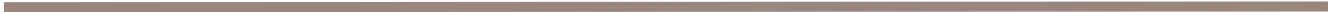




Camera di Commercio
Viterbo

BILANCIO SOCIALE 2009

**Camera di Commercio di Viterbo
CAMERA DELLE ECONOMIE E DELLE IMPRESE**



INDICE

INTRODUZIONE	4
NOTA METODOLOGICA	5
L'IDENTITÀ	7
La missione	9
I valori	10
Gli obiettivi strategici	11
L'assetto istituzionale e organizzativo	12
Il sistema camerale	18
La mappatura degli stakeholder	20
IL RENDICONTO ECONOMICO	21
La destinazione delle risorse	23
LA RELAZIONE SOCIALE	29
Capacità di servizio per imprese e professionisti	31
Regolazione del mercato: tutela di imprese e consumatori	33
Innovazione: opportunità di crescita per le imprese	37
Formazione: supporto alle imprese e al mondo del lavoro	40
Contributi e accesso al credito: facilitare i rapporti tra imprese e sistema finanziario	43
Creazione, sviluppo e continuità delle imprese	43
Agroalimentare: servizi e progetti per orientare alla qualità le imprese	44
Turismo: iniziative per far crescere la capacità di accoglienza a parte delle imprese	48
Marketing territoriale e sviluppo locale	49
Internazionalizzazione: proiettare le imprese sui mercati esteri	53
Informazione economica: contributo al sistema della conoscenza	55
Governare il territorio: collaborazioni con le istituzioni locali	57
Infrastrutture: far muovere e crescere la collettività	57
Altre azioni per la collettività	58
Agire in rete: iniziative condivise con il sistema camerale	59
Sviluppo delle risorse umane della Camera	60
Modernizzazione della struttura	64
Comunicazione, attività trasversale per gli stakeholder	67

INTRODUZIONE

La Camera di Commercio di Viterbo presenta il sesto Bilancio sociale. Un traguardo importante, al quale arriviamo ancor più consapevoli dell'utilità di questo strumento, non solo per comunicare in modo sempre più adeguato i risultati della nostra azione, ma soprattutto per migliorarla e per assolvere ad un compito fondamentale.

Questa edizione del Bilancio sociale riguarda un anno, il 2009, che è stato caratterizzato soprattutto dagli effetti della crisi economica globalizzata, manifestatasi alla fine del 2008.

La Camera di Commercio di Viterbo, da sempre interlocutore privilegiato del sistema economico, ha vissuto in prima persona gli sviluppi di questa difficile congiuntura. Pertanto, il Bilancio sociale sull'attività 2009 assume un'importanza particolare perché testimonia l'impegno e le azioni svolte dall'Ente a favore del sistema imprenditoriale locale, in un momento cruciale della storia economica contemporanea. A questi dati generali si aggiungono inoltre momenti particolarmente significativi per la Camera di Commercio di Viterbo, quali il rinnovo degli organi camerali.

Sono questi gli aspetti particolari di questo Bilancio sociale che viene redatto, come di consueto, con l'obiettivo di realizzare una doppia operazione di trasparenza: dell'Amministrazione verso se stessa, premessa indispensabile di ogni cambiamento, e dell'Amministrazione verso i propri *stakeholder* (portatori di interesse). Dalla capacità di ascolto e di dialogo con il territorio e con il sistema delle imprese deriva, infatti, anche la capacità di adeguare i propri programmi, per dare risposte efficaci e tempestive a ciò che accade e svolgere un ruolo di stimolo e di sostegno per importanti iniziative e progetti diretti a promuovere il sistema produttivo e l'economia locale nel suo complesso.

Ed è quindi con legittima soddisfazione, derivante dal proprio impegno verso la comunità socio-economica e dalla volontà di renderlo patrimonio comune, grazie alla rendicontazione sociale, che la Camera di Commercio di Viterbo presenta il proprio *Bilancio sociale 2009*.

Il Presidente
Ferindo Palombella

NOTA METODOLOGICA

La Camera di Commercio di Viterbo rappresenta oggi un ente moderno ed efficiente, erogatore di servizi alle imprese, partecipe e attivo in tutti i tavoli di lavoro con Associazioni di categoria ed Enti locali. Organismo di frontiera tra pubblico e privato, locale e globale, si pone come strumento di governo del territorio che agisce nell'interesse generale del sistema economico provinciale. Occorre, quindi, far conoscere meglio il suo ruolo, le sue potenzialità e migliorare la percezione delle attività svolte e delle opportunità offerte: si inserisce in questa ottica la realizzazione del Bilancio sociale, un appuntamento annuale per la Camera di Commercio di Viterbo giunto alla sesta edizione.

Si vuole, così, consolidare e sviluppare una filosofia di gestione che orienta le scelte strategiche, guida l'Ente nel perseguire l'interesse del sistema imprenditoriale locale di riferimento e lo aiuta a esprimere e a comunicare, nel rispetto della trasparenza e delle finalità istituzionali, i valori di cui è portatore e la sensibilità sociale, ambientale ed etica di cui è capace.

Il documento, che si riferisce alle attività svolte nell'anno 2009, è stato realizzato adeguandosi alle linee guida elaborate da Retecamere, Agenzia del sistema camerale, sulla base delle indicazioni di un Comitato tecnico-scientifico composto da rappresentanti del sistema camerale e da esperti accademici, con la collaborazione del CISPA-Centro Interdipartimentale di Studi sulla Pubblica Amministrazione dell'Università di Roma Tor Vergata.

Il documento è articolato in tre sezioni:

- **L'Identità**
- **Il Rendiconto economico**
- **La Relazione sociale**

Nella sezione "L'identità" viene descritto l'Ente e i suoi organi, le politiche di intervento prescelte secondo il disegno strategico e i valori guida assunti.

Ne "Il Rendiconto economico", è misurato il valore aggiunto creato e destinato a remunerare gli *stakeholder*, ovvero i destinatari delle politiche camerali.

Nella terza parte, "La Relazione sociale", si illustrano le attività svolte a favore degli *stakeholder* e il grado di sensibilità sociale dell'Ente nell'individuare le aree di intervento.

Analogamente agli anni precedenti, la stesura del documento ha visto il coinvolgimento pieno del personale camerale e degli organi, Giunta e Consiglio, veri protagonisti del processo di rendicontazione e parti attive nella realizzazione delle varie fasi del progetto.

Il Segretario Generale
Franco Rosati



Camera di Commercio
Viterbo

L'IDENTITÀ



LA MISSIONE

La Camera di Commercio di Viterbo svolge “*funzioni di supporto e di promozione degli interessi generali delle imprese e delle economie locali ,nonché, fatte salve le competenze attribuite dalla Costituzione e dalle leggi dello Stato alle Amministrazioni Statali, alle Regioni, e agli Enti Locali, funzioni nelle materie amministrative ed economiche relative al sistema delle imprese*” in base a quanto stabilito dal recente D. lgs.vo n. 23/2010 che ha riformato l’ordinamento relativo alle Camere di Commercio.

La Camera di Commercio è un Ente pubblico che svolge un ruolo propulsivo dello sviluppo locale, al servizio delle imprese e della comunità del proprio territorio.

È un Ente autonomo, legittimato a darsi un proprio indirizzo programmatico e politico e gode di autonomia anche sotto il profilo finanziario e gestionale.

Per adempiere al meglio alla propria missione istituzionale, l’Ente è parte della rete delle Camere di Commercio in Italia e all’estero, opera in *partnership* con gli altri organismi e Istituzioni a livello locale e nazionale, collabora con le Associazioni imprenditoriali. Questa rete di relazioni qualifica la Camera come la porta di accesso per le imprese alla Pubblica Amministrazione e ne fa il punto di incontro tra le attività produttive e lo Stato.

Agli Enti camerali sono attribuite, in particolare, le seguenti funzioni:

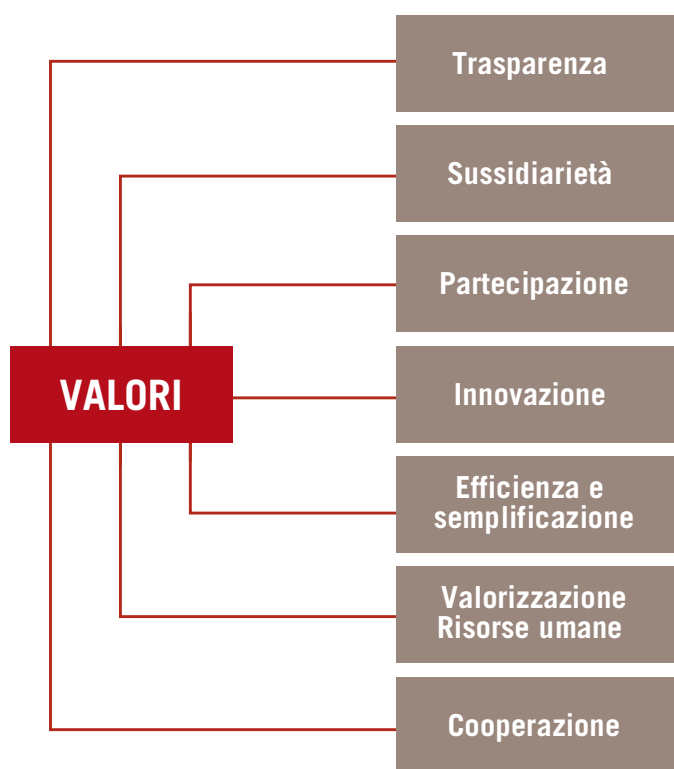
- **funzioni di supporto e di promozione degli interessi generali delle imprese**
- **funzioni amministrative**, a favore delle imprese e degli utenti/clienti, espletate attraverso l’erogazione di servizi di tipo anagrafico e certificativi
- **funzioni di regolazione e di tutela del mercato**, intese a garantire la trasparenza e la correttezza dei rapporti commerciali tra le imprese e tra le imprese e i consumatori
- **funzioni di monitoraggio, studio e analisi dei dati** sull’economia locale per fornire l’informazione necessaria a una maggiore conoscenza della realtà socio-economica
- **alternanza scuola-lavoro e orientamento al lavoro e alle professioni**, attraverso forme di cooperazione con le istituzioni scolastiche e universitarie

Per il perseguimento delle proprie finalità istituzionali la Camera di Commercio di Viterbo ha costituito una propria Azienda speciale – il CeFAS – dotata, a norma di legge, di autonomia amministrativa, contabile e finanziaria.

I VALORI

I valori rappresentano per la Camera di Commercio l'infrastruttura intangibile sulla quale viene costruito il disegno strategico. Si ispirano al tessuto sociale nel quale la Camera opera e diventano essi stessi ispiratori del contesto territoriale. Il sistema economico viene quindi arricchito dal patrimonio di qualità decisionali, umane e operative degli uomini che appartengono alla struttura camerale.

La mappa dei valori della Camera di Commercio di Viterbo



GLI OBIETTIVI STRATEGICI

Le scelte strategiche e operative della Camera di Commercio di Viterbo, rispondenti all'esigenza di alimentare costantemente lo sviluppo locale e divenire punto di riferimento qualificato per le imprese della provincia, fanno leva su una programmazione pluriennale attenta ai mutamenti degli scenari territoriali e globali.

Il processo di programmazione strategica e operativa coinvolge la struttura dell'Ente a vari livelli – organi di vertice e linee dirigenziali – e viene reso noto con la redazione del documento di programmazione pluriennale e delle relazioni previsionali e programmatiche annuali.

Le linee strategiche che disegnano la pianificazione delle attività dell'Ente sono riconducibili ai seguenti filoni di intervento:

- **Azioni di Marketing territoriale** per lo sviluppo e la valorizzazione del territorio e di tutte le sue caratteristiche distintive
- **Sviluppo del sistema imprenditoriale locale**
- **Internazionalizzazione**
- **Innovazione e sviluppo delle eccellenze**
- **Diffusione dei servizi di regolazione del mercato e di tutela del consumatore**
- **Potenziamento della Comunicazione alle imprese e per le imprese**
- **Semplificazione amministrativa, innovazione, miglioramento e promozione dei servizi del sistema camerale**

Per sostenere la competitività del sistema territoriale, la Camera di Commercio ha individuato i fattori che rappresentano il modello di sviluppo della provincia di Viterbo:

- **Qualità**
- **Innovazione**
- **Formazione**
- **Aggregazione**
- **Promozione**
- **Attrazione di investimenti**
- **Internazionalizzazione**
- **Infrastrutture**
- **Responsabilità e attenzione agli impatti sociali, ambientali e culturali delle attività economiche**

L'ASSETTO ISTITUZIONALE E ORGANIZZATIVO

Gli Organi di governo della Camera di Commercio, rappresentativi delle imprese e dei settori economici provinciali, sono: il Consiglio, la Giunta, il Presidente e il Collegio dei Revisori dei conti. A questi spettano le funzioni di indirizzo e di controllo, mentre le funzioni di gestione sono attribuite al Segretario Generale e ai Dirigenti.

Il Consiglio camerale

Il Consiglio, di durata quinquennale, è composto dai rappresentanti del sistema economico provinciale ed esprime gli interessi della comunità economica di riferimento, determinando gli indirizzi dell'attività camerale.

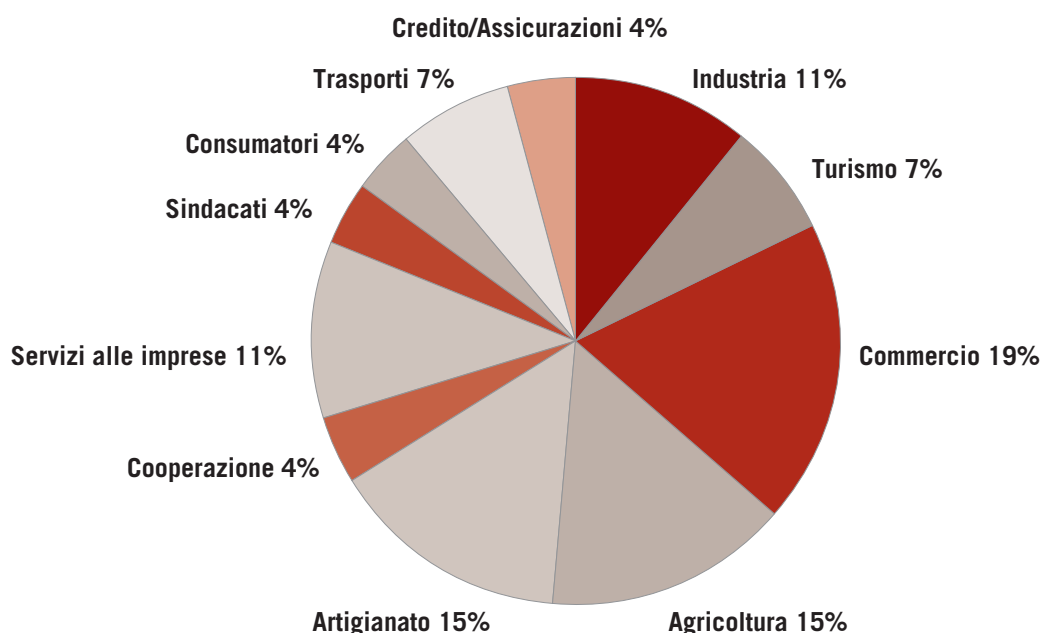
Nel 2009 il Consiglio della Camera di Commercio di Viterbo è stato rinnovato con Decreto del Presidente della Regione Lazio n. T0366 del 3.6.2009.

Si compone di 27 membri, così ripartiti:

SETTORE DI APPARTENENZA	CONSIGLIERI
Agricoltura	Gabriel Battistelli, Petronio Coretti, Carlo Mariotti, Leonardo Michelini
Artigianato	Enio Gentili, Adalberto Meschini, Ferindo Palombella, Stefano Signori
Industria	Marco Giuliani, Rino Orsolini, Goffredo Ricci
Commercio	Franco Boccolini, Giulio Ceccarelli, Giovanni Mirulla, Vincenzo Peparello, Gaetano Picchioni
Cooperazione	Massimo Pelosi
Turismo	Antonia Biritognolo, Sergio Cesarini
Trasporti	Antonio Delli Iaconi, Mario Zucca
Credito/Assicurazioni	Michele Rattacaso
Servizi alle Imprese	Giuseppe Crea, Sergio Fornai, Roberto Nicola Rajata
Organizzazioni sindacali	Rosita Pelecca*
Associazioni dei consumatori	Mauro Belli

**In data 7.04.2010 il consigliere Rosita Pelecca ha rassegnato le dimissioni. È in corso la nomina del nuovo rappresentante per il settore "Organizzazioni sindacali"*

I settori economici sono rappresentati secondo le seguenti percentuali:



La Giunta camerale

È l'organo esecutivo dell'Ente che dà attuazione agli indirizzi politico-programmatici decisi dal Consiglio.

La nuova Giunta è stata eletta dal Consiglio il 20 luglio 2009 ed è così composta:

Presidente	Ferindo Palombella
Vice-Presidente	Marco Giuliani
Componenti	Gabriel Battistelli, Franco Boccolini, Petronio Coretti, Antonio Delli Iaconi, Adalberto Meschini, Rino Orsolini, Vincenzo Peparello, Massimo Pelosi

Il Presidente

Presidente della Camera di Commercio di Viterbo è Ferindo Palombella, riconfermato nella carica il 4/6/2009. Guida la politica generale della Camera come rappresentante legale, assicurandone l'unitarietà di indirizzo politico e amministrativo.

Il Collegio dei Revisori dei Conti

Anch'esso nominato dal Consiglio, è composto da tre membri effettivi (designati rispettivamente dal Presidente della Giunta Regionale, dal Ministero dello Sviluppo Eco-

nomico e dal Ministero dell'Economia e delle Finanze) e da due membri supplenti (nominati dal Consiglio su proposta della Giunta).

Il Collegio collabora con il Consiglio nella funzione di controllo e di indirizzo, esercita la vigilanza sulla regolarità contabile e finanziaria della gestione della Camera e attesta la corrispondenza del conto consuntivo alle risultanze della gestione.

Al 31 dicembre 2009 il **Collegio dei Revisori dei Conti è composto da:**

Presidente	Teresa Romeo
Componenti effettivi	Andrea Arcangeli, Giovanni Cima*
Componenti supplenti	Lorenzo Ciorba, Roberto Ragonesi

** In data 30.04.2010 il componente effettivo Giovanni Cima ha rassegnato le dimissioni. E' in corso la nomina del nuovo componente*

L'assetto organizzativo

14

Gli organi statutari della Camera di Commercio sovrintendono a una struttura operativa articolata in tre Aree, nella quale punto di riferimento primario è il **Segretario Generale**, figura di vertice dell'organizzazione funzionale della Camera:

- Area dirigenziale A "Area Anagrafico-Certificativa"
- Area Dirigenziale B "Area Promozione e Regolazione del mercato"
- Area Dirigenziale C "Area Amministrativo-Contabile e Studi"

Il Segretario Generale gestisce l'attività dell'amministrazione camerale indirizzando e coordinando l'attività dei Dirigenti e curando l'organizzazione degli Uffici, la gestione del personale e i correlati rapporti sindacali di lavoro.

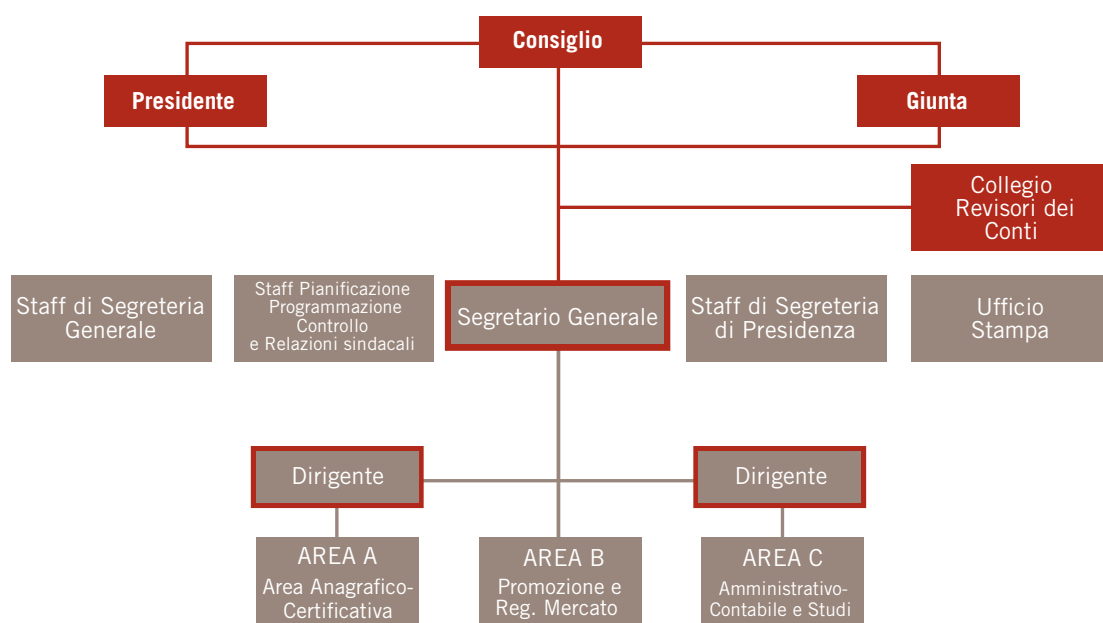
L'area Dirigenziale B è posta sotto la sua diretta responsabilità, mentre alle altre due Aree sono preposte altre due figure dirigenziali.

Alle dirette dipendenze del Segretario Generale operano i seguenti uffici:

- **Staff di Segreteria Generale**
- **Staff di Segreteria di Presidenza**
- **Staff di Pianificazione Programmazione controllo e relazioni sindacali**
- **Ufficio stampa**

Segretario Generale	Franco Rosati
----------------------------	---------------

Il profilo qualitativo del personale



Si riportano di seguito alcuni dati sul profilo qualitativo del personale della Camera e dell'Azienda Speciale CeFAS per analizzarne le principali caratteristiche.

Composizione del personale per qualifica professionale			
		2009	2008
CdC	Dirigenti	3	3
	Impiegati	51	50
	Totale	54	53
CeFAS	Totale Personale	7	7

Composizione del personale per genere						
	2009			2008		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
CdC	25	29	54	25	28	53
CeFAS	4	3	7	4	3	7

Nel 2009 il personale di ruolo della Camera di Commercio di Viterbo è pari a 54 unità facendo registrare una stabilizzazione rispetto al flusso dell'ultimo quadriennio per effetto delle disposizioni legislative in materia di assunzioni e di contenimento della spesa pubblica. Il personale dell'Azienda Speciale si è assestato nell'ultimo biennio su 7 unità.

Composizione del personale per classi di età													
		Fino a 19	20 24	25 29	30 34	35 39	40 44	45 49	50 54	55 59	60 64	Oltre 65	Totale
2009	CdC	-	-	-	4	9	9	11	9	9	2	1	54
	CeFAS	-	-	-	-	-	1	3	1	2	-	-	7
	TOTALE	-	-	-	4	9	10	14	10	11	2	1	61
2008	CdC	-	-	1	7	8	7	11	10	9	2	-	53
	CeFAS	-	-	-	-	1	-	3	2	1	-	-	7
	TOTALE			1	7	9	7	14	12	10	2	-	60

Età media delle risorse umane		
		Età media
2009	Camera di Commercio	47,50
	CeFAS	49,30
2008	Camera di Commercio	45,89
	CeFAS	47,30

Per quanto riguarda le classi di età, la composizione del personale è piuttosto eterogenea, con una concentrazione nelle fasce tra i 35-39, 40-44, 45-49, 50-54, 55-59. L'età media del personale camerale è pari a 47; quella del personale dell'Azienda Speciale è pari a 49.

Composizione del personale per anzianità di servizio											
		0-5	6-10	11-15	16-20	21-25	26-30	31-35	36-40	> 40	Totale
2009	CdC	5	11	11	4	8	3	11	1	-	54
	CeFAS	1	2	-	1	2	1	-	-	-	7
	Totale	6	13	11	5	10	4	11	1	-	61
2008	CdC	5	15	11	7	4	3	7	1	-	53
	Cefas	2	1	-	1	2	1	-	-	-	7
	Totale	7	16	11	8	6	4	7	1	-	60

In base all'anzianità di servizio le classi più consistenti sono quelle comprese tra 6 e 10, tra 11 e 15 e tra 31 e 35.

Ripartizione del personale per profilo professionale				
			2009	2008
CdC	Impiegati	Profilo A	2	2
		Profilo B	1	1
		Profilo C	27	28
		Profilo D	21	19
	Dirigenti		3	3
	Totale		54	53

Composizione del personale per tipologia contrattuale								
		A tempo indeterminato			A tempo determinato	Interinale	Altre tipologie	Totale
		full time	part time	Totale				
2009	CdC	51	3	54	19	-	0	73
	CeFAS	6	1	7	0	-	1	8
	Totale	57	4	61	19	-	1	81
2008	CdC	52	1	53	19	-	-	72
	CeFAS	6	1	7	-	-	1	8
	Totale	58	2	60	19	-	1	80

Composizione del personale per titolo di studio					
		Scuola dell'obbligo	Licenza media superiore	Laurea	Totale
2009	CdC	9	21	24	54
	CeFAS	1	4	2	7
	Totale	10	25	26	61
2008	CdC	10	24	19	53
	CeFAS	1	4	2	7
	Totale	11	28	21	60

Per quanto concerne il titolo di studio, emerge complessivamente in maniera positiva una percentuale relativamente alta di laureati (45%), mentre il 38% è in possesso di licenza di scuola media superiore. Meno rilevante la presenza di operatori con il solo diploma di scuola dell'obbligo.

IL SISTEMA CAMERALE

La Camera di Commercio di Viterbo, nel perseguimento delle proprie finalità e per la realizzazione di interventi in favore del sistema delle imprese e dell'economia provinciale, ispira la propria attività alla gestione sinergica e integrata delle competenze amministrative con le altre istituzioni pubbliche e private operanti sul territorio. In particolare partecipa a società e organismi del sistema locale e si avvale dell'attività della propria Azienda Speciale, il CeFAS.

Principali società del sistema locale partecipate dalla Camera di Commercio di Viterbo		
Società	Attività	Quota di partecipazione della Cdc %
SPAL Srl Montalto di Castro	Azioni di animazione e promozione del territorio litoraneo	1,57
SAVIT Spa Viterbo	Sviluppo e gestione impianti aeroporto di Viterbo	33,3
TUSCIA EXPO Spa Viterbo	Relazione e gestione polo fieristico e eventi	25
Centro Agroalimentare di Viterbo srl Viterbo	Realizzazione e gestione di un centro agroalimentare	15,19
Centro Ceramica Civita Castellana srl Civita Castellana	Servizi di assistenza e consulenza alle imprese del polo ceramico	13,65
Società autostrada Tirrenica Spa Roma	Progettazione e esercizio gestione autostrade in concessione	0,003679
Parco scientifico e tecnologico alto lazio Soc. Cons.pA Rieti	Attività di promozione di progetti di innovazione tecnologica	7
Monti Cimini SPA	Gestione impianto di lavorazione di nocciole e commercializzazione	7,5
Fondazione IG Student	Attività di formazione permanente	0,025

L'Azienda speciale CeFAS

La Camera di Commercio di Viterbo si avvale dell'attività di una propria Azienda Speciale, un organismo strumentale dotato di autonomia amministrativa, contabile e finanziaria costituito nell'ambito delle politiche di perseguimento delle finalità istituzionali dell'Ente camerale.

Denominata "Centro di Formazione e Assistenza allo Sviluppo – Ce.F.A.S." è stata istituita nel 1981 con lo scopo di realizzare processi formativi di qualificazione e specializzazione professionale, con particolare riferimento ai problemi operativi delle aziende, delle categorie e delle organizzazioni degli operatori economici, per favorire l'attivazione di processi innovativi e per lo sviluppo dell'economia, tenendo conto anche di una crescente interdipendenza e internazionalizzazione dei mercati. Su tale fronte, tra le principali attività del Centro, c'è la progettazione e gestione di attività formative di alta qualificazione sui temi della gestione e management d'impresa.

Oltre alla formazione, la Camera di Commercio di Viterbo ha demandato all'Azienda Speciale, a partire dall'anno 2000, alcuni servizi e progetti che, realizzati in *partnership* con le locali Associazioni di categoria, assumono importanza strategica per l'economia della provincia di Viterbo. In particolare, il CeFAS svolge le seguenti funzioni di supporto e promozione, in coerenza con la missione affidata e con le strategie della Camera di Commercio:

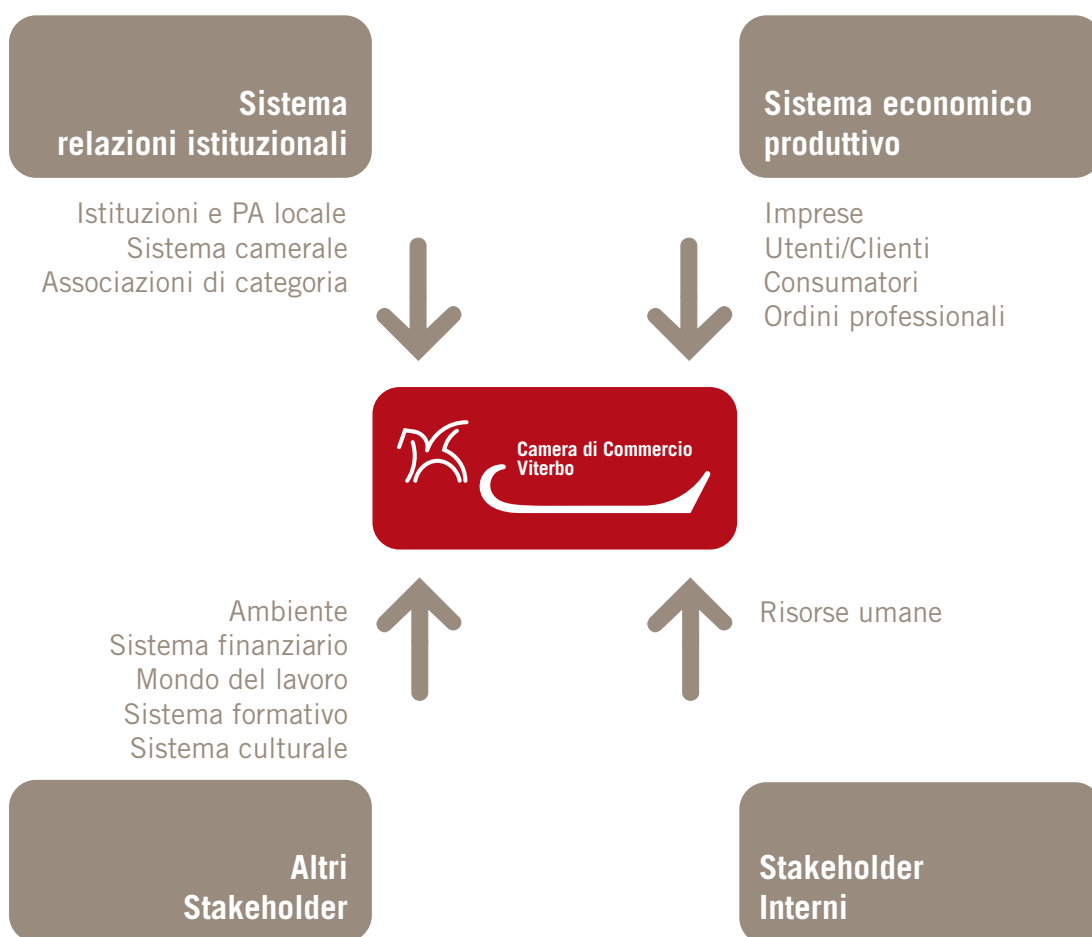
- Iniziative di qualificazione delle produzioni e dei servizi delle imprese locali con riferimento specifico alla filiera produttiva e alla fase di commercializzazione anche attraverso la definizione di appositi disciplinari di prodotto e conseguenti azioni promozionali, direttamente riconducibili alle iniziative dello Sportello Marchio Tuscia Viterbese, istituito a decorrere dall'anno 2005
- Iniziative di assistenza tecnica, innovazione e trasferimento tecnologico, ricerca scientifica e consulenza, necessario per l'approfondimento e la divulgazione dei fenomeni che attengono allo sviluppo dei vari settori economici della provincia
- Iniziative di marketing territoriale finalizzate alla diffusione e qualificazione degli strumenti di sviluppo e semplificazione amministrativa
- Iniziative di qualificazione, riqualificazione e sviluppo delle risorse umane anche tramite implementazione di politiche attive del lavoro



(Particolare dei) Cavalli Alati – Museo Etrusco di Tarquinia

LA MAPPATURA DEGLI STAKEHOLDER

Con il termine *stakeholder* (portatori di interessi) si identificano tutti i soggetti coinvolti dall'attività della Camera di Commercio di Viterbo. Si tratta di un concetto fondante in un contesto di responsabilità in cui si vogliono stimare gli impatti, non solo economici, degli impegni assunti. Gli *stakeholder* sono rappresentati da coloro che legittimano un percorso di responsabilità, oltre che i destinatari di un bilancio che valuta la dimensione sociale, ambientale e culturale come parte integrante del risultato e del valore aggiunto prodotto da un'organizzazione.





Camera di Commercio
Viterbo

Il Rendiconto economico



LA DESTINAZIONE DELLE RISORSE

L'analisi della dimensione economica prevede la riclassificazione del Conto economico della Camera di Commercio nell'anno di riferimento, per evidenziare le ricadute economiche dell'attività dell'Ente rispetto alle categorie di *stakeholder*.

Sono stati considerati i Conti economici dell'Ente camerale e dell'Azienda speciale CeFAS in modo da ottenere, una volta sommate le relative poste contabili al netto dei trasferimenti tra esse intervenuti, un Conto economico consolidato. Quest'ultimo viene, quindi, riclassificato secondo una configurazione a "Valore Aggiunto", che meglio si presta ad evidenziare la ricchezza complessivamente prodotta dall'Ente e distribuita ai propri portatori di interessi.

Nel prospetto sottostante, sono riportate le principali grandezze del Conto Economico Consolidato per l'esercizio esaminato e per quello precedente ai fini del confronto.

Principali grandezze del Conto economico consolidato della Camera di Commercio di Viterbo		
	2008	2009
Proventi Gestione corrente CdC	7.906.636,00	7.942.944,00
Proventi Gestione corrente AS	282.019,00	474.801,00
Oneri Gestione corrente CdC al netto dei trasferimenti dell'Azienda Speciale	7.804.104	-8.465.805,00
Oneri Gestione corrente AS	-857.901,00	-684.639,00
Risultato Gestione corrente	126.650,00	-732.699,00
Saldo poste straordinarie (CdC + AS)	-131.984,00	-3.105,00
Saldo gestione finanziaria	-18.976,00	-8.697,00
Rettifiche di valore attività finanziaria	-57.743,00	-101.074,00
Risultato economico dell'esercizio	-82.053,00	-845.575,00

CdC: Camera di Commercio. AS: Azienda Speciale

Valori espressi in Euro

Nell'esercizio 2009 si è registrato un risultato economico negativo. L'elevata flessione del risultato dell'anno 2009 rispetto all'anno 2008 è correlata principalmente a un incremento nella voce "Accantonamenti", con particolare riferimento al Fondo Svalutazione Crediti il cui accantonamento scaturisce dall'adeguamento ai nuovi principi contabili e al Fondo rischi ed oneri per effetto dell'andamento gestionale delle Società partecipate. Inoltre, tenuto conto della difficile congiuntura che ha caratterizzato l'anno 2009, l'Ente camerale ha compiuto uno sforzo nell'incrementare le risorse da destinare al sistema economico-produttivo, in particolare a sostegno dell'accesso al credito da parte delle imprese.

La produzione del Valore aggiunto

La produzione del Valore aggiunto parte dall'individuazione preliminare del *Valore globale della produzione*, dato dall'insieme dei proventi conseguiti, al netto dei rimborsi e del saldo delle rimanenze. Nel 2009, tale grandezza è stata pari a 7,31 milioni di euro, con una riduzione del 5,63% rispetto all'anno precedente imputabile, come già specificato, a un incremento considerevole degli accantonamenti al Fondo Svalutazione Crediti ed al Fondo Rischi, nonché delle risorse destinate al finanziamento di progetti e servizi a favore del sistema imprenditoriale.

Determinazione del Valore globale della produzione

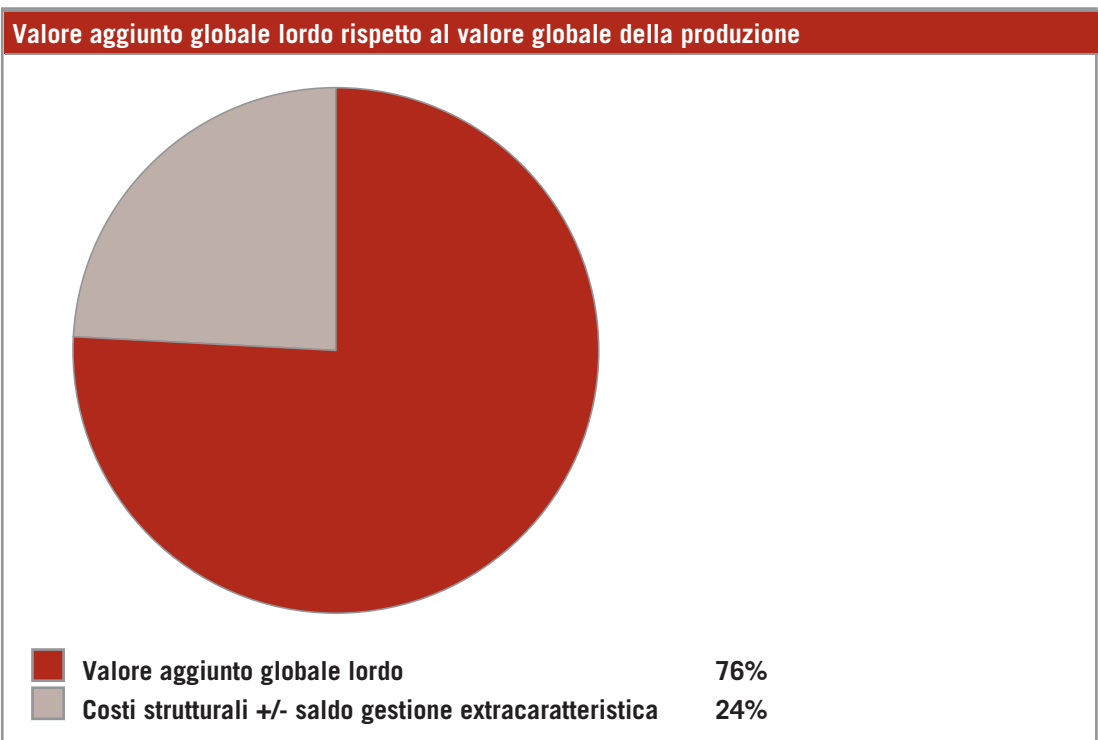
Proventi attività tipica Camera di Commercio e Azienda Speciale				
	2008		2009	
	€	%	€	%
Diritto annuale (al netto accantonam. Fondo Svalutazione crediti)	5.211.658,00	67,24	4.845.408,00	66,25
Diritti di segreteria e oblazioni	1.145.347,00	14,78	1.101.651,00	15,06
Proventi da gestione di servizi	91.983,00	1,19	165.146,00	2,26
Contributi e trasferimenti	592.681,00	7,65	466.665,00	6,38
Altri proventi	409.909,00	5,29	276.565,00	3,78
Ricavi propri As (al netto dei trasferimenti dalla CdC)	273.959,00	3,53	127.867,00	1,75
Altri proventi AS	8.060,00	0,10	346.934,00	4,74
Variazioni rimanenze	16.781,00	0,22	-16.781,00	-
Valore globale della produzione	7.750.378,00	100	7.313.453,00	-5,63

CdC: Camera di Commercio. AS: Azienda Speciale

Valori espressi in Euro

Dal Valore globale della produzione si sottraggono i **costi strutturali**, che non costituiscono remunerazione diretta per gli *stakeholder* esterni della Camera ma servono al funzionamento interno della stessa. Si ottiene in tal modo il **Valore aggiunto caratteristico lordo**, relativo appunto alla gestione caratteristica dell'Ente, sommando al quale il **saldo della gestione accessoria e straordinaria**, si determina il **Valore aggiunto globale lordo**. Quest'ultimo rappresenta la ricchezza complessivamente prodotta dalla Camera e destinata ai propri interlocutori. Nell'esercizio 2009 tale valore ammonta a 5,57 milioni di Euro, facendo rilevare un incremento dell'1,43% rispetto all'anno precedente, incremento correlato principalmente ad una riduzione considerevole dei costi di struttura che consente di compensare i maggiori oneri per accantonamenti come già evidenziato. Il Valore aggiunto globale lordo rappresenta per l'anno 2009 il 76% rispetto al Valore globale della produzione, facendo registrare un incremento del 4%.

Il prospetto di produzione del Valore aggiunto per la Camera di Commercio			
	2008	2009	Var % 2008/2009
Valore Globale della produzione	7.750.378,00	7.313.453,00	-5,63%
Costi per il funzionamento della struttura	2.066.322,00	1.636.352,00	-20,81%
Valore aggiunto caratteristico lordo	5.684.056,00	5.677.102,00	-0,12%
Saldo gestione accessoria	-57.743,00	-101.074,00	75%
Saldo gestione straordinaria	-131.984,00	-3.105,00	
Saldo gestione accessoria e straordinaria	-189.727,00	-104.179,00	-45,09
Valore aggiunto globale lordo	5.494.329,00	5.572.922,00	1,43%



La distribuzione del Valore aggiunto

Il Valore Aggiunto Globale lordo, determinato attraverso la riclassificazione del Conto Economico Consolidato come sopra evidenziato, rappresenta la sommatoria delle remunerazioni distribuite dalla Camera di Commercio ai propri *stakeholder*, individuati in sede di relazione sociale e così riassumibili ai fini della distribuzione del valore aggiunto stesso:

- i **destinatari delle politiche camerali**, ossia i soggetti che sono diretti beneficiari, in termini di beni, servizi e conferimenti – dell'attività generale della Camera e dell'Azienda Speciale
- il **sistema camerale**, rispetto al quale si evidenziano le ricadute di azioni che avendo un contenuto promozionale generano un impatto diretto sul sistema stesso
- la **Pubblica Amministrazione**, per la quale l'imposizione fiscale rappresenta una remunerazione, un apporto di valore
- il **credito**, per l'utilizzo di liquidità
- l'**Ente camerale** stesso, quale beneficiario del valore aggiunto rappresentato dal risultato d'esercizio e dagli ammortamenti

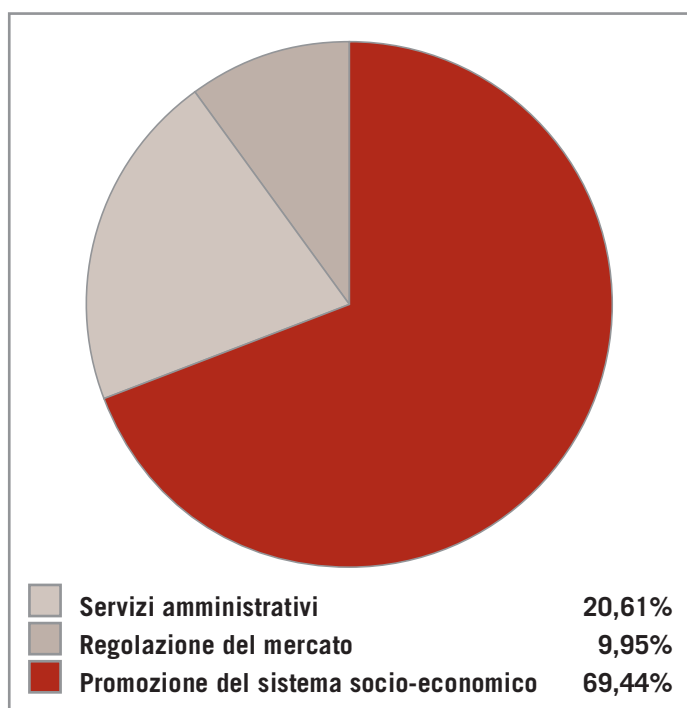
Il prospetto che segue evidenzia la distribuzione del Valore aggiunto in relazione alle categorie di *stakeholder* citate relativamente all'esercizio di riferimento e a quello precedente in termini di confronto.

Prospetto di distribuzione del valore aggiunto			
	2008 €	2009 €	Var. % 2008-2009
Risorse per progetti e servizi	4.510.475,00	5.356.741,00	18,76%
Remunerazione altri Enti del sistema camerale	488.041,00	525.443,00	7,67%
Remunerazione della Pubblica Amministrazione (Oneri fiscali)	299.554,00	272.855,00	-8,90%
Remunerazione capitale di credito	18.976,00	8.697,00	
Remunerazione dell'Ente			
Risultato dell'esercizio (CdC+AS)	-82.053,00	-845.575,00	
Ammortamenti (CdC+AS)	259.336,00	254.761,00	
Totale	177.283,00	-590.814,00	
Valore aggiunto globale lordo	5.494.329,00	5.572.922,00	1,43%

Nell'ambito della distribuzione del Valore Aggiunto, significativo è il dato relativo alle risorse impiegate in progetti e servizi pari nell'anno 2009 a 5,35 milioni di Euro corrispondenti al 96% del Valore Aggiunto Globale Lordo a fronte dell'82% dell'anno 2008. L'Ente camerale ha, quindi, potenziato gli interventi diretti all'erogazione di servizi ai destinatari delle politiche camerali.

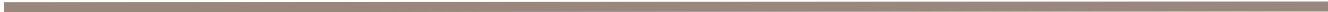
Dettaglio dei costi sostenuti per la remunerazione del sistema economico-produttivo anno 2009		
	Risorse	% sulla Remunerazione totale
SERVIZI AMMINISTRATIVI	1.104.124,00	20,61%
REGOLAZIONE DEL MERCATO	533.093,00	9,95%
PROMOZIONE DEL SISTEMA SOCIO-ECONOMICO	3.719.524,00	69,44%
- Internazionalizzazione	253.446,00	6,81%
- Innovazione	444.011,00	11,94%
- Studi e informazione economica	263.203,00	7,08%
- Formazione	112.350,00	3,02%
- Marketing territoriale e sviluppo locale	1.630.471,00	43,84%
- Infrastrutture	161.987,00	5,16%
- Accesso al credito, finanza e contributi per le imprese	714.466,00	19,21%
- Comunicazione istituzionale	139.591,00	3,75%
Totale	5.356.741,00	100%

Valori espressi in Euro



L'analisi congiunta delle componenti dirette alla remunerazione dei destinatari delle politiche camerali mette in evidenza, come preminenti, in termini di risorse relative rispetto a tale voce, la promozione del sistema socio-economico (69,44%) e i servizi amministrativi (20,61%).

Nell'ambito delle iniziative di promozione del sistema socio-economico, si rileva una considerevole incidenza delle risorse destinate al marketing territoriale e sviluppo locale (+43,84%), una buona incidenza delle risorse destinate alla finanza e ai contributi alle imprese (19,21%) e all'innovazione (11,94%).





Camera di Commercio
Viterbo

La Relazione sociale



CAPACITÀ DI SERVIZIO PER IMPRESE E PROFESSIONISTI

L'attività anagrafica e certificativa rientra nei compiti istituzionali della Camera di Commercio, una funzione fondamentale per supportare imprese, associazioni di categoria e ordini professionali.

Registro delle Imprese

Il Registro delle Imprese costituisce un'anagrafe generale dell'imprenditoria provinciale dove vengono registrati i fatti e gli atti rilevanti di un'impresa, dalla nascita alla cessazione. È lo strumento tipico della pubblicità legale dell'impresa, con valenza economica e giuridica.

Il Registro è retto, sotto la vigilanza di un giudice nominato dal Tribunale, da un Conservatore individuato di norma nella figura del Segretario Generale.

Si articola in due sezioni:

- **ordinaria**, avente finalità di pubblicità legale e di opponibilità de jure
- **speciale**, avente finalità di pubblicità notizia e riguardante le categorie degli imprenditori agricoli, dei piccoli imprenditori, delle società semplici e delle imprese artigiane, quest'ultime ai fini della prevista annotazione

Le principali attività dell'ufficio competente per la tenuta del Registro riguardano:

- la ricezione, ai fini della prevista iscrizione, dei principali documenti relativi alla vita delle società, quali gli statuti, gli atti costitutivi e modificativi, i bilanci annuali (per le società di capitali)
- la ricezione, sempre ai fini della prevista iscrizione, di notizie inerenti fatti o atti afferenti la vita delle imprese individuali
- l'archiviazione con il sistema ottico degli atti e dei documenti soggetti a deposito, iscrizione o annotazione nel Registro delle imprese
- il rilascio di visure e certificati
- il rilascio di elenchi degli esercenti attività economiche
- la bollatura e numerazione dei libri e delle scritture contabili

Registro delle imprese: dati generali		
	2009	2008
Iscrizioni	1.876	2.441
Cessazioni/Variazioni	7.185	7.688
Totale imprese registrate	38.240	38.200
Visure presso Sportello	4.537	4.632
Certificati presso Sportello	5.166	5.882

Tempi di evasione delle pratiche del Registro delle imprese				
	N. pratiche	Evase entro i termini	Ritardo 1-5 giorni	Ritardo > 10 giorni
2009	11.790	69%	12,4%	18,6%

Presso il Registro delle Imprese è operativo lo Sportello dedicato al rilascio di dispositivi digitali: CNS/Business Key e Convenzioni Telemaco.

	2009	2008
CNS/Business Key emesse	777	447
Convenzioni Telemaco e mandati di incarico alla distribuzione	325	207

Gli utenti possono acquisire informazioni utili per la compilazione delle pratiche da presentare all'Area Anagrafica e per l'utilizzo dei programmi servendosi del call center telefonico che fornisce risposte istantanee ai quesiti rivolti. Attualmente si registrano circa 600 contatti mensili.

La Camera di Commercio di Viterbo è all'avanguardia nelle soluzioni organizzative più avanzate per razionalizzare i rapporti con l'utenza. Ne è la prova la presenza di numerose caselle di posta elettronica con le quali gli utenti dialogano con gli uffici anagrafici per ottenere informazioni e chiarimenti.

È inoltre attiva una casella di posta elettronica certificata (PEC):
registroimprese@vt.legalmail.camcom.it

32

Sul sito internet www.vt.camcom.it, il portale della Camera di Commercio di Viterbo, vengono pubblicati in tempo reale gli aggiornamenti relativi alle propria attività e le procedure che la regolano.

Vasto è anche il coinvolgimento dei professionisti e del personale in riunioni informative per un maggiore coinvolgimento sulle procedure e sulle novità tecnico-giuridiche. Gli argomenti trattati nel 2009, in particolare, sono stati:

- novità inerenti la nuova procedura di "Comunicazione unica-Comunica"
- adempimenti successivi all'abolizione del "libro soci" per le società a responsabilità limitata
- Deposito Bilanci di esercizio anno 2009
- Adempimenti REA

L'Albo Imprese Artigiane

Su 38.240 imprese, il 22% appartiene al comparto artigiano.

Principali indicatori riguardanti l'Albo delle Imprese Artigiane (A.I.A.)		
	2009	2008
Iscrizioni	820	923
Cessazioni	1.334	1.381
Totale soggetti registrati nell'A.I.A.	8.285	8.321

La modalità più diffusa per presentare le pratiche al registro delle imprese è quella telematica.

Principali indicatori riguardanti l'Albo delle Imprese Artigiane (A.I.A.)		
	2009	2008
Iscrizioni	820	923
Cessazioni	1.334	1.381
Totale soggetti registrati nell'A.I.A.	8.285	8.321

Albi Ruoli e Registri

Un impegno della Camera di Commercio di Viterbo è la tenuta degli albi, dei ruoli e dei registri e del controllo dei requisiti per imprese operanti in settori disciplinati dalla legge. Questa attività svolge un'importante funzione di garanzie nelle relazioni fra gli operatori economici e i consumatori.

Albi, Ruoli, Elenchi: dati generali				
	2008		2009	
	Iscrizioni	Consistenza Iscritti	Iscrizioni	Consistenza Iscritti
Ruolo Agenti e rappresentanti	46	1.986	50	2.036
Ruolo Agenti d'affari in mediazione	52	556	57	613
Ruolo conducenti non di linea	31	295	24	319
Ruolo periti ed esperti	5	173	10	183

REGOLAZIONE DEL MERCATO: TUTELA DI IMPRESE E CONSUMATORI

Il corretto funzionamento del mercato dipende dalla garanzia delle condizioni di trasparenza, certezza ed equità nei rapporti economici, oltre che dalla tutela della fede pubblica.

La Camera di Commercio:

- promuove regole certe ed eque
- vigila sulla correttezza dei comportamenti degli operatori
- controlla la sicurezza e la conformità dei prodotti immessi sul mercato
- esercita attività di controllo sui contratti
- tutela la proprietà industriale
- offre a imprese e consumatori la possibilità di risolvere le controversie in maniera semplice e veloce

Conciliazione

Il servizio di Conciliazione è promosso dalla Camera di Commercio per la risoluzione delle controversie di natura economica, evitando il ricorso alle tradizionali vie giuridiche. La conciliazione avviene tramite l'intervento di un soggetto terzo (conciliatore) che non decide sulla controversia, ma che aiuta le parti a trovare un accordo soddisfacente per entrambe. Spetta alla Camera di Commercio la tenuta dell'Elenco dei Conciliatori.

Il dato relativo alle domande di conciliazione presentate nell'anno 2009 è in crescita rispetto agli anni passati. Infatti sono pervenute 185 domande a fronte di 168 del 2008 e di 137 del 2007.

Domande per la risoluzione di controversie				
	2009		2008	
	Presentate	Concluse	Presentate	Concluse
Sportello di conciliazione	185	63	168	110

Indicatori riguardanti lo Sportello di conciliazione		
	2009	2008
Procedure attivate	185	168
- di cui tra imprese	57	60
- di cui tra imprese e consumatori	128	108
Procedure concluse	63	110
Valore medio controversie tra imprese	€ 2.687,00	€ 5.335,00
Valore medio controversie tra imprese e consumatori	€ 1.022,00	€ 1.782,00

	2009	2008
Iscritti all'Elenco conciliatori	64	48

Arbitrato

La Camera di Commercio dispone di una Camera Arbitrale alla quale le imprese possono rivolgersi per la risoluzione di controversie di tipo paragiurisdizionale. L'**Arbitrato** è un istituto paragonabile al primo grado della giustizia ordinaria, regolato dal Codice di procedura Civile, e consiste nell'affidare una decisione (il lodo arbitrale) a un soggetto privato e neutrale scelto dalle parti in lite. La decisione di ricorrere al terzo "arbitro" poggia sulla collaborazione e sulla volontà delle parti. Infatti per poter accedere a tale procedura è necessario che sia stata prevista un'apposita clausola nel contratto o che venga successivamente stipulato un compromesso arbitrale. Il procedimento si

chiude con una decisione finale che acquista efficacia di vera e propria sentenza di primo grado tra le parti. L'istituto dell'Arbitrato garantisce rapidità e riservatezza, competenza degli arbitri, possibilità di mantenere relazioni costruttive tra i convenuti. Al fine di promuovere lo strumento arbitrale nell'anno 2009 è stata realizzata una brochure divulgativa.

Registro Informatico dei Protesti cambiari

Il Registro Informatico dei Protesti cambiari accresce il livello di certezza dei rapporti commerciali, offrendo un valido supporto per ciò che attiene alla scelta degli interlocutori d'affari. Tale Registro contiene informazioni utili di tutti i protesti levati nella provincia a carico di persone ed imprese.

La Camera, relativamente al proprio territorio, riceve dai pubblici ufficiali levatori (notai, segretari comunali, ufficiali giudiziari) gli elenchi con i nominativi dei soggetti protestati, ossia per i quali sia stata constatata la mancata accettazione di una tratta o il mancato pagamento di una cambiale o di un assegno. Sulla base di tali elenchi, l'Ente provvede mensilmente alla pubblicazione dei nominativi nel Registro dei Protesti, nonché alla cancellazione degli stessi qualora non sussistano più i motivi che ne avevano determinato l'iscrizione e gli interessati ne facciano domanda. Il Registro ha carattere informatico e raccoglie i dati di tutte le Camere di Commercio a livello nazionale: permette di conoscere quindi tutti i protesti levati negli ultimi cinque anni e non cancellati, contribuendo alla conoscenza, per gli operatori economici, degli interlocutori nelle loro relazioni d'affari.

Nominativi inseriti e cancellati dall'Elenco protesti cambiari		
	2009	2008
Nominativi inseriti	5.124	5.603
Nominativi cancellati su istanza prima della scadenza quinquennale	355	153

Ufficio Prezzi

La Camera di Commercio si occupa tradizionalmente della redazione mensile del listino dei prezzi all'ingrosso, nel quale appunto vengono pubblicati i prezzi rilevati nella provincia di Viterbo e relativi a diversi prodotti afferenti ai vari settori economici. Le attività consistono in una sistematica raccolta dei prezzi di acquisto, vendita ed uso di beni, materiali ed immobili. Nella fattispecie esistono tre commissioni di esperti che si riuniscono mensilmente per determinare i prezzi di alcuni prodotti agricoli, di prodotti alimentari e di prodotti legati all'edilizia; i dati raccolti in commissione vengono integrati con quelli raccolti dall'Ufficio. Esiste anche una commissione per l'Osservatorio immobiliare che si riunisce ogni sei mesi per fare il punto sul mercato immobiliare e pubblicare l'omonimo listino. Importante anche la rilevazione (prevista da una Circolare del Ministero delle Attività Produttive) quindicinale dei prodotti petroliferi, le cui risultanze, oltre a divenire parte integrante del listino prezzi mensile, costituiscono oggetto di cer-

tificazione per le oltre 15 imprese che commercializzano prodotti petroliferi nella provincia di Viterbo.

Listini dei prezzi curati dalla Camera di commercio (2009)			
Tipo/Titolo listini	Cadenza	Contenuti	Modalità
Prezzi prodotti petroliferi	Quindicinale	Prezzi medi dei prodottipetroliferi	Pubblicazione sul sito internet camerale
Listino prezzi all'ingrosso	Mensile	Prezzi medi dei prodotti agricoli, alimentari, edilizia industria	Pubblicazione sul sito internet camerale

Ufficio Metrologia Legale

Per garantire la certezza delle transazioni commerciali e il corretto utilizzo degli strumenti per la misurazione delle merci, la Camera provvede alla gestione dell'Elenco utenti metrici (che svolgono attività richiedente l'utilizzo di strumenti metrici), alla verifica degli strumenti e agli accertamenti presso gli esercizi commerciali. Inoltre attribuisce il marchio di identificazione dei metalli preziosi.

36

Attività di metrologia legale		
	2009	2008
Bacino utenti	5.230	5.230
Controllo produzione ditte orafe	9	9
N. sopralluoghi presso il domicilio degli utenti verifica periodica degli strumenti metrici	670	780
N. marchi d'identificazione per la punzonatura dei metalli preziosi	29	34
- Nuove concessioni	1	0
- Rinnovi	28	34

Concorsi a premi

Il Servizio Regolazione del Mercato gestisce le procedure di svolgimento dei concorsi a premio, delle quali garantisce la legittimità e l'imparzialità dell'accesso dei consumatori. A questo scopo verifica i regolamenti ed i meccanismi del concorso e le garanzie del promotore in materia di trasparenza.

Attività del Responsabile della tutela del consumatore e della fede pubblica nei concorsi a premio		
	2009	2008
Accessi funzionario camerale	2	14

Ufficio Sanzioni

Con il D.P.C.M. 26/05/2000 le funzioni attribuite agli uffici U.P.I.C.A. sono state acquisite dalle Camere di Commercio istituendo un Ufficio Sanzioni. Tale attività sanzionatoria si inquadra nell'ambito della tutela dei consumatori poiché sanziona quei comportamenti commerciali scorretti e non conformi ai dettati della normativa nazionale e comunitaria.

Elenco ispezioni ed ordinanze (ex UPICA) eseguite		
	2009	2008
Ordinanze emesse	307	334
Ispezioni	12	0

INNOVAZIONE: OPPORTUNITÀ DI CRESCITA PER LE IMPRESE

Brevetti e marchi

La competitività dell'impresa si basa sulla capacità di sfruttamento del suo patrimonio commerciale e tecnologico: beni definiti immateriali, ma che molto concretamente impongono e rafforzano la posizione delle imprese sui mercati sempre più esigenti perché in continua evoluzione ed espansione.

Brevetti, marchi, il design di un prodotto, l'indicazione delle sue qualità e origini, il *know how*, il *software*, sono componenti di quella realtà complessa che chiamiamo proprietà intellettuale perché, pur sotto varie forme, rappresenta la capacità espressiva e creativa dell'essere umano: il bene immateriale più importante.

Con l'obiettivo di tutelare la proprietà intellettuale, la Camera di Commercio riceve le domande di registrazione dei brevetti e dei marchi di impresa, oltre alla documentazione relativa a eventuali variazioni delle domande depositate.

Il **Punto di Informazione Brevettuale – PIP**, costituito dalla Camera di Commercio di Viterbo, consente di accedere a tutte le informazioni in materia di marchi e brevetti, sia a livello italiano che internazionale. Inoltre presta assistenza per verificare i requisiti di novità e creatività dell'idea proposta. L'attività complessiva dell'anno 2009 mostra un incremento del 12% rispetto all'anno 2008. Tra le singole voci si rileva, in particolare, un incremento dei marchi, dei modelli di utilità e delle istanze varie, mentre si registra un calo nelle invenzioni e nelle trascrizioni.

Deposito marchi e brevetti

	2009	2008
Invenzioni	6	12
Modelli di utilità	9	4
Marchi	182	156
Marchi internazionali	1	0
Disegni e modelli	4	3
Istanze varie	14	6
Annotazioni	2	7
Trascrizioni	2	9
Totale	224	200

N. informazioni rilasciate presso il PIP	597	555
--	------------	------------

Progetti per l'innovazione

La Camera di Commercio di Viterbo ha avviato, tramite la propria Azienda speciale CeFAS progetti specifici per l'innovazione e il trasferimento tecnologico. Il CeFAS gestisce l'**Eurosportello** e lo **Sportello Innovazione** con la funzione di offrire al sistema delle imprese notizie e aggiornamenti sui principali strumenti di supporto alla crescita e allo sviluppo.

Al fine di contribuire all'incremento del livello di competitività delle piccole e medie imprese in questi ultimi anni sono state intraprese delle iniziative dirette sia ad approfondire la conoscenza delle reali esigenze delle imprese in termini di richiesta di innovazione e trasferimento tecnologico sia a migliorare il raccordo con strutture e centri di ricerca. Nello specifico, a decorrere dall'anno 2005 l'Azienda speciale ha avviato collaborazioni con alcuni Dipartimenti dell'Università degli Studi della Tuscia al fine di garantire da subito una ricaduta in termini di risposta ai desiderata delle imprese.

Nell'anno 2009 è stata sottoscritta la convenzione con il Dipartimento DIPROV dell'Università degli Studi della Tuscia per le attività di ricerca sull'innovazione della ceramica della provincia di Viterbo. Il progetto ha previsto la realizzazione di un Corso di aggiornamento sulle tecniche innovative di coltivazione, raccolta e conservazione della produzione ceramica.

Inoltre, sono state svolte specifiche attività di tutoraggio nella progettazione, realizzata su incarico del Comune di Civita Castellana, dell'iniziativa a valere sul bando regionale per l'implementazione degli Sportelli Unici in forma associata.

È stato fornito un servizio informativo attraverso il costante aggiornamento del sito www.cefass.org, la realizzazione di infonews, la risposta a specifici quesiti riguardanti, in particolare, le opportunità di accesso ai finanziamenti in tema di innovazione e la realizzazione del seminario sulle novità normative del Nuovo Testo unico sulla sicurezza. È stato realizzato, in collaborazione con l'Accademia dei Georgofili e l'Università degli

Studi della Tuscia, il Convegno sulla sicurezza nel settore agroforestale. È stato, infine, condotto uno studio sull'innovazione dei processi di valorizzazione della filiera corilicola.

Centro Studi e Ricerche sul Nocciolo e Castagno

Il Centro Studi e Ricerche sul Nocciolo e Castagno, servizio operativo all'interno della struttura organizzativa del CeFAS, nasce in accordo con il Dipartimento di Protezione delle piante dell'Università degli Studi della Tuscia con l'intento di rappresentare un luogo reale di confronto e di sviluppo delle due filiere ritenute fondamentali per l'economia agricola della Tuscia Viterbese.

Le riunioni tecniche, che si realizzano alla presenza di tutti gli attori delle filiere, consentono di condividere le problematiche e presentare soluzioni operative alle strutture decisionali locali, regionali e nazionali.

Il ruolo che nel corso degli anni ha assunto il Centro Studi e Ricerche ha permesso la partecipazione di alcuni suoi componenti al Tavolo Nazionale Corilicolo e a quello Castanicolo, istituiti dal MIPAAF allo scopo di delineare le linee di intervento di sviluppo e innovazione dei settori.

L'organizzazione del Congresso Internazionale sul Nocciolo dell'anno 2008, curata dal Centro Studi e Ricerche, ha permesso di rendere visibile la capacità e operatività del servizio e di relazionarsi con il mondo della ricerca internazionale. Tale possibilità è stata sfruttata con l'avvio, nell'anno 2009, delle procedure per la realizzazione di una pubblicazione semestrale che raccoglie le testimonianze tecnico-scientifiche dei maggiori esperti nazionali e internazionali di settore.

Afferisce al Centro Studi e Ricerche l'**Osservatorio Prezzi sulle Nocciole** che, raccogliendo con frequenza quindicinale le quotazioni sulle principali piazze italiane e turche, consente un monitoraggio delle dinamiche di prezzo concorrendo a favorire trasparenza negli scambi.

Certificazioni di Qualità, Ambientali e Responsabilità sociale

La Camera di Commercio sostiene e incentiva le imprese della provincia che introducono nella propria organizzazione sistemi aziendali di garanzia della qualità e di gestione aziendale, erogando nello specifico contributi a fondo perduto per l'acquisizione di Certificazioni di qualità, Gestione ambientale, Responsabilità sociale, EMAS 2, Attestazioni SOA e per la predisposizione del Piano di controllo per la produzione di fabbrica.

Dal 1999 a oggi sono state finanziate oltre 500 domande per un totale di oltre un milione di euro.

Le pratiche complessivamente gestite nell'anno 2009 sono pari a 69, facendo rilevare un incremento medio del quadriennio 2006-2009 (totale pratiche 268) del 60% rispetto al triennio 2003-2005. È stata sottoscritta una Convenzione con la Provincia di Viterbo per contributi alle certificazioni ambientali che consentirà complessivamente l'attivazione di fondi per oltre € 140.000,00 per domande pervenute negli anni 2009-2010.

Incentivi erogati nel 2009

Tipo incentivo	Imprese beneficiarie	Importo (in euro)
ISO 9001	21	69.000,00
SOA	45	87.850,00
FPC (Piano di controllo produzione di fabbrica)	3	2.150,00
EMAS 2	Pratiche gestite dalla Provincia di Viterbo	10.000,00
Totale contributi	69	169.000,00

Sportello CSR-Responsabilità sociale

La Responsabilità sociale delle Imprese è l'integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate.

Essere socialmente responsabili significa non solo soddisfare pienamente gli obblighi di legge, ma andare oltre investendo di più e consapevolmente nel capitale umano, nell'ambiente e nei rapporti con le altre parti interessate. La letteratura economica e la pratica manageriale dimostrano come i risultati di un'impresa e le sue prospettive di successo dipendano sempre più dalla capacità della stessa di relazionarsi con le differenti categorie di *stakeholder* (portatori d'interesse) e di sviluppare quei valori intangibili – quali innovazione, immagine, reputazione e disponibilità – per contribuire direttamente al benessere sociale, soprattutto nella comunità in cui si opera.

Si apre in tal modo una strada nuova che consente di gestire i cambiamenti e di conciliare l'incremento della competitività con lo sviluppo sociale, ambientale ed economico.

In questo scenario, la Camera di Commercio di Viterbo ha posto tra le priorità strategiche la realizzazione di azioni dirette alla diffusione della cultura del ruolo etico-sociale delle imprese della Tuscia. Offrire assistenza e consulenza alle imprese virtuose della Tuscia interessate a conoscere e usufruire dei vantaggi derivanti da comportamenti e pratiche aziendali socialmente responsabili, è quanto si prefigge lo Sportello CSR-Responsabilità sociale della Camera di Commercio di Viterbo.

Nel 2009 sono state gestite le procedure del bando pubblicato l'anno precedente 2008, diretto all'indizione di un Premio alle imprese che adottano comportamenti socialmente responsabili. Sono pervenute complessivamente 20 domande alla cui valutazione ha provveduto un'apposita Commissione che ha stilato una graduatoria finale. Nel mese di novembre è stata realizzata la giornata di premiazione alla presenza di tutte le imprese interessate e con la partecipazione del Segretario Generale di Unioncamere.

FORMAZIONE: SUPPORTO ALLE IMPRESE E AL MONDO DEL LAVORO

I rapidi cambiamenti che caratterizzano il mercato del lavoro assegnano un ruolo di primo piano alla formazione, quale leva strategica per promuovere le competenze e lo sviluppo di un territorio: da un lato la qualificazione delle risorse umane rappresenta

un fattore competitivo di rilevanza crescente per le imprese e, dall'altro, il sistema scolastico dovrebbe recepire i fabbisogni di professionalità delle imprese locali, in un orizzonte temporale di medio periodo. La Camera di Commercio di Viterbo è impegnata in un vasto programma di diffusione della cultura di impresa attraverso l'erogazione di servizi per l'orientamento all'imprenditorialità, la formazione professionale e l'incontro tra la domanda e l'offerta di formazione e lavoro.

Tali attività, svolte sia direttamente dall'Ente, sia per il tramite dell'Azienda speciale CeFAS, si concretizzano nella realizzazione di seminari, stage e tirocini aziendali e nella promozione del raccordo tra il sistema scolastico e le imprese attraverso esperienze di alternanza scuola-lavoro.

Formazione professionale

Il CeFAS cura l'organizzazione e la gestione in via diretta di corsi destinati prioritariamente a imprenditori, dirigenti di impresa e giovani laureati o diplomati, che, corredate di una approfondita conoscenza degli strumenti di conduzione aziendale, intendano esplicitare la propria attività lavorativa nel sistema produttivo e di mercato. I temi che rappresentano il focus dell'attività formativa del CeFAS riguardano la gestione economica e finanziaria d'impresa, il marketing e la gestione commerciale, l'organizzazione e la gestione delle risorse umane, la sicurezza sui luoghi di lavoro, le certificazioni volontarie.

Corsi / Argomento	2009		
	N. Corsi	Durata in giorni	N. Partecipanti
Tecnico Responsabile di Impresa che effettua la Gestione dei Rifiuti - Modulo Specialistico A	1	4	5
Auditor/Lead Auditor per Sistemi di Gestione per la Sicurezza sui Luoghi di Lavoro	1	5	9
Gestione delle risorse umane: azioni di supporto per il miglioramento dei livelli di performance aziendale	1	5	12
Uso consapevole di Internet e Posta Elettronica	1	11	9
Aggiornamento per i Coordinatori della Sicurezza per la Progettazione e per l'Esecuzione dei Lavori ai sensi del D. Lgs. 81/08	1	5	29
Seminario: il Testo Unico sulla Sicurezza sul lavoro D. Lgs. 81/2008 alla luce delle recenti modifiche	1	1	32
Formazione per i Coordinatori per la progettazione e per l'esecuzione di lavori ai sensi dell'allegato XIV del D. Lgs. 81/08	1	8	22

Comitato per la promozione dell'imprenditoria femminile

La Camera di Commercio di Viterbo dal 1999 ha istituito il **Comitato provinciale per la promozione dell'imprenditoria femminile**, il cui obiettivo è supportare le imprenditrici mediante specifica attività di formazione, agevolazioni finanziarie e la collaborazione con Enti pubblici e privati. Il Comitato è composto da dodici membri esponenti delle Associazioni di categoria ed organismi impegnati nella promozione delle pari opportunità.

Nell'anno 2009 l'attività di sostegno alla promozione dell'imprenditoria femminile si è concretizzata nelle seguenti iniziative:

- organizzazione di 5 corsi realizzati in collaborazione con BIC Lazio sui temi dell'organizzazione e comunicazione aziendale, registrando complessivamente 142 presenze
- adesione all'iniziativa organizzata dal Comune di Viterbo "Donne, Women, Femmes" in occasione della festa della donna
- collaborazione all'organizzazione e partecipazione all'incontro "Donne in equilibrio tra vita e lavoro", organizzato dalla Consulta regionale per le Pari Opportunità
- predisposizione e sottoscrizione del Protocollo di adesione al Progetto "Microcredito Sociale", promosso dalla Fondazione Risorsa Donna che ha portato all'avvio, presso gli uffici della sede camerale, di uno Sportello per la consulenza sul Microcredito sociale con ben 37 contatti
- partecipazione al Convegno "Orientamento, inclusione sociale e imprenditorialità una chance per le donne e per le donne immigrate della provincia di Viterbo", organizzato dalla Fondazione "Risorsa Donna" di Roma
- partecipazione al Seminario "Le problematiche dell'accesso al credito", organizzato dal Centro per l'Inclusione Finanziaria Femminile di Viterbo in collaborazione con BIC Lazio
- collaborazione all'organizzazione e partecipazione all'evento "Non Mangiamoci", organizzato dall'Associazione "Fabbrica delle Donne" di Fabrica di Roma;
- Organizzazione, in collaborazione con il CeFAS, del corso "Uso consapevole di internet e posta elettronica", a cui hanno aderito 14 imprese
- Adesione alla manifestazione promossa dall'Associazione "Bolsena Ricama"

Manifestazioni / Seminari organizzati dal Comitato per l'imprenditoria femminile (2009)		
Titolo	N. corsi	N. partecipanti
"Organizzazione aziendale" e "Comunicazione aziendale" in collaborazione con Bic lazio	5	142
Uso consapevole di internet e posta elettronica	1	14

CONTRIBUTI E ACCESSO AL CREDITO: FACILITARE I RAPPORTI TRA IMPRESE E SISTEMA FINANZIARIO

Il sostegno economico camerale per l'accesso al credito rappresenta la linea di intervento più marcata nell'anno 2009, stante la difficile congiuntura economica. È stato infatti sottoscritto un protocollo di intesa con la Provincia di Viterbo finalizzato ad agevolare l'accesso al credito, per il tramite dei Confidi, da parte delle PMI aventi sede legale e/o unità legale nella provincia di Viterbo. Sulla base di tale protocollo l'Ente camerale ha erogato contributi ai Consorzi di Garanzia Fidi per un importo complessivo di € 500.000,00, mentre la Provincia ha destinato all'iniziativa la somma di € 150.000,00 per un totale di € 650.000,00.

Sostegno ai Consorzi fidi		
	2009	2008
Contributi accordati (euro)	500.000,00	191.666,66

CREAZIONE, SVILUPPO E CONTINUITÀ DELLE IMPRESE

La Camera di Commercio di Viterbo, con il supporto operativo del CeFAS, ha messo in campo ormai da anni un progetto per sostenere e consolidare la crescita sia delle nuove giovani generazioni imprenditoriali sia delle realtà che da più tempo sono presenti sul mercato.

Attraverso uno staff selezionato di consulenti e manager le aziende possono beneficiare di più giornate di tutoraggio personalizzate durante tutto l'arco dell'anno in uno o più dei seguenti settori:

- Area contabile, fiscale e tributaria
- Area controllo di gestione e finanza
- Area marketing e vendite
- Area comunicazione, immagine e designer
- Area organizzazione e risorse umane
- Area qualità (*start up* alle certificazioni volontarie ISO, CE, SOA, EMAS, ecc.)

Nel 2009 sono state 42 le aziende che hanno beneficiato del Progetto di Sostegno e Promozione d'Impresa. Le giornate di tutoraggio erogate sono state 63. È stata predisposta una rilevazione di *customer satisfaction* atta a evidenziare eventuali ambiti di miglioramento al fine di rispondere in modo sempre più puntuale alle esigenze delle imprese. I risultati dell'indagine sono stati molto soddisfacenti; è stato espresso un notevole apprezzamento per la professionalità dei *tutor* e per il progetto in generale evidenziando l'importanza della promozione di incontri tra imprenditori per lo scambio di idee su aspetti gestionali.

Dati principali dell'attività di orientamento all'imprenditorialità e creazione di nuova impresa (PNI)

	2009
N. utenti che hanno richiesto informazioni	750
colloqui personalizzati (Sportello)	550
per telefono	200
N. utenti dei seminari di formazione	42

AGROALIMENTARE: SERVIZI E PROGETTI PER ORIENTARE ALLA QUALITÀ LE IMPRESE

Il comparto agricolo costituisce una parte importantissima dell'economia viterbese, con specializzazioni nella produzione di vino e olio, come dimostrano i dati risultanti dalle tabelle sottostanti:

Settore Agricolo nel 2009

Valore aggiunto provinciale	Imprese della filiera agricoltura-lavorazione alimentare	Percentuale di esportazione
4,3%	36%	20,1%

Albo dei vigneti DOC ed elenco delle Vigne (IGT)

Albo dei vigneti DOC ed elenco delle vigne (IGT)

Vini a denominazione d'origine controllata (DOC)	Vini a indicazione geografica tipica (IGT)
Est! Est!! Est!!! di Montefiascone	Civitella D'Agliano
Aleatico di Gradoli	Colli Cimini
Colli Etruschi Viterbesi	Lazio
Tarquini	
Vignanello	
Orvieto	

L'Albo dei vigneti è un albo pubblico in cui sono iscritti i terreni coltivati a vite dai quali si ottengono i vini a Denominazione di Origine (DOC) e IGT (Indicazione Geografica Tipica). L'iscrizione a tale Albo è obbligatoria qualora i conduttori dei terreni intendano commercializzare le uve o il vino utilizzando la Denominazione di Origine. Le imprese vinicole, a seguito della vendemmia, sono tenute alla denuncia delle uve, a fronte della quale la Camera di Commercio provvede a rilasciare apposita ricevuta.

I vini prodotti – nel rispetto delle vigenti normative previste per la designazione e presentazione delle DOC e degli specifici disciplinari di produzione, nella fase della pro-

duzione, secondo le norme UE, ai fini delle rispettive denominazioni di origine, devono essere sottoposti a una preliminare analisi chimico-fisica e a un esame organolettico. L'Ente camerale provvede al prelievo dei campioni di vino DOC da sottoporre alla Commissione di Degustazione, di cui tiene la segreteria.

Sempre in materia enologica, la Camera tiene l'**Elenco dei Tecnici Degustatori**, l'**Elenco degli Esperti Degustatori dei vini a DOC della provincia di Viterbo** e l'**Albo degli imbottiglieri dei vini DOCG, DOC e IGT**.

Albo vigneti vini DOC		
	2009	2008
Consistenza iscritti	1.005	1.236
Ettari di terreno	1148.97,21	1.108.30.83
Quintali di uva denunciata	77.433,94	66.052,48
N. Ricevute uve DOC rilasciate	807	887

Albo vigneti vini IGT		
	2009	2008
Consistenza iscritti	1.047	998
Ettari di terreno	1326.13.70	1191.39.86
Quintali di uva denunciata	47.018,33	20.448,52
N. Ricevute uve IGT rilasciate	478	177

Commissioni degustazioni vini DOC		
	2009	2008
Riunioni effettuate	11	9
N. Campioni degustati	60	57

Albo imbottiglieri vini DOC e IGT		
	2009	2008
Iscrizioni	7	5
Consistenza iscritti	49	42

Albo oliveti DOP Canino e DOP Tuscia

La normativa comunitaria prevede che le produzioni delle DOP siano certificate da un organismo di controllo, sia esso pubblico sia privato, autorizzato dal Ministero delle Politiche Agricole e Forestali, al fine di verificare che la filiera produttiva sia rispondente al relativo disciplinare di produzione e di consentire alle aziende l'utilizzo della denominazione.

La Camera di Commercio di Viterbo è stata designata dal Ministero delle Politiche Agricole e Forestali quale "Autorità Pubblica di Controllo per la certificazione della Denominazione di origine protetta Canino e Tuscia".

L'Albo Oliveti è un albo pubblico nel quale sono iscritti i terreni olivati dai quali viene prodotto l'olio extra-vergine di oliva a Denominazione di Origine Protetta Canino e a Denominazione di Origine Protetta Tuscia, sulla base del disciplinare di produzione previsto dalla normativa istitutiva di ogni DOP.

L'iscrizione a tale Albo è obbligatoria qualora i conduttori dei terreni intendano commercializzare le olive e l'olio utilizzando la Denominazione di Origine Protetta. La Camera di Commercio, quale Autorità Pubblica di Controllo per la DOP Canino e per la DOP Tuscia, nel rispetto delle vigenti normative previste per la designazione e presentazione delle DOP e dagli specifici disciplinari di produzione, sottopone gli oli a un esame organolettico e conseguente analisi chimico-fisica. Sempre in materia olearia, la Camera tiene l'**Albo dei frantoi e dei Condizionatori** presso i quali devono essere molite e condizionate le produzioni per le quali si richiede l'utilizzo della DOP Canino e della DOP Tuscia.

Albo oliveti DOP Canino		
	2009	2008
Iscrizioni	2	5
Consistenza iscritti	1026	1040
Ettari di terreno	1754.07.48	1788.32.88
Quintali di olive denunciate	6.110,06	10.203,60

Albo oliveti DOP Tuscia		
	2009	2008
Iscrizioni	11	17
Consistenza iscritti	157	201
Ettari di terreno	425.25.09	394.08.83
Quintali di olive denunciate	5810,45	4.991,07

Castagna DOP di Vallerano e Nocciola romana DOP

Un altro importante settore è costituito dalla produzione di nocciole e castagne.

Con Reg. (CE) n. 28/6/2009 della Commissione del 7 aprile 2009, la Denominazione “**Castagna di Vallerano**” è stata iscritta nel “Registro delle Denominazioni d’Origine protette e delle Indicazioni Geografiche Protette” come DOP.

N. iscrizioni al 31.12.2009	Superficie in mq
45	1.192.883

La domanda di registrazione della DOP “Nocciola Romana” è stata, invece, pubblicata dalla Commissione Europea sulla *Gazzetta Ufficiale* dell’Unione n. 2008/c 308/08 del 3.12.2008, rendendo definitivo il riconoscimento della “Nocciola Romana” come denominazione di origine protetta.

N. iscrizioni al 31/12/2009	Superficie in mq
8	362.637

Partecipazioni a concorsi

Relativamente alle azioni a supporto delle produzioni agricole, nell’anno 2009 è stata gestita la partecipazione di aziende locali ai seguenti Concorsi:

- Concorso Regionale Oli extravergini e “Ercole olivario”
- Concorso Nazionale e Regionale migliori formaggi “Premio Roma”
- Concorso Nazionale e Regionale migliori pani tradizionali e prodotti da forno
- Altri Concorsi: Douja D’Or (vino) e Sirena d’Oro (olio)

Interventi camerali a favore dell’agroalimentare

Nell’anno 2009 è stato riconosciuto il contributo di euro 15.000,00 a sostegno delle iniziative promosse dal Comune di Nepi per la festa del Pecorino romano e dei prodotti tipici della Toscana, dal Comune di Canino per l’8^a Sagra dell’Asparago, dal Comune di Montalto di Castro per la 6^a Sagra dell’Asparago Verde.

TURISMO: INIZIATIVE PER FAR CRESCERE LA CAPACITÀ DI ACCOGLIENZA DA PARTE DELLE IMPRESE

Il Progetto “Welcome in Tuscia”

Nel corso dell'anno 2009 la Camera di Commercio di Viterbo ha promosso un progetto denominato “Welcome in Tuscia”, diretto a sviluppare un modello di “turismo integrato”, affinché il turista possa entrare in rapporto non solo con la struttura che lo ospita, ma anche con le altre realtà produttive del territorio, siano esse cantine, frantoi, ristoranti, negozi di prodotti tipici, botteghe artigiane, punti vendita aziendali o musei, parchi, teatri ed eventi culturali.

Con “Welcome in Tuscia” le strutture ricettive abbinano nelle loro offerte di soggiorno manifestazioni culturali, eventi di elevata attrazione turistica e degustazioni di prodotti tipici di qualità, consentendo al turista di avvicinarsi alla storia, all'ambiente e ai sapori della Tuscia Viterbese.

Le imprese turistiche della Tuscia Viterbese aderenti al progetto sono state nel 2009 complessivamente 23.

Tale progetto rappresenta una novità sostanziale rispetto alla iniziativa che ha caratterizzato le linee di intervento a favore del settore turistico negli anni passati e conclusa proprio nel 2009 con l'erogazione di contributi a fondo perduto per l'organizzazione di pacchetti turistici. A tale finalità sono state destinate complessivamente euro 70.000,00 a favore di 14 strutture ricettive.

Coordinamento delle Feste del vino, castagna e olio

L'Ente camerale gestisce un'attività progettuale diretta da anni a unificare le feste che nel territorio della Tuscia sono dedicate alla promozione delle produzioni vinicole, olivicole e della castagna assumendone, in accordo con l'Amministrazione Provinciale, un ruolo di impulso, coordinamento e gestione, contribuendo a superare il carattere esclusivamente localistico delle manifestazioni, inserendo le stesse sotto l'egida del Marchio Collettivo Tuscia viterbese al fine della relativa connotazione quali eventi di dimensioni più ampie e di impatto notevolmente superiore. Nel 2009 i Comuni protagonisti sono stati complessivamente 14 di cui 6 per le Feste del Vino, 5 per la Castagna e 3 per l'Olio. Facendo leva sulla notevole quantità di persone che amano le tradizioni e i sapori locali e sfruttando questa enorme forza, si è attuata una operazione finalizzata a far conoscere non solo le produzioni enogastronomiche locali, ma anche il territorio stesso e le sue ricchezze.

In occasione dell'inaugurazione delle Feste del Vino la Camera di Commercio, in collaborazione con l'Enoteca Provinciale della Tuscia e il Comune di Viterbo, ha organizzato **Vingustando**, iniziativa che prevedeva degustazioni guidate e banchi d'assaggio nel suggestivo scenario dei giardini comunali di Palazzo dei Priori, in piazza del Plebiscito, con la partecipazione dei vini di 29 cantine della provincia di Viterbo.

In occasione delle feste dell'Olio è stata proposta la seconda edizione di **Gustando-Olio**, degustazioni guidate ed eventi dedicati all'olio extravergine di oliva di qualità prodotto nella Tuscia viterbese, realizzata in collaborazione con il Comune di Viterbo, la Provincia di Viterbo e l'Associazione Nazionale Città dell'Olio.

MARKETING TERRITORIALE E SVILUPPO LOCALE

L'azione della Camera di Commercio, oltre al sostegno diretto delle imprese, opera per migliorare l'attrattività dell'intero sistema territoriale, soprattutto attraverso interventi di valorizzazione dei prodotti e dei settori che lo caratterizzano.

Sono numerosi i progetti di sostegno alle produzioni locali e di marketing del territorio e delle tipicità della provincia di Viterbo posti in essere:

- Marchio Collettivo Tuscia Viterbese;
- partecipazione delle imprese locali a manifestazioni fieristiche nazionali;
- sostegno a iniziative di Enti ed Organismi per la valorizzazione del territorio.

Marchio Collettivo Tuscia Viterbese



La Camera di Commercio di Viterbo ha istituito il Marchio Collettivo Tuscia Viterbese per contraddistinguere e promuovere i prodotti tipici di qualità, elevandone la conoscenza e le opportunità commerciali, raggiungendo mercati più vasti, anche internazionali, attraverso iniziative di comunicazione e marketing. L'adesione al Marchio è gratuita.

La gestione operativa del Marchio da tempo è stata affidata dalla Camera di Commercio al CeFAS attraverso la realizzazione dello **Sportello Marchio Tuscia Viterbese**, al fine di fornire le necessarie informazioni alle imprese, di dare supporto al Comitato di gestione e controllo sull'uso del Marchio e di gestire, in parte, gli aspetti promozionali e di comunicazione.

Attualmente i prodotti e servizi per i quali si può ottenere la licenza d'uso e relativo disciplinare sono: Carni bovine, ovine e suine; Carni lavorate; Cavolfiore Bianco e cavolo broccolo romanesco; Coniglio Verde Leprino di Viterbo; Miele e prodotti apistici; Olio extravergine d'oliva DOP Canino; Olio extravergine d'oliva DOP Tuscia; Pasticceria e prodotti da forno; Patata dell'Alto Lazio; Prodotti caseari; Vini DOC e IGT; Ceramiche artistiche; Alberghi, Ristoranti e Agriturismo.

Lo Sportello Marchio Tuscia Viterbese ha implementato e sviluppato il sito internet **www.tusciaviterbese.it**, collocando on-line le informazioni sull'attività di sportello e la documentazione inerente al Marchio. Nell'anno 2009 si sono registrati 152.321 accessi.

Conformemente alla pianificazione strategica le azioni promosse nell'ambito del progetto del Marchio Collettivo si sono sviluppate nelle seguenti aree operative, comportando, a fine anno, un numero complessivo di imprese licenziatricie pari a n. 140, di cui n. 31 accreditate nel corso del 2009.

A. Sul fronte della **comunicazione e promozione** sono state intraprese molteplici iniziative:

- presenza di un desk presso la BTSA- Borsa del Turismo Sociale ed Associato
- presenza nei circuiti enogastronomici nell'ambito di manifestazioni locali quali San Pellegrino in Fiore, Città a Colori, Nitriti di Primavera
- organizzazione di un pranzo di degustazione per circa 300 operatori turistici nell'ambito della 13^a Borsa del Turismo delle 100 Città d'Arte d'Italia, svoltasi a Ravenna
- partecipazione ad eventi quali Caffèina, Vingustando (vini della Tuscia), l'Ottava di Sant'Egidio di Orte (prodotti agroalimentari e ceramiche)
- presenza alla regata velica "Trofeo Paolo Venanzangeli"
- presenza a Ecotur, la Fiera del Turismo Verde svoltasi a Chieti
- presenza all'edizione di Gustandolio in occasione delle Feste dell'Olio
- partecipazione al Premio Cardarelli di Tarquinia con uno stand informativo e promozionale dei prodotti a marchio e degustazione dei dolci della Tuscia Viterbese

In molte delle iniziative svolte è stato possibile usufruire della collaborazione e dei servizi delle imprese commerciali che si stanno qualificando per la vendita dei prodotti tipici locali e, in particolare, di quelli a Marchio Tuscia Viterbese.

B. Sono state inoltre intraprese azioni finalizzate a **favorire la commercializzazione dei prodotti**:

- pannelli identificativi per gli esercizi commerciali e le aziende licenziatricie del Marchio che hanno partecipato ai diversi eventi di promozione
- assistenza alle imprese licenziatricie per una più corretta applicazione dell'immagine coordinata – CIS del Marchio collettivo e per una migliore integrazione del Marchio con la comunicazione aziendale: su tale fronte è stata elaborata una scheda informativa dell'impresa licenziataria e di controllo dell'applicazione del CIS
- incontri *one to one* con 40 aziende licenziatricie dei diversi settori produttivi e dei servizi per indagare sulle loro modalità di appartenenza al Marchio e sulle loro esigenze commerciali

C. Un'intensa azione di propulsione è stata svolta per la **certificazione delle strutture ricettive** attraverso l'adozione del Marchio di Ospitalità italiana che ha portato a far conseguire il prestigioso riconoscimento a 12 nuove strutture di ricezione turistica e di

ristorazione così suddivise: 9 agriturismi, 1 ristorante e 2 alberghi. Sono state rinnovate a 17 strutture le certificazioni già ottenute nelle scorse edizioni. E' stato avviato e concluso il bando per l'inclusione di 21 nuove strutture (7 alberghi, 7 ristoranti e 7 agriturismi) nel progetto ospitalità italiana-Tuscia viterbese. È stata avviata e conclusa la campagna di verifiche presso 45 strutture turistiche tra agriturismi, alberghi e ristoranti, di cui 19 sono verifiche di rinnovo e 26 di prima candidatura.

- D.** Particolarmente significativa è stata l'**attività di verifica** nelle aziende dei requisiti previsti dai disciplinari del Marchio Tuscia Viterbese.

L'azione di controllo nel 2009, svolta da parte della società incaricata SEA Tuscia, ha interessato 15 licenziatari del Marchio con esito positivo per tutti gli aspetti organolettici e di processo produttivo con qualche pecca, invece, per quanto riguarda la gestione dell'immagine coordinata del Marchio.

- E.** La programmazione prevedeva anche la **definizione di tre nuovi disciplinari** che non si è concretizzata nell'anno principalmente per questioni di carattere normativo.

Manifestazioni fieristiche nazionali

La partecipazione alle fiere rappresenta per un'impresa uno degli strumenti promozionali di maggior efficacia per affermarsi sui mercati italiani ed esteri. La Camera di Commercio di Viterbo ogni anno predispose un calendario di eventi relativi ai comparti turistico, agroalimentare e artigianale, favorendo condizioni vantaggiose e offrendo assistenza in fiera con proprio personale. **Nel 2009 si sono registrate circa 300 presenze di imprese nelle fiere nazionali.**

Manifestazioni fieristiche nazionali nel 2009			
Fiere	Sede	Settore	Aziende partecipanti
Mia	Rimini	Agro-alimentare	7
Globe	Roma	Turismo	4
BTSA	Viterbo	Agroalimentare	16
Moa Casa Primavera	Roma	Artigianato	14
Moa Casa Autunno	Roma	Artigianato	30
Vinitaly	Verona	Agroalimentare	19
Buy Lazio	Roma	Turismo	10
Visituscia	Viterbo	Turismo	130
Ecotur	Chieti	Turismo	4
Cibo e Dintorni	Salerno	Agroalimentare	11
Arti e Mestieri	Roma	Artigianato	17
Nitriti di Primavera	Tuscania	Agro-alimentare	28

Sostegno a iniziative di Enti e organismi diversi per la valorizzazione del territorio

La Camera di Commercio di Viterbo promuove azioni di sostegno finanziario a favore di manifestazioni di valorizzazione del territorio, dei prodotti tipici locali e di visibilità del Marchio collettivo Tuscia Viterbese, aventi anche finalità sociali.

Tra le iniziative di sostegno dell'anno 2009 si evidenzia la compartecipazione alle seguenti manifestazioni:

S. Pellegrino in Fiore, tradizionale evento floreale che arricchisce le vie del centro storico di Viterbo organizzato dall'Ente Autonomo San Pellegrino in Fiore in collaborazione con gli assessorati al Turismo e allo Sviluppo Economico del Comune di Viterbo. In occasione di tale manifestazione, al fine di rafforzare il legame tra eventi e prodotti tipici per rendere più attrattivo il territorio, la Camera di Commercio ha organizzato il percorso enogastronomico **Gustavagando** dove rappresentanti istituzionali, turisti e buongustai hanno apprezzato le prelibatezze dei prodotti tipici di qualità del Marchio Tuscia Viterbese e ammirato le originali produzioni artigianali della ceramica artistica;

Città a Colori, manifestazione di solidarietà organizzata dall'Associazione "Viterbo con Amore" che ha interessato l'intero centro storico e che ha visto ancora una volta protagonisti i prodotti tipici del Marchio Tuscia Viterbese;

Caffeina, iniziativa culturale organizzata nel quartiere S. Pellegrino a Viterbo. Protagonisti i dolci tipici del Marchio Tuscia Viterbese. Infatti, nel corso dei più importanti appuntamenti previsti dalla manifestazione sono state distribuite gratuitamente agli spettatori confezioni di dolci tipici quali tozzetti, ciambelline e biscotti, prodotti con ingredienti della Tuscia viterbese.



Particolare dei leoni della torre – Camera di Commercio di Viterbo

INTERNAZIONALIZZAZIONE: PROIETTARE LE IMPRESE SUI MERCATI ESTERI

La Camera di Commercio di Viterbo attribuisce una valenza strategica alle iniziative a favore delle imprese per la penetrazione dei mercati internazionali; in un contesto globalizzato come quello attuale, infatti, agevolare la presenza sui nuovi mercati può costituire un valido strumento per lo sviluppo delle imprese del territorio interessate.

I servizi offerti dalla Camera di Commercio su tale fronte spaziano dallo **Sportello Regionale Internazionalizzazione-Sprint**, alla presenza attiva sui mercati esteri, in particolare attraverso la partecipazione a **manifestazioni fieristiche**, direttamente o di concerto con l'Unione Regionale delle Camere di Commercio del Lazio, con la Regione Lazio e con altri Enti Locali.

Le manifestazioni fieristiche

La Camera di Commercio gestisce la partecipazione delle imprese locali alle più importanti manifestazioni fieristiche internazionali con il supporto del proprio personale. Nell'anno 2009 vi hanno preso parte 15 imprese.

Partecipazioni di imprese a manifestazioni fieristiche sotto l'egida della Camera di Commercio (2009)			
Fiere	Sede	N. aziende partecipanti	Periodo
Biofach	Norimberga	6	febbraio
Vinexpo	Bordeaux	4	giugno
Anuga	Colonia	5	ottobre

La Camera di Commercio ha inoltre partecipato nell'anno 2009 alle iniziative di sistema promosse da Unioncamere sia divulgandole alle associazioni di categoria, al fine di coinvolgere le loro aziende verso le opportunità di *business* offerte da diverse missioni imprenditoriali (India, Messico e Perù, Turchia, Romania, Serbia, Paesi Scandinavi), sia coordinando la presenza delle imprese ai seguenti eventi:

- Missione in Qatar ed Eau
- Missione in Giappone

Vetrina delle imprese

È stata realizzata on line la Vetrina delle imprese del settore agroalimentare interessate a far conoscere le proprie caratteristiche ed i propri prodotti all'estero contenente informazioni di tipo economico e commerciale e relativa traduzione in lingua inglese.

Sportello Regionale Internazionalizzazione-Sprint Lazio

Presso la Camera di commercio di Viterbo è attivo lo Sportello Regionale Internazionalizzazione-Sprint Lazio, importante riferimento per le piccole e medie imprese che hanno l'opportunità di conoscere e selezionare i mercati esteri di maggior interesse, di individuare le prospettive di investimento e i partner esteri, di conoscere gli strumenti e le agevolazioni comunitarie, nazionali e regionali.

Nell'anno 2009 lo Sportello, oltre a promuovere una serie di eventi, tra i quali il Seminario sui mercati del Sud-Est Asiatico, promosso dalla Camera di Commercio per il Sud-Est Asiatico, ha gestito le procedure propedeutiche alla partecipazione delle imprese locali al progetto di *incoming* di *buyer* e giornalisti del settore agroalimentare dei paesi Scandinavi e Repubbliche Baltiche svoltosi a Roma nei giorni 2-5 febbraio 2010. Ha inoltre gestito n. 66 quesiti in materia di internazionalizzazione, dato che ha attribuito alla Camera di Commercio di Viterbo il primato sul sistema camerale laziale in tale ambito.

N. di accessi/utenti allo Sportello internazionalizzazione suddivisi per le discipline d'interesse

Servizi	N. accessi
Nominativi esteri (servizio banche dati: D&B ecc.)	15
Partecipazione ai seminari e/o convegni	40
Totale accessi/utenti	55

Quesiti richiesti allo Sportello Internazionalizzazione e loro ripartizione per materia

Materie dei quesiti	2009
Ricerca partner	1
Informazioni specialistiche	21
Paesi/settori/mercati	7
Strumenti finanziari per l'internazionalizzazione	1
Fiere all'estero	15
Opportunità di Business	5
Altro	16
Totale quesiti	66

Iniziative seminariali per l'internazionalizzazione

Titolo seminario	Data	N. partecipanti
Incontro formativo "L'export agroalimentare - focus sul mercato USA: opportunità e vantaggi per le PMI del Lazio"	6.05.2009	40
XII Edizione del Workshop Turistico Internazionale Buy Lazio	17.06.2009	11

Certificazione per l'estero

L'attività dello sportello certificativo per l'estero è rilevante per la funzione di garanzia svolta per le imprese della Tuscia attive all'estero.

Atti e certificati per il commercio estero		
	2009	2008
Certificato d'origine	1.007	1.093
Visti di legalizzazione firma	49	46
Visti su fatture	560	660
Rilascio codici meccanografici	10	2
Totale atti e certificati	1.626	1.800

INFORMAZIONE ECONOMICA: CONTRIBUTO AL SISTEMA DELLA CONOSCENZA

La Camera di Commercio svolge un'attività di studi e di rilevazione statistica sull'andamento dell'economia provinciale e la diffonde attraverso i suoi mezzi di informazione, la gestione della biblioteca e l'attivazione di alcune banche dati.

L'attività di studio e informazione è uno strumento fondamentale di programmazione economica, ma si va connotando sempre di più anche come servizio reale alle imprese, poiché la conoscenza è una risorsa strategica per la competitività aziendale: chi conosce il mercato e le opportunità che esso offre ha più *chance* per vincere le sfide e per delineare strategie di sviluppo.

L'attività camerale su questo specifico argomento è inserita in un sistema a rete nel quale sono coinvolte le Camere di Commercio e l'ISTAT; tale connessione attribuisce ai servizi di informazione economica un ulteriore e reale valore aggiunto.

La collaborazione a rete trova applicazioni anche nella predisposizione di servizi informativi innovativi quali il Progetto "Excelsior", sistema informativo che fornisce annualmente indicazioni dettagliate sull'evoluzione del mercato del lavoro, non dal versante dell'offerta, ma da quello della domanda. I dati, le notizie e le informazioni economiche per diventare servizi effettivi non devono solo essere raccolti, ma devono anche essere facilmente accessibili e fatti circolare fra i potenziali utenti. È per questo motivo che sono state introdotte modalità di erogazione tali da favorire una maggiore fruibilità; in particolare, le notizie relative ai servizi camerale, alle novità legislative ed alle iniziative inerenti il sistema delle imprese locali oggetto della rivista mensile edita dall'Ente **Tuscia Economica** vengono trasmesse attraverso *newsletter* telematiche; i rapporti ed i dati economici sono consultabili sul sito istituzionale www.tusciaeconomica.it.

Con riferimento all'anno 2009, analogamente agli anni passati, è stata svolta un'attività di analisi e di monitoraggio delle caratteristiche dell'economia locale nell'ottica

di un processo di apertura verso nuovi mercati. Su tale fronte, nel mese di maggio, è stato presentato il **9° Rapporto sull'Economia della Tuscia Viterbese** nel corso di un Convegno che ha visto la partecipazione di oltre 150 persone.

Il Rapporto ha riguardato l'analisi del contesto socio-economico provinciale e un approfondimento sull'impatto economico-occupazionale del costituendo aeroporto.

Il Rapporto economico è stato pubblicato sul sito *Tusciaeconomica.it* e ne è stata data notizia attraverso la rivista mensile ed altri siti internet gestiti direttamente o indirettamente dall'Ente camerale. Il Rapporto cartaceo è stato inviato a tutte le Camere di Commercio italiane, ai politici locali, alla dirigenza della Pubblica Amministrazione locale, alle Associazioni di categoria, nonché a tutti coloro che ne hanno fatto richiesta per un totale di circa 350 destinatari.

Richieste di informazioni pervenute all'Ufficio Studi e Statistica		
	2009	2008
N. richieste	1.500	1.200

Studi e pubblicazioni per aree tematiche e anni di pubblicazione	
Argomento	Titolo
Rapporti sulla congiuntura	Il Rapporto sull'Economia della Tuscia Viterbese - Polos 2009
Studi e ricerche	Tuscia Economica Rivista semestrale di Economia e tecnica n. 1.2009

La biblioteca

La Camera di Commercio di Viterbo si è distinta, ormai da qualche anno, per il servizio divulgativo offerto tramite la biblioteca camerale, a disposizione del personale e degli utenti per la diffusione di un'informazione specializzata, a carattere giuridico-economico-statistico; a tale proposito è stato strutturato un ambiente adibito a biblioteca multimediale che comprende la biblioteca, integrata da alcune novità.

Le raccolte contenute nella biblioteca sono organizzate in base agli ambiti di interesse correlati all'attività camerale: oltre alle materie che formano apposite sezioni, quale quella giuridica, statistica ed economica, sono state predisposte anche due sezioni trasversali, una storica e una locale.

La biblioteca ha la funzione di centro di documentazione per le imprese, le categorie economiche, gli studenti ed i cittadini interessati.

Sono messe a disposizione circa 6000 pubblicazioni, tra volumi e riviste, catalogati con apposito software applicativo, consultabile on-line.

GOVERNARE IL TERRITORIO: COLLABORAZIONI CON LE ISTITUZIONI LOCALI

La Camera di Commercio è al centro di una rete di alleanze tra tutti i protagonisti dello sviluppo del territorio.

Programmi integrati di sviluppo e di concertazione

I programmi integrati di sviluppo e di concertazione rappresentano una delle linee strategiche della Camera di Commercio di Viterbo per integrare la propria attività con quella di altri soggetti pubblici e privati al fine di conseguire risultati più soddisfacenti ed efficaci. Si tratta di una vera e propria modalità gestionale che facilita la missione dell'Ente di interagire più efficacemente con il sistema delle imprese; in questi anni è fortemente cresciuta la condivisione di programmi ed interventi capaci di integrare funzioni, competenze e risorse finanziarie e di valorizzare maggiormente le tradizionali funzioni cerniera per lo sviluppo locale, superando la logica della centralità, a vantaggio di azioni integrate di sistema, specialmente per il marketing territoriale, l'internazionalizzazione delle imprese, la valorizzazione dei prodotti agroalimentari di qualità, l'assistenza agli sportelli Unici per le attività produttive, i Programmi Leader, i Patti territoriali.

Piani di Sviluppo Locale

Nel corso dell'anno 2009 la Camera di Commercio ha assunto un ruolo attivo nella promozione delle attività che hanno condotto nel mese di ottobre alla costituzione di due GAL "Etrusco Cimino" e "In Teverina" favorendo la partecipazione di tutte le Associazioni di categoria, in modo da garantire la massima rappresentanza del mondo imprenditoriale per un'opportunità che coinvolge l'intero sistema economico. La progettazione sviluppata dai GAL della Tuscia Viterbese punta soprattutto sulle produzioni di eccellenza tra cui nocciola, castagna e vino, ma anche sulla diversificazione del settore agroalimentare di qualità per favorire lo sviluppo turistico e territoriale.

57

INFRASTRUTTURE: FAR MUOVERE E CRESCERE LA COLLETTIVITÀ

Una rete infrastrutturale efficiente rappresenta un *asset* importante per accrescere la competitività delle imprese e del territorio, in quanto agevola le comunicazioni e gli scambi. La Camera di Commercio di Viterbo contribuisce al potenziamento delle infrastrutture della provincia attraverso le proprie partecipate riportate di seguito.

- **Tuscia Expo** ha per oggetto la realizzazione, l'organizzazione e la gestione di un sistema fieristico-espositivo, congressuale e di servizi per la commercializzazione di beni e servizi.
- **SAVIT SpA** è stata costituita nel 2001 fra la Camera di Commercio, il Comune e la Provincia di Viterbo avendo come obiettivo lo sviluppo, la progettazione, la realizzazione, l'adeguamento, la gestione, la manutenzione e l'uso degli impianti o delle infrastrutture per l'esercizio dell'attività aeroportuale.

- **Centro Ceramica di Civita Castellana** si occupa di:
 - promozione di programmi di ricerca per facilitare l'acquisizione, la diffusione e l'applicazione delle innovazioni tecnologiche da parte delle imprese associate
 - promozione dell'attività di vendita dei prodotti mediante appropriate ricerche di mercato, organizzazione e partecipazione a manifestazioni fieristiche, svolgimento di campagne pubblicitarie ed ogni altro mezzo promozionale ritenuto idoneo
 - consulenza tecnico-organizzativa alle imprese associate
 - sviluppo di iniziative per stimolare e migliorare la formazione professionale di coloro che sono e saranno addetti al settore
 - organizzazione inerente la acquisizione di materie prime e semilavorati da parte delle aziende associate
 - promozione e organizzazione di qualsiasi altra attività economica e produttiva nell'interesse delle aziende associate e dell'intero comprensorio della ceramica di Civita Castellana.
- **Monti Cimini SpA** è la società a partecipazione mista, promossa dall'Assessorato all'Agricoltura della Regione Lazio e dall'Arsial, per la gestione dell'impianto di trasformazione delle nocciole di Vignanello. Per i produttori, grazie alla Monti Cimini SpA, si aprono nuovi segmenti di mercato come quello dell'industria dolciaria, particolarmente interessata a nocciole sgusciate e tostate. Una diversificazione che in prospettiva potrebbe limitare i rischi legati alle fluttuazioni dei prezzi all'ingrosso, oltre ad aprire interessanti prospettive in termini di marketing territoriale".
- **Parco Scientifico e Tecnologico dell'Alto Lazio** è il sistema stabilmente organizzato sul territorio collegato da una parte con Università, Istituti di formazione secondaria superiore e Centri di ricerca e dall'altra con il sistema territoriale dell'impresa e della Pubblica Amministrazione. Oggetto precipuo dell'attività è " lo sviluppo delle attività di promozione, progettazione ed attuazione, connesse con i programmi ed i progetti di ricerca applicata, sviluppo precompetitivo, innovazione, trasferimento tecnologico, formazione, servizi innovativi, *spin off*, ovvero scorporo di attività di un'impresa finalizzato alla creazione di una nuova impresa ed incubazione tecnologica d'impresa, a supporto del sistema produttivo e della Pubblica Amministrazione".

ALTRE AZIONI PER LA COLLETTIVITÀ

L'ambiente

Per semplificare gli obblighi amministrativi delle imprese in materia ambientale, la legge n.70 del 1994 ha introdotto il Modello Unico di Dichiarazione Ambientale (MUD). Il Modello contiene tutte le informazioni su rifiuti e imballaggi prodotti, gestiti e smaltiti. Alla Camera di Commercio compete la ricezione, l'istruttoria e la gestione dei dati contenuti nella dichiarazione.

Servizi per l'ambiente		
	2009	2008
N. dichiarazioni MUD presentate	2.381	2.366
- di cui in modalità informatica/telematica	1.794	1.738
- di cui in modalità cartacea	587	628

AGIRE IN RETE: INIZIATIVE CONDIVISE CON IL SISTEMA CAMERALE

Anticipando le contemporanee istanze di decentramento e sussidiarietà, le Camere di Commercio italiane hanno adottato un sistema a rete su più livelli, che permette a esse di svolgere sia le funzioni istituzionali previste dalle legge, grazie alla propria completa autonomia, sia di declinare su scala locale gli indirizzi strategici previsti dalle Unioni Nazionale e Regionale. In questo modo si attua un armonico contatto fra centro e periferia al fine di conseguire il più possibile efficacia efficienza ed economicità delle azioni.

In più ogni Camera contribuisce al funzionamento del sistema mediante il versamento annuale dei contributi, svolgendo in questo modo anche un'azione solidaristica. Le tabelle successive ricapitolano l'entità delle partecipazioni della Camera di Commercio di Viterbo alla rete del sistema camerale nell'ultimo biennio.

Le partecipazioni della Camera di commercio al sistema camerale		
Quote associative	2009	2008
Fondo perquativo	173.814,63	159.931,12
Unione Nazionale	172.734,59	163.704,11
Unione Regionale	153.765,92	154.314,93
Associazione interregionale	4.299,87	4.493,89
Retecamere	970,67	616,78
Universitas Mercatorum	4.080,00	4.080,00
ISNART	1.000,00	1000,00
Infocamere	14.767,00	-
Totale	525.432,68	488.140,83

Valori espressi in Euro

SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE DELLA CAMERA

Dopo un esame quantitativo del personale della Camera di Commercio di Viterbo, occorre puntare l'attenzione sui sistemi di valorizzazione e di sviluppo, di progressione di carriera, di formazione.

La gestione del personale interno

La politica di gestione del personale adottata dalla Camera di Commercio è orientata ad adattare la propria struttura organizzativa alla natura di azienda pubblica erogatrice di servizi in conformità al ruolo che gli interventi normativi richiedono alle Camere di Commercio in termini di sviluppo dei criteri quali la **flessibilità, modernità e professionalità**.

Il personale viene orientato sempre più in un logica di servizio alle imprese e ai consumatori di tipo aziendalistico. Accanto a conoscenze di tipo amministrativo e normativo, vengono sviluppate competenze specialistiche, capacità di programmazione, abilità relazionali, capacità di ascolto del mercato, orientamento al risultato e al raggiungimento degli obiettivi. L'obiettivo è quello di fornire risposte rapide e concrete ai bisogni ed alle necessità emergenti dal sistema imprenditoriale e dal territorio: per fare questo occorre un'organizzazione dalla struttura più flessibile ed orientata alla performance, che superi logiche di carattere burocratico.

Il personale rappresenta il **principale stakeholder** per affermare il ruolo che l'Ente intende svolgere, in quanto è proprio dalla capacità di programmazione e di allineamento funzionale delle risorse umane ai nuovi scenari che la Camera può rispondere in maniera sempre più efficace ai bisogni del territorio ed alle evoluzioni normative.

Tra i dati più significativi in materia di gestione del personale si rileva nel biennio 2008 -2009 un incremento delle quote medie di produttività pari al 15%. Il sistema di valutazione mira ad attribuire in modo selettivo e secondo i risultati accertati dal sistema permanente di valutazione i compensi correlati al merito, all'impegno individuale ed al conseguimento degli obiettivi assegnati.

La responsabilità della valutazione compete ai Dirigenti, coadiuvati dai Responsabili di Servizio.

Significativa è l'assenza di contenziosi con il personale in servizio. Le relazioni sindacali, infine, non sono solo un obbligo di legge ma anche un'importante modalità di gestione delle risorse umane perché permettono di conciliare gli obiettivi aziendali con le istanze dei singoli dipendenti. A partire dalla normativa nazionale, il contratto integrativo locale fissa le modalità relazionali da seguire:

- **informazione**, di carattere generale, sugli atti relativi al rapporto di lavoro
- **concertazione**, in appositi incontri per un confronto delle parti
- **contrattazione decentrata**, sulle materie indicate dal CCNL. Questo sistema si basa su una serie di incontri fra le parti su vari temi, quali l'utilizzo delle risorse per il trattamento accessorio del personale, i sistemi di incentivazione della produttività, i criteri di sviluppo economico nelle categorie professionali, la formazione, i processi occupazionali, il miglioramento dell'ambiente di lavoro

Dati generali sulla gestione del personale interno	
	2009
Quota media di retribuzione (euro)	23.080,00
Quota media di produttività (euro)	4.329,88
N. progressioni orizzontali	9
N. richieste di trasferimento ad altre amministrazioni	0

La formazione delle risorse umane

Il tema dell'aggiornamento professionale risulta un fattore strategico per il miglioramento dell'azione amministrativa della Camera di Commercio di Viterbo, al fine di rendere i servizi erogati sempre più aderenti alle esigenze dell'utenza. In questa direzione, l'Ente adotta annualmente uno specifico "Piano di Formazione" che, coerentemente agli obiettivi strategici delineati, si sviluppa nelle seguenti aree di intervento:

- Formazione relativa ai sistemi di comunicazione e di relazione
- Formazione al ruolo finalizzata alla fidelizzazione
- Formazione professionale sul lavoro e sviluppo delle competenze
- Formazione per gestire e governare
- Formazione per crescere ed innovare

Dati sui corsi di formazione per il personale della Camera di commercio		
	2009	2008
Risorse investite nella formazione interna (euro)	35.406	40.604
N. Corsi	84	68
N. Partecipanti	225	223
N. Risorse umane coinvolte nelle attività formative	35	56
N. Ore di formazione	1.252	883

Aree tematiche dei Corsi di formazione del personale interno della Camera di Commercio						
Area tematica	2009			2008		
	Numero di Partecipanti	Numero di Giornate	N. Corsi	Numero di Partecipanti	Numero di Giornate	N. Corsi
Giuridica e normativa generale	2	1	1	3	4	3
Organizzazione e personale	0	0	0	130	19	14
Manageriale	0	0	10	3	3	3
Comunicazione	59	3	2	17	6	4
Economia e finanza	6	7	4	5	5	3
Controllo di gestione	11	3	2	13	6	3
Informative e telematica	4	8	4	0	0	0
Linguistico	10	8	1	0	0	0
Tecnico-specialistica	132	98	69	45	44	38
Totale	224	128	93	216	87	68

Il benessere organizzativo

La Camera di Commercio di Viterbo ha realizzato nell'anno 2009 una indagine sul personale dipendente al fine di rilevare il grado di benessere organizzativo. L'esigenza di valutare l'impatto che la continua riorganizzazione del lavoro ha non solo sulla struttura, sulle procedure e sui servizi agli utenti, ma anche sull'immagine, sul clima relazionale e sui valori adottati, risponde agli orientamenti della recente normativa in materia di ottimizzazione della produttività del lavoro pubblico e di efficienza e trasparenza delle Pubbliche Amministrazioni. Tali orientamenti prevedono infatti la realizzazione di indagini periodiche volte a rilevare il benessere organizzativo, il grado di condivisione del sistema di valutazione e la valutazione dei propri superiori.

L'analisi è stata affidata a una società esterna con esperienza nel settore al fine di approfondire i punti di forza dell'Ente camerale e delle aree suscettibili di miglioramento. Il questionario, sottoposto in forma anonima al personale, si è basato sul modello EFQM (European Foundation quality Management), che permette di rilevare informazioni in merito alle seguenti aree di indagine:

- soddisfazione delle persone verso l'Ente
- lavoro in sé
- management
- condizioni di Lavoro
- comportamenti orientati alla soddisfazione dell'utente
- comunicazione
- valori

Rispetto agli *items* proposti è stata richiesta una duplice valutazione inerente:

- la situazione attuale, quanto cioè si ritiene vero o falso il contenuto nella propria situazione di lavoro
- il grado di importanza assegnato al contenuto rispetto alla propria soddisfazione nel lavoro

Sulla base della valutazione espressa in relazione alla situazione attuale, i rispondenti sono stati suddivisi in due differenti *cluster*: “insoddisfatti”, persone che si dichiarano scontente (e chiedono di veder cambiare le cose) e “soddisfatti”, coloro che mostrano di trovarsi bene in Camera di Commercio e di apprezzarla. Considerando per ogni dimensione la distribuzione percentuale dei soddisfatti, è stato possibile individuare:

- Area di piena soddisfazione: rispondenti soddisfatti >74%;
- Area di media soddisfazione: rispondenti soddisfatti tra il 50% e il 74%
- Area di bassa soddisfazione:rispondenti soddisfatti: <50%

I risultati dell’indagine sono stati presentati al personale nei primi mesi dell’anno 2010.

La partecipazione alla rilevazione è risultata adeguata (76%), allo scopo di dare un quadro esaustivo del clima generale nell’Ente.

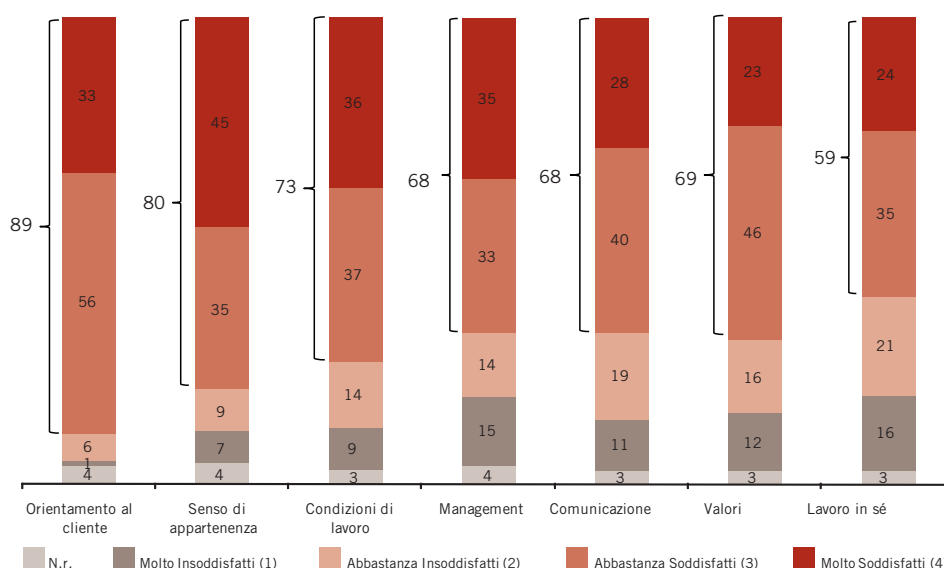
In sintesi, è stata rilevata un’alta soddisfazione per le aree inerenti l’orientamento ai fruitori dei servizi e il senso di appartenenza, una media soddisfazione per tutte le altre aree con la punta più bassa pari comunque al 59% per l’area “lavoro in sé”, comprendente contenuti e riconoscimenti, formazione e sviluppo, opportunità di miglioramento, impegno. Non si sono riscontrate aree di bassa soddisfazione.

Da quanto precede i risultati dell’indagine risultano molto soddisfacenti, tenuto conto, peraltro, che di norma sulla base delle realtà anche camerali già monitorate dalla società cui è stato affidato l’incarico la soglia della elevata soddisfazione è fissata intorno a una percentuale molto più bassa (intorno al 50%): per la Camera di Commercio di Viterbo è stata elevata altrimenti non sarebbe stato possibile individuare aree di miglioramento.

Altro dato interessante emerso è che la tipologia contrattuale (a tempo indeterminato e determinato) differenzia poco le percezioni di clima nella Camera, anzi il personale a tempo determinato assorbe il clima generale, contribuendo, anche se in minima parte, a migliorarlo.

Le azioni di miglioramento ipotizzabili nel breve/medio periodo riguardano il livello organizzativo, puntando su processi di comunicazione degli obiettivi e delle scelte gestionali che favoriscano la costruzione partecipata dei programmi di lavoro.

Risultati dell'indagine sul benessere organizzativo



MODERNIZZAZIONE DELLA STRUTTURA

Tra le priorità strategiche della Camera di Commercio di Viterbo si connota la semplificazione amministrativa, l'innovazione, il miglioramento e la promozione dei servizi. In questo ambito sono state sviluppate specifiche azioni che muovono dalla reingegnerizzazione graduale e informatizzazione dei processi, alla realizzazione di politiche di *e-government*, alla misurazione delle *performance*, all'attivazione di un sistema di gestione delle risorse umane per obiettivi, cui viene correlata la remunerazione degli istituti incentivanti, alla promozione del lavoro di gruppo.

Per quanto concerne la reingegnerizzazione e l'informatizzazione dei processi, si è operato e si opera su più fronti:

- **dematerializzazione dei flussi documentali** attraverso il decentramento, presso ciascun ufficio competente, della protocollazione dei flussi in uscita e la scansione dei flussi in entrata ai fini della gestione di scrivanie elettroniche
- **dematerializzazione dei provvedimenti amministrativi**
- Integrale **informatizzazione delle procedure contabili** (contabilità analitica, controllo di gestione e mandato elettronico) e di gestione del personale sia con riferimento al trattamento giuridico (richieste di autorizzazioni, timbrature, ferie, permessi, missioni, malattie), che al trattamento economico (cedolini relativi agli stipendi)
- **Reingegnerizzazione dei processi di tipo anagrafico-certificativo** (Registro Imprese e altri Albi e Ruoli)

È stato, inoltre, realizzato un sistema informativo interno, tramite la attivazione di una rete Intranet, finalizzato ad implementare l'integrazione tra le attività dei diversi uffici camerali, la condivisione delle strategie dell'Ente, la conoscenza dei documenti inerenti la gestione del personale e le relazioni sindacali, a divulgare la rassegna stampa

(appositamente scansionata) con riferimento alle tematiche di interesse per il tessuto socio-economico locale, nonché a consentire approfondimenti normativi.

Sul fronte della misurazione delle *performance* e dello stato di perseguimento degli obiettivi operativi e strategici sono state avviate le seguenti azioni:

- Definizione di **indicatori gestionali** e di **monitoraggio dei processi** e redazione di una **rendicontazione trimestrale** su supporto informatico
- Realizzazione di **attività propedeutiche alla valutazione strategica**: questionari alle imprese al fine di valutare l'esito del rispettivo coinvolgimento nelle varie iniziative, *focus-group* con imprese su tematiche di specifico interesse, ecc.

Procedure trasparenti per i fornitori

Per svolgere le proprie attività istituzionali, la Camera di Commercio necessita di un costante approvvigionamento di beni e servizi, curato dall'Ufficio Provveditorato. L'Ufficio persegue l'obiettivo di conseguire, attraverso l'applicazione di diverse procedure e forme contrattuali, le migliori condizioni qualitative ed economiche delle forniture, garantendo la massima trasparenza amministrativa.

Tipologia di incarico	
	2009
N. affidamenti di incarico nell'esercizio	57
- di cui N. contratti	4
- di cui N. ordini	53
Valore affidamenti di incarico nell'esercizio (€)	24.631,00
N. gare/esplorazioni di mercato	15
Valore gare/esplorazioni di mercato	1.021,00

Provenienza dei fornitori		
	2009	2008
N. affidamenti di incarico nell'esercizio	57	26
- di cui a Fornitori della provincia	39	21
- di cui a Fornitori di altre province della regione	14	5
- di cui a Fornitori extra-regionali	4	-
Valore affidamenti di incarico nell'esercizio (in euro)	30.935,00	12.074,00
- di cui Valore affidamenti a Fornitori della provincia	3.650,00	7.766,00
- di cui Valore affidamenti a Fornitori di altre province della regione	4.785,00	12.074,00
- di cui Valore affidamenti a Fornitori extra-regionali	22.500,00	-

Albo Fornitori		
	2009	2008
N. soggetti iscritti all'Albo Fornitori	103	113

Pagamento delle fatture

Un elemento importante è costituito dal tempo medio di pagamento delle fatture, misurato dall'intervallo in giorni fra la protocollazione delle fatture e la consegna all'istituto cassiere dei relativi mandati di pagamento. La Camera di Commercio di Viterbo si è impegnata, in particolare in questo periodo di difficile congiuntura, nello **snellimento delle procedure dei pagamenti** ai fornitori al fine di non comprometterne la liquidità delle imprese, per lo più di piccole e medie dimensioni, e non allontanarle dai rapporti con la pubblica Amministrazione.

Tempi di pagamento delle fatture			
		2009	2008
N. fatture totali ricevute da fornitori		937	1.130
- di cui pagate entro 30 gg.		180	241
- di cui pagate tra 30 e 60 gg.		384	467
- di cui pagate tra 60 e 90 gg.		289	188
- di cui pagate oltre 90 gg.		84	234



Allegoria dell'Abbondanza di Publio Morbiducci – Camera di Commercio di Viterbo

COMUNICAZIONE, ATTIVITÀ TRASVERSALE PER GLI STAKEHOLDER

Una comunicazione efficace è fondamentale per rendere riconoscibile la Camera di Commercio come Ente operante sul territorio al servizio delle imprese e del sistema economico in generale, per rendere conto delle attività svolte e fornire informazioni trasparenti e tempestive agli *stakeholder*.

Negli ultimi anni l'Ente ha potenziato e valorizzato la propria **politica di comunicazione** puntando su un approccio più organico, più tempestivo, più completo e più attraente, anche nello stile grafico.

Attraverso la comunicazione istituzionale la Camera di Commercio ha creato un canale permanente con il quale vengono perseguite diverse azioni e finalità, dalla promozione dell'Ente e dei servizi offerti, a quelli di semplificazione e trasparenza amministrativa.

In particolare, la comunicazione istituzionale on-line è divenuta uno strumento strategico per il miglioramento delle relazioni, molto apprezzato dall'utenza, come dimostra il costante incremento del numero delle pagine viste nel biennio.

Per offrire alla collettività uno strumento sempre più fruibile, nel corso del 2009 il sito istituzionale è stato completamente rivisitato con un'ottica particolarmente orientata a stimolare il dialogo e l'interattività con gli interlocutori camerali.

La revisione del sito ha previsto una complessa fase di progettazione da parte del gruppo di lavoro coinvolto che ha interessato sia le nuove modalità di comunicazione sul web (web 2.0) sia le linee guida della comunicazione pubblica, tenendo in costante rilievo la necessità di considerare la Camera di Commercio come un nodo di un più complesso sistema sia locale che nazionale.

Da questa analisi è scaturito un nuovo sito strutturato come un vero e proprio portale, con aree tematiche, *news* informative, agenda con appuntamenti e scadenze ed un accesso facilitato al personale degli uffici. Un modo di concepire il web in linea con i più innovativi indirizzi, tenendo presente i diversi interlocutori, imprenditori, professionisti, rappresentanti istituzionali, studenti e turisti. Per migliorare la fruibilità si è tenuto conto della necessità di strutturare le attività proprie dell'Ente non solo per uffici ma anche per aree tematiche, in modo da dare risalto a quelle che in determinato momento meritino una particolare attenzione. La nuova versione del sito è stata messa in linea nei primi mesi dell'anno 2010 prevedendo un sondaggio sull'indice di gradimento.

Siti camerali		
	Accessi 2009	Accessi 2008
www.vt.camcom.it	44.500	40.100
www.tusciaeconomica.it	41.000	38.200
www.tusciaviterbese.it	152.321	110.000
Sito Azienda speciale CeFAS		
	Accessi 2009	Accessi 2008
www.cefas.org	17.554	18.429

Altri strumenti e canali di comunicazione esterna

Consolidamento della piattaforma di **Customer Relationship Management (CRM)**: il progetto CRM ha l'obiettivo di rendere più efficaci ed efficienti i rapporti tra la Camera di Commercio e i propri clienti, informandoli in modo tempestivo e mirato delle iniziative camerale, in ambito amministrativo e promozionale, aggiornandoli sulle novità normative e procedurali e rendendo maggiormente fruibili agli stessi le informazioni di carattere economico prodotte dall'Ente. Il servizio si basa su una piattaforma informatica integrata e multicanale (posta, fax, e-mail) per gestire le relazioni con professionisti ed imprese, opportunamente individuati per profilo al fine di consentire la segmentazione degli stessi e l'invio di comunicazioni mirate a target differenziati. Il sistema consente, altresì, il monitoraggio nel tempo del rapporto tra la Camera di Commercio ed il singolo utente, di cui vengono registrati, i contatti con l'Ente.

Nell'anno 2009 sono state gestite complessivamente n. 47 campagne per un totale di n. 4300 utenti caricati.

Riviste camerale e Bilancio sociale

Nella rivista **Tuscia economica** sono descritti i servizi camerale e le principali iniziative poste in essere dall'Ente e vengono fornite informazioni su modifiche legislative aventi riflessi sul sistema delle imprese della provincia. La rivista è distribuita mensilmente ad oltre 1700 richiedenti e, per oltre la metà, per via telematica.

Il **Supplemento di Tuscia Economica** è una rivista monografica con cadenza quadrimestrale o semestrale, recante articoli di natura tecnica ed economica riguardanti il territorio provinciale. La rivista nella sua prima parte, a carattere culturale, riporta talora estratti di tesi di laurea discusse nella locale Università, mentre la seconda parte contiene un'approfondita appendice statistica dei dati provinciali messi a confronto con le rilevazioni regionali e nazionali.

Il **Bilancio sociale** è lo strumento di rendicontazione economica e sociale dell'Ente Camerale.

Rafforzamento dei rapporti con i mass-media

Il coinvolgimento dei mezzi di informazione, in quanto valida cassa di risonanza delle notizie e informazioni ad essi affidati, sui temi e sulle iniziative camerale è stato nell'anno 2009 molto elevato ed ha consentito di ottenere dei risultati particolarmente positivi in termini di presenza ed incisività nel tessuto socio-economico della Tuscia.

In dettaglio, nell'anno 2009 i comunicati stampa diramati sono stati 88 mantenendo l'andamento del biennio precedente che presenta una media di 85 comunicati. Sono stati inoltre organizzate n. 3 conferenze con la stampa sui seguenti temi: "Universitas Mercatorum", "Le Feste del Vino della Tuscia", "Le Feste dell'Olio della Tuscia". Sono stati inoltre realizzati n. 10 articoli per quotidiani e riviste, 24 news per il sito Tuscia Viterbese e il widget nell'ambito del progetto inerente le strutture ricettive "Welcome in Tuscia" e rilasciate n. 10 dichiarazioni per testate giornalistiche.

Rivista camerale "Tuscia Economica"	
	2009
Periodicità	mensile
Tiratura (N. Copie)	1.700

Altri strumenti e canali di comunicazione esterna	
	2009
N. Comunicati stampa	88
N. Conferenze stampa	3

Attività dell'URP		
	2009	2008
N. contatti totali	600	300
N. reclami presentati	20	50

GRUPPO DI LAVORO

Project manager

Franco ROSATI

(Segretario Generale Camera di Commercio di Viterbo)

Analisi ed elaborazione documento

Federica GHITARRARI

(Responsabile dello Staff di pianificazione
programmazione e controllo
della Camera di Commercio di Viterbo)

Editing

Luigi PAGLIARO

(Responsabile dell'Ufficio Stampa
della Camera di Commercio di Viterbo)

*Si ringrazia il personale camerale
per il prezioso contributo
alla redazione del documento*

Impaginazione grafica

Claudio Fortugno

Finito di stampare
nel mese di Luglio 2010
presso la tipografia Agnesotti
di Viterbo