.026	377.073	1.359.542

Fonte: elaborazione dati Camera di Commercio su dati Istat

Tab.15. Arrivi e presenze nel complesso degli esercizi ricettivi nelle province laziali, nel Lazio ed in Italia (2020; valori assoluti)

Arrivi e presenze nel complesso degli esercizi ricettivi nelle province laziali, nel Lazio ed in Italia (2020; valori assoluti)						
	Arrivi Italiani	Presenze Italiani	Arrivi Stranieri	Presenze Stranieri	Arrivi Totali	Presenze Totali
Rieti	29.030	61.503	2.813	5.265	31.843	66.768
Viterbo	163.818	509.074	17.484	67.514	181.302	576.588
Rieti + Viterbo	192.848	570.577	20.297	72.779	213.145	643.356

Fonte: elaborazione dati Camera di Commercio su dati Istat

Tab. 16. Arrivi e presenze nel complesso degli esercizi alberghieri nelle province laziali, nel Lazio ed in Italia (2020; valori assoluti)

Arrivi e presenze nel complesso degli esercizi alberghieri nelle province laziali, nel Lazio ed in Italia (2020; valori assoluti)						
	Arrivi Italiani	Presenze Italiani	Arrivi Stranieri	Presenze Stranieri	Arrivi Totali	Presenze Totali
Rieti	21.799	46.385	1.882	3.155	23.681	49.540
Viterbo	87.800	216.793	8.172	17.117	95.972	233.910
Rieti + Viterbo	109.599	263.178	10.054	20.272	119.653	283.450

Fonte: elaborazione dati Camera di Commercio su dati Istat

Tab. 17. Arrivi e presenze nel complesso degli esercizi extra alberghieri nelle province laziali, nel Lazio ed in Italia (2020; valori assoluti)

Arrivi e presenze nel complesso degli esercizi extra alberghieri nelle province laziali, nel Lazio ed in Italia (2020; valori assoluti)						
	Arrivi Italiani	Presenze Italiani	Arrivi Stranieri	Presenze Stranieri	Arrivi Totali	Presenze Totali
Rieti	7.231	15.118	931	2.110	8.162	17.228
Viterbo	76.018	292.281	9.312	50.397	85.330	342.678
Rieti + Viterbo	83.249	307.399	10.243	52.507	93.492	359.906

Fonte: elaborazione dati Camera di Commercio su dati Istat

Per quanto riguarda le esportazioni, la provincia viterbese evidenzia il suo primato nel settore agricolo, che rappresenta una quota del 18,7% sulle attività complessive, con 62.627.394 euro di export per le produzioni agricole permanenti nel 2020.

Altro comparto significativo per le esportazioni è quello relativo ai prodotti alimentari, bevande e tabacco, il quale, a fronte di un'incidenza percentuale del 12,3%, ha evidenziato un incremento di circa il 20% rispetto al 2019. In particolare, tale crescita è attribuibile a due principali sottosettori all'interno del comparto alimentare, ossia quello della frutta e degli ortaggi lavorati e conservati (che hanno evidenziato un aumento di quasi il 25%) e quello dei prodotti delle industrie lattiero-casearie (con un incremento registrato del 9,3%). Di grande incidenza per la provincia viterbese è inoltre il settore relativo ai prodotti tessili, abbigliamento, pelli e accessori, con una percentuale di rilevanza del 15,17% sull'export complessivo.

Ulteriore comparto determinante per la provincia di Viterbo riguarda i prodotti in

porcellana e ceramica, che mostrano un'incidenza del 26,55% sul totale, dato sicuramente attribuibile al distretto delle ceramiche di Civita Castellana, di essenziale valore strategico per tutto il territorio.

Per quanto riguarda invece la provincia di Rieti, un comparto fortemente rilevante è quello relativo ai medicinali e preparati farmaceutici, che da solo riveste il 68,94% delle esportazioni totali; a seguire troviamo il settore inerente ai macchinari e agli apparecchi, che invece rappresenta il 17,25% dell'export complessivo.

Osservando i dati relativi all'accorpamento delle due province, è possibile immediatamente notare come il settore relativo alle attività manifatturiere occupi, nel complesso, l'89% delle attività totali. Tale rilevanza percentuale è imputabile principalmente alla provincia di Rieti, in cui tale comparto occupa la totalità delle attività globali (99,81%); per la provincia viterbese, invece, le attività manifatturiere rivestono il 78,76% di quelle complessive, essendo il 18,65% delle stesse dedicate al comparto dell'agricoltura.

Tab. 18. Valore delle esportazioni 2020 per settore di attività e comp.% (provincia Viterbo, Rieti e complessivo)

MERCE	VITERBO		RIETI		VITERBO + RIETI	
	export 2020	COMP% sul totale	export 2020	COMP% sul totale	export 2020	COMP% sul totale
A-PRODOTTI DELL'AGRICOLTURA, DELLA SILVICOLTURA E DELLA PESCA	70.126.667	18,65%	2.559	0,00%	70.129.226	9,46%
B-PRODOTTI DELL'ESTRAZIONE DI MINERALI DA CAVE E MINIERE	2.822.908	0,75%	2.016	0,00%	2.824.924	0,38%
C-PRODOTTI DELLE ATTIVITÀ MANIFATTURIERE	296.090.071	78,76%	364.655.947	99,81%	660.746.018	89,13%
<i>CA-Prodotti alimentari, bevande e tabacco</i>	46.282.581	12,31%	4.779.969	1,31%	51.062.550	6,89%
<i>CB-Prodotti tessili, abbigliamento, pelli e accessori</i>	57.032.228	15,17%	220.650	0,06%	57.252.878	7,72%
<i>CC-Legno e prodotti in legno; carta e stampa</i>	1.793.982	0,48%	157.189	0,04%	1.951.171	0,26%
<i>CD-Coke e prodotti petroliferi raffinati</i>	112.194	0,03%	0	0,00%	112.194	0,02%
<i>CE-Sostanze e prodotti chimici</i>	5.868.286	1,56%	9.413.117	2,58%	15.281.403	2,06%
<i>CF-Articoli farmaceutici, chimico-medicinali e botanici</i>	58.202	0,02%	251.902.120	68,95%	251.960.322	33,99%
<i>CG-Articoli in gomma e materie plastiche, altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi</i>	125.247.192	33,32%	6.962.048	1,91%	132.209.240	17,83%
CG234-Altri prodotti in porcellana e in ceramica	99.815.027	26,55%	1.342	0,00%	99.816.369	13,46%
<i>CH-Metalli di base e prodotti in metallo, esclusi macchine e impianti</i>	12.452.062	3,31%	9.045.878	2,48%	21.497.940	2,90%
<i>CI-Computer, apparecchi elettronici e ottici</i>	2.079.301	0,55%	16.125.694	4,41%	18.204.995	2,46%
<i>CJ-Apparecchi elettrici</i>	6.263.851	1,67%	2.484.387	0,68%	8.748.238	1,18%
<i>CK-Macchinari e apparecchi n.c.a.</i>	17.849.632	4,75%	63.043.147	17,25%	80.892.779	10,91%
<i>CL-Mezzi di trasporto</i>	248.327	0,07%	321.943	0,09%	570.270	0,08%
<i>CM-Prodotti delle altre attività manifatturiere</i>	20.802.233	5,53%	199.805	0,05%	21.002.038	2,83%
TOTALE	375.947.830	100,00%	365.366.763	100,00%	741.314.593	100,00%

Fonte: elaborazione dati Camera di Commercio su dati Istat

Il Sistema di relazioni esterne

Anche a fronte dello scenario economico descritto, la Camera di Commercio si relazionerà ai soggetti locali istituzionali e associativi con rinnovato impegno per assicurare strumenti e iniziative funzionali alle esigenze del sistema economico-sociale.

Connettere sistemi e costruire alleanze: questo il compito più che mai attuale della Camera di oggi per affrontare le tante sfide che attendono il nuovo mandato nel quinquennio. Politiche ampie e condivise necessitano dell'esercizio della funzione per eccellenza propria dell'istituzione camerale, ovvero quella di integratore di sistemi.

La Camera si colloca al centro di una rete di relazioni istituzionali nell'ambito della quale elabora strategie e definisce azioni d'intervento per favorire lo sviluppo delle politiche di promozione delle imprese, sviluppo e tutela del mercato. Il dialogo e la partecipazione alla rete interistituzionale potenzia l'azione, mediante un'opera coordinata ed integrata evitando, per quanto possibile, la frammentazione e la dispersione delle risorse.

I rapporti di collaborazione che le due Camere accorpate hanno attivato negli anni e che la nuova Camera mantiene e si propone di consolidare, coinvolgono non solo i soggetti del Sistema Camerale, ma anche soggetti pubblici e privati del territorio.

Le relazioni con la Regione continuano a essere strategiche in quanto istituzione di riferimento, così come le relazioni con i comuni capoluogo delle due province della circoscrizione camerale. Il confronto con il sistema camerale regionale, naturale interfaccia con la Regione, dovrà essere continuo, così come quello con l'Unione Nazionale, interlocutore privilegiato in sede di dialogo con il Governo e i Ministeri per il completamento del faticoso processo di Riforma, per lo sviluppo di nuove progettualità e infine per l'incessante processo di innovazione normativa che riguarda le variegate competenze delle Camere di commercio.

In questa delicata fase di cambiamento e, in prospettiva, di ripartenza è strategico il dialogo con le Associazioni di Categoria, naturale interfaccia con il mondo delle imprese e prime portatrici di interesse della Camera di commercio. Andrà di conseguenza costantemente curato il confronto con le rappresentanze imprenditoriali, del lavoro, dei consumatori, della cooperazione e dei professionisti al fine di dare sempre nuovo impulso al territorio che necessita di continue energie.

Il Sistema delle Partecipazioni

Le leggi e lo Statuto attribuiscono agli enti camerali la possibilità di perseguire i propri fini istituzionali anche attraverso la promozione, la realizzazione e la gestione di *“strutture ed infrastrutture di interesse economico generale a livello locale, regionale e nazionale, direttamente o mediante la partecipazione, secondo le norme del codice civile, con altri soggetti pubblici e privati, ad organismi anche associativi, ad enti, a consorzi e a società.”* (art. 2, comma 2 Legge 580/93).

La politica delle partecipazioni rappresenta, per la Camera di commercio di Rieti-Viterbo, uno strumento e un'opportunità con valenza strategica determinante per lo sviluppo del territorio e per il potenziamento dei servizi offerti al tessuto economico-produttivo.

Alla data del 31 luglio 2021 la CCIAA di Rieti-Viterbo ha partecipazioni dirette in 14 società; il valore complessivo delle partecipazioni detenute dalla Camera (dato iscritto nei bilanci consuntivi al 31.12.2020 delle due camere) ammonta a 236.643,27 mila euro.

Di seguito una sintesi dei dati disponibili aggiornati al 31.07.2021:

NOME PARTECIPATA	CODICE FISCALE PARTECIPATA	QUOTA DI PARTECIPAZIONE	BREVE DESCRIZIONE
Infocamere scpa	02313821007	0,009%	Gestione del sistema informatico nazionale, supporto e consulenza informatica, elaborazione dati
Tecno Holding spa	05327781000	0,006%	Gestione e supporto nelle partecipazioni e servizi finanziari
Tecnoborsa scpa	05375771002	0,181%	Promozione, sviluppo e collaborazione nella gestione di una rete nazionale di borse immobiliari
Agroqualità spa	05053521000	0,609%	Supporto e promozione sui temi del Made in Italy
Sabina Universitas scpa	00982440570	5,223%	Realizzazione di attività educative ed istruttive, culturali ed artistiche, di ricerca e di formazione
Isnart scpa	04416711002	0,259%	Supporto e promozione sui temi del turismo
Tecnoservicecamere scpa	04786421000	0,0496%	Supporto e consulenza nel settore immobiliare
Dintec scarl	04338251004	0,553%	Supporto e promozione sui temi dell'innovazione tecnologica, certificazione e qualità
Borsa Merci Telematica Italiana scpa	06044201009	0,0126%	Gestione della Borsa Merci Telematica
Uniontrasporti scarl	08624711001	0,083%	Supporto e promozione sui temi delle infrastrutture, logistica e trasporti
Si.Camera scarl	12620491006	0,114%	Supporto per lo sviluppo e la realizzazione delle funzioni e delle attività di interesse del Sistema camerale italiano
Retecamere scarl in liquidazione	08618091006	0,093%	Gestione del sistema informatico nazionale, supporto e consulenza informatica, elaborazione dati
Tuscia Expò spa	01690380561	25%	Realizzazione, organizzazione e gestione di un sistema fieristico-espositivo
Innexta scarl	08502090155	2,380%	Azioni e servizi strumentali all'esercizio delle funzioni istituzionalmente demandate al sistema camerale, in materia di promozione, sostegno e miglioramento dell'accesso al mercato

			del credito e ai mercati finanziari da parte delle PMI
--	--	--	--

Completa il quadro del sistema, la partecipazione della Camera in alcune fondazioni, associazioni e altri organismi:

NOME ORGANISMO	CODICE FISCALE ORGANISMO	QUOTA DI PARTECIPAZIONE	BREVE DESCRIZIONE
Consorzio per lo sviluppo industriale della Provincia di Rieti	80001270570	20,81%	Soddisfare le nuove esigenze delle piccole e medie imprese insediate nell'agglomerato, che hanno necessità di servizi sempre più qualificati e capillari.
Fondazione Flavio Vespasiano	90053860574	26,31%	Persegue finalità di diffusione, promozione e sviluppo dell'arte e dello spettacolo di prosa e musicale, della danza, gestione di iniziative culturali teatrali, del museo comunale e della biblioteca comunale.
Associazione per la gestione della strada dell'olio e dei prodotti tipici della Sabina	97379970581	2,27%	La Strada dell'Olio e dei Prodotti tipici della Sabina vuole essere lo strumento affinché i territori olivicoli e le relative produzioni possano essere divulgati, commercializzati e fruiti in forma di offerta turistica
Associazione Nazionale Città dell'olio	00883360703	0,27%	L'Associazione ha la finalità di divulgare la cultura dell'olivo e dell'olio di oliva di qualità; tutelare e promuovere l'ambiente ed il paesaggio olivicolo; diffondere la storia dell'olivicultura; garantire il consumatore attraverso la valorizzazione delle denominazioni di origine, l'organizzare eventi, l'attuazione di strategie di comunicazione e di <i>marketing</i> mirate alla conoscenza del grande patrimonio olivicolo italiano.
Assonautica Italiana	80416290585	1,69%	Promuovere la nautica da diporto ed il diportismo nautico
Assonautica Provinciale di Viterbo	00883360703	0,87%	Esercita a livello provinciale tutte le attività necessarie allo sviluppo della nautica da diporto; promuove e propaganda lo sport della vela e della canoa partecipando all'attività sportivo-agonistica a livello nazionale ed internazionale ed organizzando manifestazioni veliche e di canoa a livello locale, nazionale ed

			internazionale; promuove il turismo nautico e tutte le attività economiche, produttive e sociali ad esso collegate.
Associazione Enoteca Provinciale Tuscia Viterbese	90093430560	3,33%	Valorizza la produzione vitivinicola del territorio attraverso una molteplicità di azioni, quali l'esposizione permanente nei propri locali dei vini e dei prodotti vitivinicoli originari del territorio provinciale, l'organizzazione di degustazioni in abbinamento ai prodotti enogastronomici, la promozione della commercializzazione sul territorio nazionale e all'estero
GAL Etrusco Cimino	90093470566	4,55%	L'Associazione costituita con lo scopo prioritario di presentare alla regione Lazio il PSL conformemente al programma di sviluppo rurale Lazio 2013/2020 Nell'ambito del territorio dei Comuni soci, sviluppa azioni di valorizzazione del patrimonio territoriale favorendo sinergie tra le attività agricole, zootecniche, agrituristiche, artigianali, industriali, turistico-culturali paesaggistiche nel rispetto delle tradizioni e delle valenze ambientali locali.
GAL in Teverina	90093430560	4,16%	L'Associazione costituita con lo scopo prioritario di presentare alla regione Lazio il PSL conformemente al programma di sviluppo rurale Lazio 2013/2020 Nell'ambito del territorio dei Comuni soci, sviluppa azioni di valorizzazione del patrimonio territoriale favorendo sinergie tra le attività agricole, zootecniche, agrituristiche, artigianali, industriali, turistico-culturali paesaggistiche nel rispetto delle tradizioni e delle valenze ambientali locali.
GAL Alto Lazio	00883360703	3,85%	L'Associazione costituita con lo scopo prioritario di presentare alla regione Lazio il PSL conformemente al programma di sviluppo rurale Lazio 2013/2020 Nell'ambito del territorio dei Comuni soci, sviluppa azioni di valorizzazione del patrimonio territoriale favorendo sinergie tra le attività agricole, zootecniche, agrituristiche, artigianali, industriali, turistico-culturali paesaggistiche nel rispetto delle tradizioni e delle valenze ambientali locali.
GAL Tuscia Romana	00883360703	3,22%	L'Associazione costituita con lo scopo prioritario di presentare alla regione Lazio il PSL conformemente

			al programma di sviluppo rurale Lazio 2013/2020 Nell'ambito del territorio dei Comuni soci, sviluppa azioni di valorizzazione del patrimonio territoriale favorendo sinergie tra le attività agricole, zootecniche, agrituristiche, artigianali, industriali, turistico-culturali paesaggistiche nel rispetto delle tradizioni e delle valenze ambientali locali.
FLAG Lago di Bolsena	00883360703	4,35%	L'associazione è costituita quale gruppo di azione locale per la pesca (FLAG), al fine di concorrere allo sviluppo sostenibile e al miglioramento della qualità della vita nelle zone di pesca delle acque interne viterbesi in una strategia globale di sostegno all'attuazione degli obiettivi del P.O. FEAMP e delle altre misure regionali, nazionali e comunitarie per lo sviluppo delle zone di pesca.

Nel mese di ottobre, su questo versante, si è aggiunta un'ulteriore partecipazione con la costituzione del Biodistretto della Maremma Etrusca e Monti della Tolfa, nel quale la Camera di Commercio è entrata in qualità di Ente promotore e di Associato.

Intenzione del nuovo Ente è quello di salvaguardare la presenza della Camera di Commercio nelle partecipazioni societarie e negli organismi ritenuti strategici per lo sviluppo di azioni e progettualità a beneficio del territorio e dei sistemi economici di riferimento.

Le Aziende Speciali

Secondo il dettato normativo le Camere di commercio possono perseguire il raggiungimento dei propri scopi anche attraverso la costituzione di aziende speciali operanti secondo le norme del diritto privato.

Anche le Aziende Speciali saranno oggetto di fusione entro l'anno dando vita ad un'unica entità, due realtà, a livello funzionale, piuttosto diverse tra loro.

L'Azienda Speciale "Centro Italia Rieti", nasce come opportunità per studiare e realizzare strategie di marketing sul territorio, promuovendo lo sviluppo di servizi alle imprese in materia di qualità, innovazione tecnologica, assistenza tecnica, consulenza ed attività di internazionalizzazione.

In qualità di "organismo strumentale" della Camera di Commercio di Rieti, realizza le iniziative funzionali al perseguimento delle finalità istituzionali proprie dell'Ente camerale ed al fine di favorire lo sviluppo economico e sociale dei territori e dell'imprenditorialità, promuovendo:

- la qualificazione delle imprese, la qualità del territorio, la qualità sociale e la qualità ambientale;
- la formazione del capitale umano, professionale, manageriale e imprenditoriale attraverso un processo di educazione continua;
- lo sviluppo ed il sostegno della cultura dell'internazionalizzazione nell'economia locale e regionale;
- la progettazione, la gestione e la realizzazione di iniziative e partecipazione a bandi nell'ambito dei programmi comunitari di finanziamento dello sviluppo economico e sociale;
- la valorizzazione e certificazione delle produzioni tipiche;
- il turismo e l'ambiente, la valorizzazione ed il richiamo turistico del territorio e la certificazione delle imprese ricettive;
- l'orientamento al lavoro (orientamento scolastico e professionale ed alternanza scuola - lavoro);
- l'informazione e la formazione;
- la digitalizzazione delle imprese.

La struttura interna dell'Azienda risulta suddivisa in due aree: "area promozione e servizi camerali" e "area amministrativo contabile" articolate come segue:

- Area promozione e servizi camerali che cura la realizzazione e la promozione della partecipazione delle aziende locali agli eventi promozionali, provvede alla predisposizione e pianificazione delle attività promozionali, partecipa alla gestione e rendicontazione dei Fondi di Perequazione, svolge attività di progettazione con monitoraggio dei bandi regionali, nazionali ed internazionali, gestisce lo Sportello per il Turismo, lo Sportello per l'imprenditorialità e Microcredito e lo Sportello per l'internazionalizzazione. Supporta inoltre la struttura camerale nell'espletamento delle proprie attività istituzionali nell'ambito dell'area dei servizi all'utenza, nei seguenti ambiti funzionali:

- Gestione servizi di data entry e supporto degli uffici;
- Supporto alle attività del Registro Imprese, metrologia legale e diritto annuale;
- Rilascio firme digitali;
- Media conciliazione;
- Supporto nella gestione sito web e social network;
- Servizi di supporto logistico all'Ente Camerale quali prima informazione, gestione centralino e sala conferenze.

L'area promozione e servizi camerali occupa n. 3 unità di personale 3° livello CCNL Terziario e

servizi e n. 1 unità di personale 4° livello CCNL Terziario e servizi;

- Area amministrativo contabile che si occupa della gestione della contabilità generale ed analitica, del bilancio, della tesoreria, delle attività di prevenzione e protezione dei rischi e degli adempimenti per il rispetto delle norme in tema di privacy, trasparenza, tracciabilità ed anticorruzione, degli adempimenti previdenziali, assicurativi e fiscali dell'Azienda, della gestione amministrativa del personale, del sistema di controllo interno aziendale e della gestione. Predispone altresì il budget annuale, cura la contrattualistica aziendale e gestisce le attività concernenti l'acquisto dei beni e dei servizi generali. L'area amministrativo contabile occupa n. 1 unità di personale 3° livello CCNL Terziario e servizi che svolge il ruolo di responsabile amministrativo contabile ed assistente del Direttore e n. 1 unità di personale 4° livello CCNL Terziario e servizi.

L'Azienda speciale CeFAS-Centro per la Formazione e Assistenza allo Sviluppo si è contraddistinta nel corso degli anni, sempre più come Centro di Formazione. Azienda accreditata per la formazione presso la Regione Lazio che realizza anche formazione in proprio rivolta al mercato.

Storicamente si è occupata di altre attività, in particolare:

1. attuare un collegamento permanente con le realtà imprenditoriali e istituzionali al fine di realizzare la propria funzione di servizio ed assistenza al sistema delle piccole e medie imprese e loro rappresentanze;
2. promuovere e supportare processi di sviluppo, miglioramento della capacità competitiva e l'attrattività del territorio attraverso azioni di informazione, comunicazione, animazione e altre azioni di marketing;
3. realizzare studi e ricerche in discipline economiche, sociali, tecniche e scientifiche anche in collaborazione e/o partecipazione con Università, Istituzioni di studio, ricerca e documentazione italiane e straniere;
4. fornire servizi di sostegno alla creazione di nuove imprese, alla diversificazione e riconversione produttiva, all'innovazione di attività già esistenti anche attraverso l'offerta di assistenza e consulenza continuativa per la valutazione dell'idea e lo sviluppo delle capacità imprenditoriali. Promuove e supporta processi di innovazione e trasferimento tecnologico;
5. intraprendere iniziative di qualificazione delle produzioni e dei servizi delle imprese locali;
6. istituire, anche attraverso la partecipazione a bandi pubblici, appositi corsi di formazione, o attività di formazione superiore, continua, di qualificazione, aggiornamento e specializzazione imprenditoriale e professionale, anche dirette alla creazione di imprese.

Negli ultimi anni è stata fortemente impegnata nella presentazione e partecipazione a progetti comunitari in materia d'impresa e innovazione in accordo con la Camera di Commercio. Tra le altre gestisce per conto della Camera attività di supporto ai SUAP della Provincia ed è molto impegnata sul fronte dell'alternanza scuola lavoro.

In un'unica Area occupa 5 unità a tempo indeterminato con CCNL del commercio, di cui: 1 unità di personale di primo livello, 1 unità di secondo livello, 2 di quarto ed 1 quadro.

Il contesto interno: la struttura, le risorse umane e finanziarie

La nuova Camera di Commercio di Rieti-Viterbo è un'organizzazione di piccole dimensioni, tra le più piccole nell'ambito del sistema camerale. La struttura amministrativa della Camera è guidata dal Segretario Generale derivante dalla Camera di Viterbo e da due Dirigenti, uno proveniente da Viterbo ed uno da Rieti.

Sul fronte delle risorse umane la realtà Reatina appare molto più piccola rispetto a quella Viterbese, ed ha dovuto far fronte alle attività proprie impiegando, anche per attività istituzionali, il personale dell'Azienda Speciale. Quella Viterbese, storicamente molto più dimensionata negli ultimi anni ha assistito a numerose uscite in assenza di turn over. Per entrambe si registra un rilevante

“invecchiamento” delle Risorse umane.

Profilo qualitativo del personale	
Dirigenti	3
Impiegati	53
Totale	56

Composizione del personale per categoria professionale		
Impiegati	A	2
	B	3
	C	29
	D	19
Dirigenti		3
TOTALE		56

Composizione del personale per fasce di età	
20-29	0
30-39	0
40-49	13
50-59	40
60 e oltre	3
	56

Le risorse economiche

Il quinquennio in esame vede la nascita di un nuovo Ente che, oltre ad essere di esigue dimensioni, ha anche a disposizione modeste risorse e dovrà fare dell'efficienza una delle variabili fondamentali per la sostenibilità dei bilanci futuri.

Perdura il taglio del diritto annuale al 50% rispetto al 2014 solo mitigato dall'eventuale maggiorazione del 20% da utilizzare esclusivamente per i progetti Unioncamere-MISE (digitalizzazione, turismo e cultura, internazionalizzazione, orientamento al lavoro), entrambe le vecchie Camere sono attive fino alla fine del 2022 con i progetti sulla digitalizzazione, turismo e cultura.

La fase discendente della crisi pandemica e la stabilizzazione di alcune misure, quali il riversamento delle economie ottenute negli anni scorsi (oltre 300mila euro di oneri) fanno ipotizzare una sostanziale stabilità dei proventi e degli oneri della gestione corrente al netto degli interventi economici e di nuove situazioni sul fronte dei proventi esterni.

Sempre importante, in tale contesto, il reperimento di fonti esterne per il sostegno all'economia locale, attraverso il ricorso agli aiuti regionali, nazionali e comunitari. Per quanto riguarda gli impieghi si dovrà tener conto di una conferma complessiva degli oneri del personale relativi al 2020 con cessazioni dal servizio che verranno compensati da nuove assunzioni. Per quanto riguarda gli oneri di funzionamento si potranno realizzare nel breve termine delle economie aggiuntive rispetto a quanto già è stato fatto, in virtù di alcune, non molte in realtà, economie di scala che discendono dall'accorpamento. La parte residua di risultato economico ovviamente confluirà negli interventi economici, eventualmente facendo un ricorso sostenibile agli avanzi patrimonializzati.

Per la nuova Camera la stima del gettito previsto dal diritto annuale è di euro 5,3 milioni di euro, comprensivo dell'incremento del 20%; per quanto riguarda i diritti di segreteria l'ammontare stimato è 1,5 milioni di euro, circa 800mila euro di proventi e contributi che danno un totale di proventi correnti di poco superiore agli 8 milioni di euro. Per quanto riguarda gli oneri, quelli per il personale ammontano a 3 milioni di euro mentre le spese di funzionamento sono circa 2 milioni di euro. A questi si sommano gli ammortamenti ed accantonamenti, per i quali la voce di gran lunga più rilevante è composta dal fondo svalutazione crediti da diritto annuale, pari ad 2,3 milioni di euro. Per

tendere all'equilibrio la cifra disponibile per interventi economici è di circa 500mila euro, anche se va sottolineato che con la gestione straordinaria generalmente si recuperano altri 3-400mila euro da utilizzare per lo stesso scopo.

PARTE II – GLI OBIETTIVI STRATEGICI E LINEE DI ATTIVITÀ PER IL 2022-2026

La definizione del nostro programma pluriennale di attività deve necessariamente tener conto dei limiti legati alle incertezze circa l'evoluzione della crisi epidemiologica, il cui prolungarsi potrebbe comportare cambiamenti importanti nei comportamenti tanto delle imprese quanto delle persone, con chiari effetti anche sulle priorità strategiche del sistema camerale e del nostro Ente.

Come hanno dimostrato gli avvenimenti degli ultimi mesi, la crisi determinata dal Coronavirus è radicalmente differente da tutte le altre del passato: è contemporaneamente crisi sociale e crisi economica, destinata a modificare i futuri modelli di comportamento e le relazioni, anche attraverso un utilizzo nuovo e ben più diffuso delle tecnologie digitali.

A partire da quanto previsto dal *Recovery Plan*, le cui risorse vanno utilizzate in maniera mirata ed efficace, garantendo un sostegno immediato per imprese e settori in crisi ma avendo, al contempo, una visione di futuro che permetta di sviluppare un piano dall'orizzonte temporale più vasto che incida sui tanti nodi strutturali che da decenni minano la crescita del nostro territorio.

È tempo di dare spazio alla sostenibilità, di sviluppare nuove capacità, di mettersi al lavoro e di investire sulle nostre imprese che sono il vero motore dello sviluppo del nostro territorio. E per questo occorre fare leva sulle nostre migliori energie, su quella società dove giocano un ruolo importante le Università, le scuole, i corpi intermedi e sociali, il terzo settore.

Qui la Camera di commercio, grazie al suo essere parte di un sistema a rete, può giocare un ruolo importante, contribuendo alla costruzione di un progetto sistemico che rafforzi le politiche di sviluppo, che dia impulso alla sostenibilità e alla digitalizzazione, che sostenga le economie in crisi. Unioncamere ha proposto, nell'ambito del *Recovery Plan*, una serie di progetti basati sulle linee strategiche del sistema e in grado di contribuire in maniera rilevante alla costruzione di un piano che possa rilanciare il Paese.

Ancor più in questa fase incerta, alle Camere viene dunque riconosciuto il ruolo di indispensabile anello di connessione tra flussi e luoghi, tra territori e Stato. Perché sono un sistema di rappresentanza in grado di fare sentire la voce di tutti i settori produttivi e di stare accanto alle imprese, a partire da quelle maggiormente colpite dall'emergenza pandemica.

La Camera di commercio deve (continuare a) essere un punto di riferimento e un collettore di una visione comune a tutte le categorie economiche, finalizzata a indicare un futuro di sviluppo e a portare sul tavolo dei soggetti decisori scelte coerenti con i bisogni delle province di Rieti e di Viterbo.

Le Camere, governate attraverso forme di democrazia e rappresentanza economica, devono essere strumento per la promozione e lo sviluppo delle economie locali, attraverso la digitalizzazione dei servizi, la creazione di nuove opportunità di business, la formazione, l'analisi socio economica dei territori, lo sviluppo di azioni e progetti di promozione locale, in una logica di sussidiarietà e complementarietà con le associazioni di categoria del territorio.

Si possono pertanto delineare 4 Ambiti Strategici:

AMBITO STRATEGICO 1 – Sviluppo economico del territorio e competitività delle imprese

Questo ambito comprende tutte le linee dirette di azione/intervento volte allo sviluppo e alla promozione del territorio, e del sistema economico delle imprese locali di riferimento. È l'area sulla quale la Camera intende investire maggiormente in termini di risorse destinate al promozionale e concentra il "core business" della programmazione sul quale misurare, in via principale, la capacità di rispondere alle aspettative e alle esigenze dei propri stakeholder primari

AMBITO STRATEGICO 2 – Semplificazione e innovazione dei processi e rafforzamento istituzionale

Questo ambito comprende tutte le linee di azione/intervento dirette: all'efficientamento dei processi e dell'organizzazione per i servizi esterni; alla semplificazione e e-government; alla promozione del networking territoriale e istituzionale.

AMBITO STRATEGICO 3 – Apprendimento e crescita

Questo ambito raccoglie tutte le linee di azione e intervento dirette alla qualificazione e il potenziamento delle professionalità, anche attraverso un approccio trasversale nell'organizzazione.

AMBITO STRATEGICO 4 – Equilibrio economico e finanziario

Questo ambito, forse quello più sfidante per la neonata Camera, comprende tutte le linee di azione di razionalizzazione del patrimonio immobiliare e mobiliare, di ottimizzazione delle scelte di gestione e razionalizzazione della spesa, supportate da una sempre più strategica attività di ricerca di forme di finanziamento progettuali a livello regionale, nazionale ed europeo.

e 9 Obiettivi Strategici:

1. Miglioramento quali-quantitativo della digitalizzazione e dell'ammodernamento tecnologico delle imprese;
2. Incremento dell'internazionalizzazione delle imprese attraverso politiche di supporto in accordo con gli Organismi regionali e nazionali compresi quelli del sistema camerale;
3. Incremento e rafforzamento dell'attrattività turistica dell'Alto Lazio;
4. Miglioramento della competitività del sistema delle imprese;
5. Incremento delle possibilità occupazionali del territorio attraverso gli strumenti dell'orientamento e dell'alternanza;
6. Incremento del grado di legalità, tutela e trasparenza del mercato;
7. Miglioramento della semplificazione e della sburocratizzazione degli adempimenti amministrativi;
8. Miglioramento del grado di trasparenza e delle azioni di prevenzione della corruzione e sviluppo delle professionalità;
9. Riorganizzazione dei servizi in un'ottica di ottimizzazione dei costi/efficienza anche attraverso forme di collaborazione con enti e sistema camerale, razionalizzazione ed efficientamento del patrimonio della Camera (portafoglio partecipazioni – immobili).

1. AMBITO STRATEGICO 1 – Sviluppo economico del territorio e competitività delle imprese

1.1 OBIETTIVO STRATEGICO 1 - Miglioramento quali-quantitativo della digitalizzazione e dell'ammodernamento tecnologico delle imprese

La digitalizzazione

La crescita economica e della competitività sono strettamente legati alla capacità di un territorio di effettuare una transizione verso attività a maggior valore aggiunto e a maggior contenuto tecnologico.

L'emergenza sanitaria legata alla diffusione del Covid-19 ha fatto emergere, ancora con maggior forza, l'urgenza di procedere con interventi volti alla digitalizzazione del sistema produttivo. È fondamentale innanzitutto mettere in campo interventi che consentano alle imprese di rimanere operative, nonostante le limitazioni derivanti dalle misure per il contenimento della diffusione del Coronavirus; è poi indispensabile supportarle con percorsi di accompagnamento, capaci di affiancare il sistema produttivo nel ritrovare un nuovo equilibrio e una rinnovata stabilità.

In questo scenario, giocano un ruolo centrale le tecnologie e le competenze digitali. Per molte imprese, soprattutto di piccole e medie dimensioni, risulta difficile intraprendere le sfide sopra richiamate, a causa innanzitutto di una scarsa cultura digitale: l'adozione di forme di lavoro "smart" richiedono infatti la necessità di aggiornare e accrescere le competenze delle proprie risorse umane.

La Camera di Commercio, in armonia con gli obiettivi del programma dell' Agenda digitale italiana, intende promuovere ulteriormente la diffusione della cultura e della pratica digitale nelle piccole e medie imprese, sia attraverso la valorizzazione degli strumenti che il sistema camerale fornisce a supporto dell'e-government, sia mediante i P.I.D., Punto Impresa Digitale, punti di contatto sui temi del digitale, per le imprese di tutti i settori – dall'agricoltura, all'industria, all'artigianato, al terziario di mercato, ai servizi e per le imprese anche di più piccola dimensione, incluse quelle individuali ed i professionisti - anche in collaborazione con gli altri soggetti attivi nel Piano Nazionale Impresa 4.0.

Il Piano Nazionale Impresa 4.0 ha attribuito alle Camere di commercio il ruolo di favorire l'innovazione e la digitalizzazione delle imprese e del sistema economico italiano, ruolo che le Camere di commercio hanno fatto proprio dando vita, dal 2017, al network di punti informativi PID – Punti Impresa Digitale. Il Decreto 7 marzo 2019 del Ministero dello Sviluppo Economico ha specificato la funzione di gestione dei PID declinandola in servizi e attività. In linea pertanto con quanto definito dal Decreto, proseguiranno le iniziative del progetto PID, con l'obiettivo di diffondere le conoscenze digitali e le innovazioni 4.0 nel tessuto imprenditoriale locale.

All'interno della struttura PID continueranno ad operare i Digital Promoter, figure professionali e specialistiche, adeguatamente formate, che mettono la propria competenza a disposizione dei fabbisogni delle imprese del territorio che intendono ridisegnare la propria strategia aziendale e recuperare margini di competitività a livello nazionale ed internazionale aprendosi alla contaminazione digitale.

Le azioni saranno volte a:

- diffondere le conoscenze di base sulle tecnologie Impresa 4.0, attraverso eventi, seminari informativi e formativi anche di tipo tematico, servizi di informazione di desk sui temi dell'innovazione digitale, sulle applicazioni pratiche delle diverse soluzioni esistenti e sul quadro normativo di riferimento;
- valutare la maturità digitale delle imprese mediante le attività di assesment;
- organizzare incontri informativi e formativi, rivolti a imprese e a professionisti sui temi della digitalizzazione;

- presentare e gestire gli incentivi che la Camera di Commercio metterà a disposizione, attraverso lo strumento dei voucher digitali, per favorire l'adozione in azienda delle tecnologie 4.0.

In questa prospettiva è stato promosso da Unioncamere il Progetto Ultrahnet che ha l'obiettivo di favorire la conoscenza e la diffusione della banda ultra larga come strumento di sviluppo territoriale attraverso iniziative rivolte alle imprese in grado di stimolare la nascita di nuovi servizi e l'aumento della domanda di connettività: ciò, attraverso la valorizzazione dei dati del Registro delle imprese delle Camere di Commercio che consentono al MISE di programmare ed effettuare lavori di infrastrutture quanto più rispondenti alla distribuzione delle imprese sul territorio.

1.2 OBIETTIVO STRATEGICO 2 - Incremento dell'internazionalizzazione delle imprese attraverso politiche di supporto in accordo con gli Organismi regionali e nazionali compresi quelli del sistema camerale

L'internazionalizzazione

Il quadro dei mercati esteri è caratterizzato da molte incertezze e da una condivisione generale di veloce volatilità. L'emergenza sanitaria ha avuto pesanti effetti sulla domanda dei paesi di sbocco del *Made in Italy* e sulle catene di subfornitura di dimensione internazionale, facendo altresì aumentare i pericoli di barriere all'ingresso in alcuni paesi e alcune aree geo-politiche, anche per la tendenza a regionalizzare gli scambi, accentuata dal *reshoring*. A questo si aggiungono i limiti sulla circolazione dei beni e delle persone, che hanno congelato, di fatto, iniziative promozionali all'estero quali fiere, missioni, forum e B2B, e che hanno reso, di conseguenza, cruciale la definizione e l'erogazione di servizi per l'internazionalizzazione sempre più basati sull'integrazione fra digitale e, laddove possibile, momenti in presenza.

Per molte PMI è essenziale soprattutto in questa fase, cogliere tutte le possibilità che l'estero offre per "far fatturato". La Camera di Commercio intende pertanto incrementare gli sforzi delle imprese per consolidare la loro presenza all'estero, attraverso le seguenti linee di intervento:

- sostegno ai processi di internazionalizzazione attraverso il digitale e rafforzamento della presenza delle PMI sui canali commerciali online, a tutti i livelli. A tale ambito faranno riferimento, da un lato, le attività mirate alla diffusione della cultura e degli strumenti digitali per l'export (azioni di formazione e assistenza per l'avvicinamento alla gestione di business *on line*, supporto al posizionamento su piattaforme *e-marketplace*, ecc.) e, dall'altro, la realizzazione di *incoming* e percorsi di B2B virtuali tra buyer internazionali e operatori locali, che potranno poi mantenere una specifica valenza anche in preparazione a eventuali incontri di business in futuro;
- attività di informazione, formazione, orientamento e accompagnamento delle imprese, al fine di stimolare l'attuazione di percorsi e sviluppare le competenze specifiche per la promozione dell'internazionalizzazione attraverso un *Help desk* virtuale in grado di fornire una prima assistenza (legale, doganale, contrattuale, fiscale, ecc.) all'export, anche in collaborazione con ICE;
- ampliamento dell'export italiano attraverso l'aumento delle imprese esportatrici e una maggiore intensità della loro presenza all'estero (Progetto SEI). Oltre all'individuazione e al contatto "porta a porta" delle imprese, verrà fatto un più estensivo uso del digitale per erogare i servizi di profilazione, formazione specialistica e affiancamento alla definizione di piani per l'estero, garantendo sempre un dialogo diretto con le singole aziende coinvolte;
- messa a disposizione delle imprese, anche in collaborazione con le associazioni di categoria, di Export Specialist ossia "Manager dell'internazionalizzazione" in grado di formare e offrire un'assistenza personalizzata alle PMI per impostare azioni di marketing e far crescere il fatturato sull'estero, anche utilizzando la leva del digitale.

1.3 OBIETTIVO STRATEGICO 3 - Incremento e rafforzamento dell'attrattività turistica dell'Alto Lazio

Attrattività del territorio

L'elemento "territorio" costituisce una delle chiavi di successo attuali e potenziali più rilevanti della circoscrizione Rieti-Viterbo. I tesori ambientali, artistici, culturali, legati alle tipicità produttive rappresentano, anche e soprattutto in relazione tra loro, un patrimonio inestimabile che si presta ad una nuova e più strutturata valorizzazione. Il marketing territoriale, di cui la legge di riforma sottolinea la finalità turistica e di promozione del patrimonio culturale, rientra da tempo nel novero delle linee prioritarie di azione delle precedenti Camere di Commercio di Rieti e di Viterbo e dovrà trovare, pertanto, adeguata collocazione nei programmi annuali di attività al fine di proseguire le azioni intraprese con rinnovato vigore. La Camera di Commercio, in quanto Ente rappresentativo del sistema delle imprese, dovrà compiere ogni sforzo possibile al fine di intraprendere un percorso che le consenta di recuperare un ruolo di primo piano nella determinazione delle politiche di marketing territoriale, ad oggi non sempre pienamente riconosciuto dalla legislazione regionale.

Il mondo delle imprese, in quanto portatore di un interesse qualificato in materia, deve poter trovare nell'Ente camerale il soggetto in grado di condividere e guidare, assieme agli Enti locali, la definizione dei processi di valorizzazione della destinazione turistica complessivamente intesa, processi che non possono prescindere dall'ampio coinvolgimento di tutti gli attori del territorio, pubblici e privati.

La sempre più ampia segmentazione dei *target* deve infatti portare a focalizzare l'interesse proprio sulla destinazione turistica che, con il coinvolgimento di strutture ricettive, ristoratori e attività commerciali, diventa essa stessa "esperienza" in grado di attrarre importanti flussi di viaggiatori e di contribuire, unitamente agli altri comparti produttivi esistenti, a sostenere la competitività del sistema produttivo globalmente inteso. Le azioni da sostenere, sono sicuramente programmazione (in collaborazione con gli Enti competenti, qualificazione dell'offerta dell'ospitalità, promozione, gestione e supporto ad eventi territoriali).

Tra le nuove funzioni assegnate alle Camere figurano anche quelle volte alla qualificazione aziendale e dei prodotti e servizi per valorizzare le competenze, l'innovazione, la sostenibilità e l'origine dei prodotti realizzati, a partire dalle grandi eccellenze agroalimentari del territorio. Si tratta di una funzione che merita di essere rafforzata in raccordo con le iniziative più propriamente promozionali, anche mediante la collaborazione con organismi di livello locale e/o nazionale. I legami che uniscono il territorio alle sue produzioni permettono di riconoscerne la storia e l'identità e la loro valorizzazione è una strategia necessaria ed efficace per conseguire l'obiettivo del sostegno all'economia locale. Difendere l'identità dei prodotti agroalimentari e renderli riconoscibili, dunque, trova particolare garanzia nel sistema di certificazione quale antidoto ai pericoli dell'omologazione produttiva e strumento di tutela della qualità dei sapori tradizionali. In quest'ottica si inseriscono azioni camerale volte a valorizzare l'agricoltura e le sue produzioni primarie (da cui si creano, a loro volta, le basi per l'indotto agro-industriale) nonché ad incentivare e promuovere le reti di impresa e le forme di aggregazione della produzione attraverso la creazione ed il supporto alle filiere produttive, pensando ad eccellenze quali il vino, l'olio ed i prodotti caseari in forza dei quali è necessario promuovere progetti di ricerca e sviluppo per migliorare le produzioni attraverso la sensibilizzazione delle imprese sulle tematiche dell'Agricoltura di precisione 4.0 improntata alla ricerca e sperimentazione dell'innovazione tecnologica nel settore agricolo e agrifood.

1.4 OBIETTIVO STRATEGICO 4 - Miglioramento della competitività del sistema delle imprese

Sostenibilità ed economia circolare

La sostenibilità ambientale può trasformarsi in uno strumento chiave per rafforzare la competitività e la reputazione delle imprese, e quindi la loro redditività e quella di tutto il tessuto economico connesso. La Commissione Europea ha definito il piano di azione per l'economia circolare, e successivamente ha previsto che ben il 37% del Fondo per la Ripresa sia destinato ai temi green. Inoltre il MISE ha previsto risorse per oltre 200 milioni di euro a sostegno di progetti di ricerca e sviluppo per la riconversione dei processi produttivi nell'ambito dell'economia circolare. Sono risorse destinate ai Centri di ricerca, alle imprese agro-industriali nonché alle reti di impresa. Importante sarà promuovere la trasformazione green delle imprese; un punto di partenza potrà essere il check-up del processo produttivo ossia l'analisi delle diverse fasi di produzione allo scopo di individuare gli ambiti di intervento per l'ottenimento di vantaggi ambientali quali la riduzione di sprechi e rifiuti, l'ecodesign, il riutilizzo e la scomponibilità dei prodotti. Per questo diventa sempre più importante e necessario integrare la sostenibilità ambientale nel *core business* dell'azienda: servirsene come di un motore, come premessa nella determinazione delle strategie imprenditoriali, al fine di rispondere ai bisogni e alle aspettative del mercato e della società.

Mentre in passato i prodotti a vita breve sono stati un'impostazione chiave per molte aziende, adesso il mondo industriale e produttivo può cogliere l'opportunità di prolungare la vita delle merci creando prodotti concorrenziali a lunga durata.

Con l'idea della durata, del riutilizzo, della riparazione, della ricostruzione e del riciclaggio si possono progettare auto, computer, elettrodomestici, imballaggi e molto altro. La maggiore cooperazione all'interno delle catene di fornitura e fra le stesse aziende può diminuire i costi, i rifiuti e i danni all'ambiente con un'azione di sostenibilità concreta e organica. Da questa nuova impostazione potranno scaturire molte nuove opportunità d'affari e sviluppo anche per le PMI.

In tale scenario nulla diviene rifiuto nel senso classico del termine, ma tutto viene immesso di nuovo nel sistema, con meno dispersione di valore e maggiore efficienza. Recuperando e immettendo di nuovo nei cicli produttivi propri o di terzi quello che oggi è rifiuto, l'impresa riesce a conseguire importanti vantaggi competitivi in termini di risparmio di risorse, di recupero di materiali, minori conferimenti di rifiuti in discarica, riduzione dei rischi di approvvigionamento e di rischio ambientale, con attivazione di sinergie industriali e con evidenti vantaggi sulla propria redditività. In tali condizioni l'economia circolare può aprire nuovi mercati e concorrere a creare maggiore e migliore occupazione.

Networking territoriale e istituzionale

La Camera, in quanto soggetto radicato sul territorio, può svolgere una funzione propulsiva per iniziative di aggregazione; in proposito, diventa di fondamentale importanza la capacità di sviluppare collaborazioni con soggetti nazionali, enti regionali e locali, reti europee, collaborazioni che comunque devono essere precedute da una attenta analisi del processo di creazione del valore, individuando la funzione svolta da ciascun partecipante.

Il ruolo delle Camere di commercio può dunque essere di fondamentale importanza. Un ruolo, in primo luogo, informativo e promozionale. In secondo luogo, di attivazione - assieme alle associazioni - di tavoli e di focus group tra le imprese interessate a sviluppare iniziative collaborative, incentrate sulle declinazioni territoriali specifiche, come possono esserlo i distretti, le filiere strategiche, i cluster di territorio.

Valorizzare le informazioni economiche

Il Sistema camerale dispone del più vasto e aggiornato patrimonio di informazioni pubbliche sulle imprese italiane.

Grazie a questo patrimonio, unico a livello nazionale ed europeo, e grazie alla presenza, all'interno del sistema camerale, di figure professionali specializzate, l'attività degli Uffici di studi e statistica, presenti in ogni provincia, ha fatto sì che le Camere di Commercio abbiano storicamente rivestito un ruolo di osservatorio economico privilegiato sul territorio, operando anche quale organo del Sistema statistico nazionale (SISTAN).

In un simile contesto gli obiettivi che la nuova Camera deve porsi sono quelli di 1) valorizzare l'Osservatorio camerale per realizzare l'analisi economica dell'Alto Lazio; 2) valorizzare il patrimonio di big data del sistema camerale attraverso strumenti di informazione e monitoraggio; 3) Accreditarsi come interlocutore, se non unico, certamente privilegiato per la funzione di informazione economica, grazie anche all'affinamento degli strumenti a carattere previsivo.

1.5 OBIETTIVO STRATEGICO 5 - Incremento delle possibilità occupazionali del territorio attraverso gli strumenti dell'orientamento e dell'alternanza

Giovani, orientamento e Alternanza Scuola-Lavoro

La formazione del capitale umano rappresenta un *driver* di crescita economica e sociale fondamentale e costituisce un fattore di sviluppo decisivo, che consente di arricchire le conoscenze e competenze di imprenditori, professionisti e lavoratori con quei fattori di "innovazione" necessari a mantenere e migliorare la competitività. La nuova Camera intende continuare a partecipare e a contribuire alle politiche attive del lavoro attraverso: azioni di networking con il sistema dell'istruzione locale (Università, I.T.S., Uffici scolastici territoriali e Istituti scolastici secondari superiori), ma anche con le Istituzioni che si occupano di politiche per il lavoro. L'obiettivo è quello di facilitare l'individuazione dei bisogni delle aziende e la definizione di piani mirati di offerta formativa in armonia con gli indirizzi di studio degli alunni; stimolare l'attuazione di percorsi per le competenze trasversali e l'orientamento nonché di stage/tirocini formativi sensibilizzando scuole ed imprese, alla coprogettazione di detti percorsi; qualificare ulteriormente l'offerta attraverso l'avvio di un percorso di certificazione delle competenze focalizzando, in relazione alle vocazioni territoriali, le aziende interessate alla definizione di un modello che indichi le abilità più rilevanti per i settori -e relative aree professionali- individuati, favorendo così il matching tra domanda e offerta di lavoro. In questa cornice progettuale, la struttura camerale contribuisce alla mappatura delle professioni del futuro mettendo a disposizione un patrimonio di informazioni ampio ed articolato i cui principali asset ad oggi fruibili sono, a titolo esemplificativo, il Registro Imprese, il sistema informativo Excelsior, il Registro alternanza scuola-lavoro e Movimprese che consentono, ciascuno per le proprie specificità, di agevolare un contatto concreto tra il mondo della formazione scolastica e non e la realtà imprenditoriale.

Creazione, sviluppo e formazione di Impresa

Da sempre l'azione della Camera di Commercio a sostegno del sistema imprenditoriale è rivolta in modo particolare alle nuove imprese. Non solo nell'offrire supporto in fase di startup, ma operando anche nel fornire servizi di orientamento e informazione per giovani aspiranti imprenditori, e prima ancora progettando percorsi di alternanza scuola-lavoro.

La promozione della nuova imprenditorialità parte dal riconoscimento del ruolo del sistema scolastico, cruciale per avvicinare le nuove generazioni alle esigenze di un mercato del lavoro in costante evoluzione; prosegue con il sistema universitario, veicolo di innovazione tramite l'attrazione di talenti; tocca infine le startup, determinanti per la crescita economica.

Uno dei terreni di sfida più rilevanti nell'ambito della competitività imprenditoriale di un territorio è quello della formazione, un campo nel quale si gioca una partita decisiva sia dal punto di vista economico sia dal punto di vista sociale. Cultura di impresa è sinonimo di necessità di conoscenza. Difficilmente oggi è possibile creare una nuova impresa e farla prosperare se non si riconosce la centralità della formazione che tocca tutti i livelli della scala gerarchica aziendale ed aumenta le competenze sia del singolo che del gruppo di lavoro. La sfida è far comprendere che accanto ai risultati di bilancio, all'incremento degli utili ed alla redditività (oggi considerati unici parametri di successo) è importante l'orientamento al futuro, la propensione a guardare fuori dalla propria azienda, la flessibilità al cambiamento che solo il sapere può garantire, la capacità di non considerare la conoscenza un rischio ma un'opportunità di crescita e, in un'ottica di medio periodo, uno strumento irrinunciabile per la stessa sopravvivenza dell'impresa. E' fondamentale, perciò, offrire al territorio, anche in collaborazione con soggetti pubblici e privati competenti ed in coordinamento con il Governo, la Regione e le Associazioni di categoria, percorsi di formazione e professionalizzazione valorizzati anche nella loro dimensione digitale, finalizzati allo sviluppo della neo imprenditorialità, alla diffusione della cooperazione, al potenziamento dell'imprenditoria femminile e, più in generale, alla crescita personale e professionale quale elemento essenziale per il raggiungimento degli obiettivi di business.

1.6 OBIETTIVO STRATEGICO 6 – Incremento del grado di legalità, tutela e trasparenza del mercato

Tutela e trasparenza del mercato

La trasparenza del mercato e lo sviluppo della cultura della legalità sono punti di forza decisivi per migliorare la competitività delle imprese ed eliminare le distorsioni che impediscono la correttezza delle transazioni economiche. In primo piano si collocano in questo ambito le attività ed iniziative che hanno come obiettivo, anche in partenariato con istituzioni locali e forze dell'ordine, la prevenzione e il contrasto dell'illegalità e la realizzazione di un mercato libero, legale e trasparente.

Le Camere sono molto attive nelle attività finalizzate alla legalità nell'economia, consapevoli come sono di quanto incida negativamente per l'attrattività dei territori e per la crescita dell'impresa l'illegalità.

L'Ente intende rinnovare l'impegno a collaborare con gli organismi di vigilanza e le forze dell'ordine (Agenzia delle Dogane, Polizia Municipale, Carabinieri, Guardia di Finanza) per quanto concerne le funzioni sanzionatorie di cui alla legge 689/81, nonché a partecipare attivamente ai programmi di controllo e vigilanza che saranno definiti dal Ministero per lo Sviluppo Economico e Unioncamere, analogamente a quanto fatto nel corso degli ultimi anni su settori di varia natura (etichettatura tessili, codice del consumo, DPI, giocattoli, prodotti elettrici), formando altresì in maniera adeguata il personale addetto.

Inoltre proseguirà l'impegno nell'attività di controllo e vigilanza sugli strumenti di misura nelle transazioni commerciali: detta attività di vigilanza sarà garantita dall'apposita pianificazione interna e si realizzerà attraverso l'esecuzione di ispezioni su molteplici tipologie di strumenti di misura (ad esempio distributori di carburante, contatori alta portata, strumenti per pesare, contatori acqua e gas, ecc). Nel tradizionale ruolo di supporto al sistema generale delle imprese, la Camera si impegna a realizzare preventive campagne di divulgazione e sensibilizzazione rivolte agli operatori economici e ai consumatori finali, finalizzate alla consapevolezza dei rispettivi obblighi e diritti.

In questa ottica si inseriscono anche le attività della Camera in tema di regolazione del mercato, definendo "le regole del gioco" entro le quali le imprese possono dispiegare liberamente le proprie potenzialità economiche, favorendo comportamenti a tutela dei soggetti più deboli del mercato, i consumatori, e diffondendo buone prassi nonché corrette pratiche commerciali. Determinante è

rafforzare il ruolo della Camera nelle azioni volte a tutelare gli interessi dei consumatori e delle imprese e a garantire la trasparenza del mercato e la correttezza dei rapporti commerciali, ritenuti punti di forza decisivi per potenziare la competitività delle imprese e accrescere la fiducia nel mercato stesso, anche attraverso servizi di informazione / formazione rivolti a consumatori.

Nell'ottica di consentire che il mercato operi in una cornice di legalità, è rilevante assicurare un'efficiente erogazione dei servizi più "tradizionali" all'utenza, come ad esempio la tutela della proprietà industriale e la cancellazione protesti, nei quali tempestività e qualità rivestono un'importanza fondamentale per gli operatori coinvolti e per il mercato in genere, e come le iniziative di controllo delle clausole vessatorie nei contratti.

La legislazione sulla sicurezza e l'etichettatura dei prodotti alimentari è stata arricchita di recente da importanti contributi, a seguito dell'emanazione di nuove norme, emanate sia a livello europeo sia a livello nazionale, che hanno reso necessari alcuni adeguamenti da parte delle imprese. La Camera intende offrire il servizio dello Sportello Etichettatura e Sicurezza anche alimentare, implementandolo con attività seminarioli rivolte in particolare agli operatori economici del settore, affinché immettano sul mercato prodotti in regola con le normative di sicurezza igienico-sanitaria, rintracciabilità delle filiere ed etichettatura.

Rimangono di centrale importanza le funzioni relative all'ambito della risoluzione alternativa delle controversie, alla cui diffusione il sistema camerale ha contribuito nel tempo in maniera decisiva pur tenuto conto delle incertezze che ancora persistono sull'effettivo ambito di estensione di dette funzioni (e sulle modalità di realizzazione) a causa della scarsa chiarezza del testo normativo.

Unioncamere ha avviato un percorso di rinnovamento della funzione che potrà impattare anche sulle modalità di svolgimento dei compiti a livello locale; la Camera condivide il pensiero generale che evidenzia la necessità di alcuni interventi di ammodernamento dei servizi mediazione, conciliazione e arbitrato attraverso la realizzazione di iniziative di centralizzazione e di specializzazione dei servizi, rivolte soprattutto a favorire lo sviluppo dei servizi on-line e l'accesso tramite il canale telematico.

2. AMBITO STRATEGICO 2 – Semplificazione, innovazione dei processi e rafforzamento istituzionale

2.1 OBIETTIVO STRATEGICO 7 - Miglioramento della semplificazione e della sburocratizzazione degli adempimenti amministrativi

Semplificazione e e-government

La riflessione sulla necessità di una Pubblica Amministrazione più semplice e più digitale nel nostro Paese è all'ordine del giorno di ogni dibattito: l'emergenza sanitaria ha reso ancor più centrale la necessità di intensificare gli sforzi - anche da parte del sistema camerale - per garantire una semplificazione dei rapporti tra imprese e Pubblica amministrazione, fra imprese e Stato, nonché uno snellimento delle procedure. Le Camere di Commercio sono da tempo all'avanguardia nella digitalizzazione dei processi: il Registro delle Imprese, svolgendo un'attività già completamente digitalizzata con obbligo della telematica introdotto dal 2013 e con buona parte dei processi interni *paper free*, ha potuto mantenere i propri standard anche nel periodo della pandemia.

Nel panorama della PA, il sistema camerale è da sempre impegnato, quale Pubblica Amministrazione al servizio della comunità economica locale, a facilitare l'interazione tra le imprese e le istituzioni in una logica di semplificazione e digitalizzazione. È imprescindibile puntare sulla semplificazione amministrativa, incominciando dal ruolo dei SUAP, del portale "Impresa in un giorno" e del Fascicolo Informatico d'Impresa e dialogando sempre più con gli altri soggetti pubblici e privati coinvolti. Diffondere sempre più gli strumenti telematici che la Camera di Commercio

offre, come ad esempio il portale informativo “ATECO” e soprattutto il Cassetto Digitale: questo sarà uno sforzo da compiere anche attraverso il competente supporto agli ordini professionali. L’obbligo per tutte le imprese di dotarsi di un domicilio digitale, che corrisponderà al Cassetto digitale dell’imprenditore nel caso non sia comunicata al Registro delle Imprese una PEC valida e funzionante, vedrà il continuo affiancamento dell’imprenditore nel suo utilizzo. Lo strumento vedrà nei prossimi anni un continuo perfezionamento tecnologico. Il Cassetto fungerà anche da via di accesso per tutte le altre Pubbliche Amministrazioni (Comuni, Province, ARPA, ecc) che non avendo un proprio fascicolo digitale dovranno indicare agli utenti un accesso telematico alle pratiche e ai documenti in loro possesso; la Camera sarà quindi chiamata anche a fornire supporto e formare le altre Amministrazioni sulle modalità di accesso, il contenuto e le funzioni. Tutti i temi all’attenzione dell’Agenda Digitale nazionale, in attuazione delle strategie europee di digitalizzazione della Pubblica Amministrazione, dovranno essere valutati per operare un passo verso la sburocratizzazione e rendere, così, il percorso verso la costituzione di impresa più agile ed efficiente

Efficientare i processi e l’organizzazione per i servizi esterni

La qualità della pubblica amministrazione è fondamentale sia per la produzione economica sia per il benessere sociale. È stato ampiamente dimostrato che le economie ad alto reddito pro capite hanno le istituzioni pubbliche più efficienti ed efficaci. Il nuovo Ente dovrà ridefinire la propria struttura organizzativa in funzione delle opportunità offerte dalla “fusione” delle due realtà camerali in termini di valorizzazione delle competenze, delle aspettative e delle vocazioni professionali delle risorse umane e di capitalizzazione delle *best practices*.

È oggi necessario perseguire le più efficienti condizioni gestionali per affrontare nella migliore situazione possibile le problematiche emerse e emergenti fino alla completa definizione di un nuovo assetto istituzionale, coerente con le linee della riforma del sistema tuttora in atto.

Il modello organizzativo della Camera di commercio sarà strettamente correlato ai processi di cambiamento dell’organizzazione del lavoro, di costante sviluppo della digitalizzazione dei servizi e dematerializzazione dei processi interni e dell’accrescimento delle competenze sia esistenti che potenziali del personale.

In particolare sarà di fondamentale importanza incrementare il livello di efficienza nell’erogazione dei servizi; la creazione dei servizi on line e lo sviluppo di nuovi applicativi potrebbero essere due strumenti in grado di coniugare l’esigenza di incrementare l’efficacia e l’efficienza nella gestione degli utenti con la disponibilità di risorse umane. Sarà da studiare un nuovo approccio anche del Registro Imprese, sul quale si concentra una grande mole delle richieste quotidiane degli utenti attraverso un piano di sviluppo attento e che tenga conto delle diverse tipologie di utenza.

Anche la gestione di accessi on line in diretta per servizi di tipo consulenziali dovrà essere valutata ed implementata, così come già sperimentata durante la pandemia, non trascurando la possibilità di gestione degli appuntamenti per rendere maggiormente fruibili i servizi.

La Camera di Commercio, anche attraverso la messa a regime degli opportuni strumenti di controllo di gestione, dovrà monitorare ed affinare risorse e strumenti per garantire una sostanziale sostenibilità sia dal punto di vista patrimoniale che finanziario, nell’ottica di continuare a mettere a disposizione del tessuto economico, in chiave di progettualità e professionalità gestionale, le proprie risorse tecniche.

Per garantire standard di qualità dei servizi erogati sempre più rispondenti alle esigenze degli utenti saranno implementate metodologie di rilevazione di *customer satisfaction* continue, così da poter monitorare in tempo reale scostamenti importanti nel gradimento dei servizi.

Per una gestione sempre più orientata al risultato e alla sua misurazione nel prossimo quinquennio la Camera continuerà nell’impegno profuso per una gestione orientata al risultato e alla sua misurazione, per migliorare il livello di performance, razionalizzando e quindi integrando l’intero

impianto concettuale, metodologico e procedurale alla base dei sistemi di pianificazione e controllo in essere, così da ottimizzarne l'azione verso i bisogni delle imprese e del territorio e da favorire un utilizzo ottimale delle risorse a propria disposizione, anche mediante momenti istituzionali di incontro con gli attori interni ed esterni, in un'ottica di cooperazione e condivisione dei risultati.

Sono infine attese le conclusioni del gruppo di lavoro di Unioncamere che dovrebbero definire un nucleo di obiettivi e indicatori comuni, sui quali l'intero sistema camerale sarà chiamato a misurarsi.

3. AMBITO STRATEGICO 3 – Apprendimento e crescita professionale

3.1 OBIETTIVO STRATEGICO 8 - Miglioramento del grado di trasparenza e delle azioni di prevenzione della corruzione e sviluppo delle professionalità

Sviluppare un approccio trasversale nell'organizzazione

L'opinione pubblica è sempre più attenta all'operato della Pubblica Amministrazione, con particolare riferimento agli aspetti connessi alla tempestività dei servizi erogati ed ai relativi costi. Il perseguimento dell'efficienza gestionale e organizzativa dell'Ente intende rappresentare un acceleratore delle dinamiche dello sviluppo economico e della competitività delle imprese.

Sarà sempre più importante, accanto all'Organizzazione funzionale, tenere in debita considerazione un approccio focalizzato sui processi, che sempre più interessano le diverse funzioni facenti capo all'Ente camerale. Un approccio per processo permette di identificare chiaramente le finalità dello stesso processo ed il grado di utilità di un'attività, portando a benefici ben più generali ed importanti.

In questo ambito assume particolare importanza un'attenta quanto veloce metabolizzazione delle nuove disposizioni regolamentari relative alla gestione patrimoniale e finanziaria delle camere di commercio, già elaborate dal sistema camerale ed in attesa di definitiva approvazione. Tale processo coinvolge ovviamente tutte le funzioni ed interessa particolarmente la Dirigenza.

Non ultimo appare quanto mai necessario coinvolgere l'intero personale nell'intento del miglioramento della performance dell'ente, avendo di vista il benessere organizzativo e la promozione di politiche di pari opportunità.

Ovviamente per tendere alla condivisione ed alla gestione dei processi sarà necessario nel breve termine impostare programmi formativi e di crescita idonei, accanto a quelli più prettamente gestionali, e nel medio una riorganizzazione dell'Ente tenendo proprio in debito conto l'approccio trasversale.

Qualificare e sviluppare le professionalità

Come già detto, la nuova Camera sarà chiamata nel breve periodo a ridefinire la propria struttura organizzativa e ciò dovrà necessariamente essere preceduta da un'attenta ricognizione qualitativa dei fabbisogni del personale che possa prevedere anche il reclutamento di quello mancante. Il tema della qualificazione e dello sviluppo delle risorse umane richiederà una progressiva ridefinizione delle modalità di organizzazione del lavoro all'interno della Camera, nella consapevolezza della sua complessità organizzativa e, contemporaneamente, dell'importante opportunità di crescita che esso rappresenta per tutti gli *stakeholder*, interni ed esterni.

Pur in presenza di un contesto sanitario ancora incerto, la prospettiva dei prossimi anni è quella di tradurre l'esperienza del lavoro agile emergenziale in una modalità di lavoro che interpreti più stabilmente la sfida delle *smart working*, come richiesto alla Pubblica Amministrazione, quale strumento di innovazione calato nelle diverse realtà e commisurato alla dimensione organizzativa e funzionale del singolo Ente.

Il modello di lavoro agile che l'Ente adotterà dovrà basarsi sulla digitalizzazione dei processi, sulle

dotazioni informatiche e sulla formazione del personale. Dovrà prevedere le soluzioni utili ad agevolare l'accesso condiviso a dati, informazioni e documenti e l'attivazione di un sistema di rilevazione e di verifica periodica dei risultati conseguiti, anche in termini di qualità dei servizi erogati e di progressiva integrazione con il sistema di misurazione e valutazione della performance.

Il sempre più ampio spettro di attività che le Camere sono chiamate a svolgere, la stratificazione normativa che continua ad affidare al Sistema Camerale nuovi compiti, si veda da ultimo il ruolo assegnato alle Camere nell'ambito della composizione negoziata delle crisi d'impresa, richiedono un'attenta quanto costante riqualificazione del personale camerale, da un lato per sopperire alle lacune esistenti dall'altro per elevare ulteriormente livelli di professionalità, in alcuni ambiti, già molto alti.

La formazione resta lo strumento fondamentale per supportare lo sviluppo organizzativo e l'accrescimento delle competenze del personale e consentirà di migliorare l'efficienza e l'efficacia dell'azione amministrativa garantendo implementando la performance della Camera, dei Servizi e di ciascun dipendente. Accanto alla formazione in presenza, le modalità di erogazione vedranno confermata l'importanza delle metodologie a distanza tramite soluzioni quali *web-learning*, *web conference*, *e-learning*.

Trasparenza e anticorruzione

L'idea di servire l'interesse pubblico e non quello personale o politico è al centro dell'impianto ideologico che governa il comportamento etico di tutto il sistema amministrativo e ne guida le azioni, le decisioni e l'integrità. Nei paesi ad alto reddito il livello di controllo della corruzione è elevato e rappresenta uno dei principali fattori capaci di garantire una buona *governance*. La corruzione sistemica determina dei costi economici, scoraggia le aziende, gli investimenti e le innovazioni a causa della sua imprevedibilità, distorce le decisioni politiche e distrae fondi che i governi non possono permettersi di perdere. In materia di contrasto alla corruzione, la Camera proseguirà nella diffusione all'interno dell'amministrazione della cultura dell'integrità, dell'etica pubblica e del buon andamento secondo un'ottica di miglioramento continuo, prevalentemente tramite la formazione del personale ritenuta di importanza fondamentale ai fini della prevenzione dei fenomeni corruttivi.

Poiché la corruzione generalmente dipende dalla segretezza (a meno che, nel peggiore dei casi, non sia contemporaneamente endemica ed esplicita), l'antidoto è *l'open government*, che permette ai cittadini di esercitare i loro diritti democratici e di vigilare sul sistema esecutivo e sulla magistratura, e assicura l'accesso alle informazioni permettendo di verificare le *performance* attraverso gli organi parlamentari, la società civile e il giornalismo investigativo. La trasparenza scoraggia e localizza le azioni corruttive – fornendo una protezione contro i possibili abusi di potere ed intercettando le violazioni quando si manifestano. Gli ultimi interventi normativi (L. 190/2012, D. Lgs. 33/2013 e D. Lgs. 97/2016) hanno ridefinito gli adempimenti pubblicitari in tema di trasparenza ex art. 11 D. Lgs. 150/2009, richiedendo alle amministrazioni pubbliche una particolare attenzione alle informazioni da pubblicare sui propri siti web, secondo un rinnovato modo di intendere i rapporti tra cittadini e pubblica amministrazione: la trasparenza amministrativa ha come finalità sostenere il miglioramento della performance, migliorare l'*accountability* dei manager pubblici, abilitare nuovi meccanismi di partecipazione e collaborazione tra cittadini e PA, attivare un nuovo tipo di “controllo sociale” (accesso civico), favorire la prevenzione della corruzione.

Costante sarà l'impegno a realizzare concretamente la trasparenza amministrativa, principalmente attraverso l'aggiornamento dei dati oggetto di pubblicazione obbligatoria, con il bilanciamento attento dell'esigenza da un lato di fare dell'Amministrazione una vera e propria ‘casa di vetro’ per tutti gli *stakeholder*, dall'altro di tutelare la riservatezza.

4. AMBITO STRATEGICO 4 – Equilibrio economico e finanziario

4.1 OBIETTIVO STRATEGICO 9 - Riorganizzazione dei servizi in un'ottica di ottimizzazione dei costi/efficienza anche attraverso forme di collaborazione con enti e sistema camerale, razionalizzazione ed efficientamento del patrimonio della Camera (portafoglio partecipazioni – immobili)

Revisione della spesa e potenziamento dei flussi economico finanziari in entrata (ricerca di forme di finanziamento progettuali a livello regionale, nazionale ed europeo) e ricognizione situazioni creditorie

L'attuale contesto economico e politico-istituzionale, caratterizzato da una forte contrazione delle risorse disponibili, impone di porre la massima attenzione alla individuazione e realizzazione di azioni in grado di consentire all'Ente camerale di reperire risorse da destinare alle politiche di supporto delle imprese.

In quest'ottica, è necessario lavorare sia in termini di contenimento dei costi, con particolare riferimento a quelli di funzionamento, sia in termini di potenziamento dei flussi economico-finanziari in entrata.

Relativamente ai costi, anche sulla scorta delle esperienze maturate nell'ambito delle preesistenti Camere di Rieti e di Viterbo e utilizzando gli strumenti gestionali disponibili dovranno essere assunte tutte le iniziative necessarie per il monitoraggio e la razionalizzazione dei costi di produzione dei servizi.

Per quanto attiene al potenziamento dei flussi economico-finanziari in entrata, si dovrà operare su due principali linee direttrici.

In primo luogo dovrà essere perseguita, in coerenza con l'articolato della riforma del sistema camerale, l'acquisizione di nuovi proventi, diversi da quelli tradizionali, sviluppando specifiche linee di servizi orientate ad integrare quanto già sviluppato dalle Associazioni di categoria proseguendo nel percorso di sussidiarietà e partenariato con le stesse, evitando concorrenzialità nell'erogazione dei servizi alle imprese. Si dovrà altresì potenziare la progettualità collegata ai Fondi perequativi Unioncamere, ai Fondi Comunitari e quant'altro nell'ambito dei programmi europei di sostegno alla ripresa economica (Recovery Plan); in tale ambito, assume fondamentale rilievo un positivo rapporto con le istituzioni locali e le organizzazioni associative imprenditoriali, per assicurare la massima sinergia per la gestione partecipata di eventi ed interventi a favore delle imprese.

In secondo luogo, dovranno trovare continuità le azioni poste in essere negli ultimi anni (anche nell'ambito delle preesistenti Camere di Rieti e di Viterbo) finalizzate a stimolare l'utilizzo degli strumenti per la regolarizzazione spontanea delle situazioni di irregolarità nel versamento del diritto annuale, che hanno prodotto alcuni risultati; a tale scopo è necessario proseguire e intensificare il dialogo con l'utenza in funzione del miglioramento dell'indice di riscossione del diritto e dell'immagine della Camera quale ente impositore (si attenua la percezione negativa dell'esattore e si valorizza la funzione informativa dell'attività), nonché della prevenzione del contenzioso tributario potenziale. Si tenga presente che nei prossimi anni, la previsione di gettito per diritto annuale è in netta contrazione a causa dell'impatto della crisi economica sulla mortalità delle imprese e sul fatturato.

Da ultimo, è opportuno vigilare sulla riscossione delle partite creditorie, anche attraverso l'utilizzo di sistemi formalizzati di monitoraggio periodico, ed attivare tempestivamente le azioni di recupero.

Razionalizzazione del patrimonio immobiliare e mobiliare

Una corretta ed efficiente gestione degli assets patrimoniali ha una grande importanza nel riassetto del nuovo Ente, alla luce del nuovo contesto normativo, istituzionale ed economico-patrimoniale.

La definizione di un piano di razionalizzazione delle proprietà immobiliari sarà un primo passo per definire le linee di indirizzo per la gestione del patrimonio, avendo riguardo alle iniziative già intraprese dalle preesistenti camere, alle finalità istituzionali, al contesto normativo, ai generali obiettivi di contenimento dei costi correnti e di reperimento di risorse aggiuntive.

Anche relativamente al proprio portafoglio delle partecipazioni, la Camera di Commercio dispone di un discreto patrimonio, espresso da numerose partecipazioni, frutto degli investimenti effettuati nel tempo dalle due camere accorpate; alcune di esse rivestono grande importanza strategica, mentre per altre la partecipazione camerale rappresenta una minima parte del capitale sociale, con conseguente scarsa possibilità da parte dell'ente di influenzare la politica delle stesse.

Ferme le valutazioni squisitamente strategiche sugli eventuali nuovi investimenti o sulle possibili dismissioni, le partecipate dovranno essere oggetto di un monitoraggio periodico della relativa gestione, al fine di valutare con la massima attenzione i riflessi sul rispettivo valore, fornendo agli organi le informazioni necessarie ad assumere le proprie decisioni nella piena consapevolezza di ogni aspetto.