



Camera di Commercio  
Viterbo

# **BILANCIO SOCIALE 2007**

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



## **Indice**

<b>Presentazione</b>	4
<b>Introduzione e nota metodologica</b>	5
<b>Il 2007 in cifre</b>	6
<b>L'IDENTITÀ DELLA CAMERA DI COMMERCIO</b>	9
La missione	10
L'assetto istituzionale	11
Visione e strategia	14
L'assetto organizzativo	16
Il sistema macro organizzativo	17
L'azienda speciale CeFAS	18
L'economia della Tuscia Viterbese	19
<b>LA RELAZIONE SOCIALE</b>	25
L'identificazione degli stakeholder	26
La responsabilità in azione: il raggiungimento degli obiettivi	27
<b>SERVIZI AMMINISTRATIVI</b>	30
Il Registro delle Imprese	30
Attività istituzionale in materia di agricoltura	36
I servizi di regolazione del mercato e tutela dei consumatori	39
<b>PROMOZIONE DEL SISTEMA SOCIO-ECONOMICO LOCALE</b>	45
Marketing territoriale e sviluppo locale	45
Internazionalizzazione	50
La finanza per le imprese e l'incentivazione agli investimenti	53
Supporto diretto alle attività imprenditoriali	56
Formazione ed orientamento all'imprenditorialità	58
Studi e informazione economica	60
<b>La Camera di Commercio e l'impegno sociale</b>	64
Infrastrutture a servizio dell'economia locale	64
Il sistema camerale	69
Le risorse umane della Camera di Commercio di Viterbo	72
Modernizzazione della struttura	77
<b>Diamo valore ai nostri valori:</b>	
il Premio Qualità delle Amministrazioni Pubbliche	79
La comunicazione: una funzione strategica della Camera di Commercio	80
Gli obiettivi per il 2008	84
<b>IL RENDICONTO ECONOMICO</b>	87

---

## PRESENTAZIONE

Publicare il **Bilancio sociale** è una scelta strategica di qualità, visibilità e trasparenza che mira a rendere conto ai propri interlocutori degli impatti dell'attività dell'Ente sul territorio, nella loro dimensione economica, sociale e ambientale, aspetti inerenti alle più ampie tematiche della responsabilità sociale di impresa e dello sviluppo sostenibile. Si tratta di un percorso iniziato quattro anni fa con la realizzazione della prima edizione del Bilancio sociale e affrontato con crescente consapevolezza e maturità.

Riteniamo che lo scambio di informazioni sia un elemento determinante in quanto solo attraverso un confronto trasparente e costante con i diversi interlocutori sociali l'Ente può ottenere un successo duraturo nel raggiungimento dei propri compiti istituzionali ed in particolare quello di promuovere il progresso sociale ed economico del territorio, nella convinzione che la crescita e lo sviluppo siano possibili solo nel rispetto delle tipicità locali, della tradizione e di quel bagaglio di saperi innati che affondano le radici nel territorio della provincia di Viterbo, storicamente individuabile nella Tuscia Viterbese.

Il nostro obiettivo è disporre di uno strumento che consenta di valutare il nostro operato, riflettere sugli obiettivi per il prossimo futuro e far conoscere le opportunità offerte sul fronte della competitività, della sostenibilità, dell'innovazione, della semplificazione nell'ottica della creazione condivisa di valore, a favore del territorio.

*Il Presidente*  
**Ferindo Palombella**



## INTRODUZIONE E NOTA METODOLOGICA

Ogni istituzione economica, pubblica o privata, nello svolgimento delle proprie attività, esprime valori e cultura e genera, nel sociale, flussi di scambio quantitativi e qualitativi che spesso non emergono dal Bilancio di fine esercizio.

La scelta di realizzare il Bilancio sociale, un appuntamento annuale per la Camera di Commercio di Viterbo giunto alla quarta edizione, testimonia la volontà dell'Ente di tradurre la rendicontazione sociale in un impegno costante che affianchi e contribuisca a valorizzare gli strumenti programmatici e contabili tradizionali, al fine di dare evidenza alla **responsabilità**, intesa come asset intangibile che identifica quegli elementi che non trovano espressione contabile o quantitativa, ma che costituiscono il reale valore aggiunto prodotto da un'organizzazione.

Il Bilancio sociale rappresenta, infatti, lo strumento di rendicontazione delle attività svolte da una organizzazione nei confronti dei propri portatori di interesse, detti anche **stakeholder**, cioè di coloro che usufruiscono dei servizi forniti dalla Camera di Commercio ed hanno un interesse più o meno diretto riguardo le attività svolte dalla stessa, ed ha l'obiettivo di comunicare e trasferire all'esterno la conoscenza sulla distribuzione del valore sociale prodotto.

Il documento è stato realizzato secondo una metodologia che Retecamere, Agenzia del sistema camerale, ha sperimentato applicando le migliori tecniche, i principi di redazione e le prassi professionali più evolute.

Per quanto riguarda l'articolazione del documento, si è fatto riferimento alla ripartizione nelle seguenti tre sezioni raccomandata dal Gruppo di Studio sul Bilancio sociale (GBS):

- **L'identità della Camera di Commercio**
- **La Relazione sociale**
- **Il Rendiconto economico**

Nella prima parte, "L'identità", viene descritto l'Ente e i suoi organi, il quadro socio-economico della provincia e le politiche di intervento prescelte dalla Camera di Commercio per la sostenibilità dello sviluppo.

La seconda parte – definita "Relazione sociale" – illustra le attività svolte a favore degli stakeholder e il grado di sensibilità sociale dell'Ente nell'individuare le aree di intervento.

Nella terza parte, chiamata "Rendiconto economico", è misurato il valore aggiunto creato e destinato a remunerare gli "Stakeholder".

Analogamente agli anni precedenti, la stesura del documento ha visto il coinvolgimento pieno del personale camerale tutto 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**

---

## **IL 2007 DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI VITERBO IN CIFRE**

Valore aggiunto distribuito agli stakeholder:  
euro 6.840.577,00

### **Il Bilancio**

Proventi: euro 8.853.339,00

Oneri: euro 6.892.794,00

Spese di struttura: euro 2.089.981,00

### **Registro delle imprese**

2.706 iscrizioni, 13.416 modifiche e cessazioni,  
3.845 visure e 7.150 certificati

Totale imprese registrate al 31/12/2007: 38.265

### **Albo delle Imprese artigiane**

826 iscrizioni, 1.575 modifiche e cessazioni

Totali soggetti registrati al 31/12/2007: 8.223

### **Ruoli camerali**

Ruolo Agenti e rappresentanti: 55 iscrizioni

Ruolo Agenti di Affari in mediazione: 63 iscrizioni

Ruolo Periti ed Esperti: 9 iscrizioni

Ruolo Conducenti veicoli: 48

### **Albo Vigneti e Vini DOC**

consistenza iscritti: 1.112

739 ricevute uve DOC

1.174 vigneti accreditati

### **Elenco Vigne e Vini IGT**

consistenza iscritti: 981

924 vigneti accreditati



### **Albo Oliveti DOP Canino**

3 nuove iscrizioni  
consistenza iscritti:1.035  
Ha. 1781.33.40 di superficie totale  
q.li 882,86 di olio extravergine DOP Canino prodotto

### **Albo oliveti DOP Toscana**

25 iscrizioni  
consistenza iscritti:149  
Ha.302.35.93 di superficie totale  
q.li 445,92 di olio extravergine DOP Toscana prodotto

### **Commercio estero**

1.965 atti e certificati

### **Dichiarazioni ambientali**

2.771 modelli

### **Servizio di Conciliazione**

122 iscritti nell'elenco conciliatori  
137 domande presentate  
103 domande concluse

### **Ufficio Metrico**

9 controlli a produzioni ditte orafe  
748 sopralluoghi per verifica periodica  
degli strumenti metrici  
4 nuovi marchi d'identificazione per la punzonatura  
dei metalli preziosi

### **Ufficio Marchi e Brevetti**

11 invenzioni  
7 modelli di utilità  
184 marchi  
10 disegni e modelli  
350 informazioni fornite presso il PIP

### **Registro informatico dei Protesti**

5.878 nominativi presenti e 160 cancellati  
644 ordinanze emesse dall'Ufficio sanzioni

### **Sportello Marchio collettivo Toscana Viterbese**

60 aziende aderenti  
12 disciplinari di prodotti e servizi adottati



### **Mostre e Fiere**

157 presenze di imprese locali registrate nelle fiere nazionali e 35 nelle fiere all'estero

### **Sportello Unico Attività Produttive**

30 Comuni assistiti  
3 iniziative formative realizzate  
235 contatti.

### **Studi e informazione economica**

- Rapporto provinciale sull'economia "Polos 2006"
- 12 numeri della rivista mensile "Tuscia Economica"
- 2 numeri della rivista "Supplemento Tuscia Economica"
- Indagine annuale sul pescato nei laghi e nei bacini artificiali
- Indagine mensile sull'attività edilizia
- Indagine trimestrale delle opere pubbliche
- Indagine annuale sulla grande distribuzione
- Indagine semestrale sulla consistenza del bestiame
- Rilevazione mensile dei prezzi all'ingrosso
- Rilevazione quindicinale dei prodotti petroliferi
- Sistema Informativo Excelsior (Rilevazione dei fabbisogni formativi e professionali delle imprese)
- Osservatorio immobiliare (rilevazione semestrale)

### **Programmi integrati di sviluppo e concertazione**

un vasto programma di collaborazioni con gli Enti ed organismi del territorio

Il valore aggiunto prodotto dalla Camera di Commercio di Viterbo va oltre quanto espresso dal rendiconto gestionale e dal bilancio delle attività e dei servizi svolti.

I risultati conseguiti nel corso del 2007 sono infatti frutto di attività che non trovano adeguata rappresentazione nei tradizionali documenti di rendicontazione. Il reale valore aggiunto prodotto dalla Camera di Commercio di Viterbo consiste innanzitutto nella creazione e diffusione di una cultura dello sviluppo di qualità.

La Camera ha dimostrato di poter essere un concreto punto di riferimento per tutte le forze produttive e sociali della provincia.

A ciò si aggiunge la capacità di essere promotrice e protagonista della crescita, in un quadro strategico e programmatico di lungo periodo, con la vocazione di coniugare tradizione e innovazione.





Camera di Commercio  
Viterbo

## **L'IDENTITÀ DELLA CAMERA DI COMMERCIO**

**La missione, l'assetto organizzativo,  
le attività e le politiche di intervento dell'Ente  
secondo il disegno strategico  
e i valori guida assunti**



## LA MISSIONE

La Camera di Commercio è un ente autonomo di diritto pubblico che svolge compiti di “interesse generale per il sistema delle imprese curandone lo sviluppo nell’ambito delle economie locali” nel quadro dell’ordinamento nazionale ed europeo.

Nell’espletare i propri compiti istituzionali la Camera di Commercio promuove lo sviluppo del sistema delle imprese della circoscrizione provinciale, valorizzando – secondo il principio di **sussidiarietà** – l’autonomia e l’attività delle associazioni imprenditoriali, professionali, sindacati, dei consumatori nonché delle altre formazioni sociali, ferma restando la sua posizione di indirizzo.

Alla Camera di Commercio è riconosciuta potestà statutaria e autonomia regolamentare, finanziaria e amministrativa.

L’autonomia della Camera è di tipo funzionale, riconosciuta in virtù delle funzioni svolte dall’Ente e degli obiettivi assegnati dalla legge. In particolare sono attribuite alla Camera di Commercio:

- **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 per una maggiore conoscenza della realtà socio-economica.

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

## L'ASSETTO ISTITUZIONALE

L'assetto istituzionale della Camera di Commercio è quello delineato dalla legge di riforma, la n. 580 del 1993, che ha sancito l'autonomia giuridica dell'Ente che si sostanzia principalmente nella potestà di dotarsi di un proprio statuto, di emanare regolamenti e di darsi una propria struttura organizzativa.

La Camera di Commercio di Viterbo ha adottato per la prima volta il proprio Statuto il 29.3.2001. Gli organi previsti, peraltro già individuati e disciplinati dalla legge, sono:

- Il Consiglio camerale
- La Giunta camerale
- Il Presidente
- Il Collegio dei Revisori dei Conti.

### Il Consiglio camerale

È l'organo collegiale che esercita la funzione di indirizzo generale della Camera. Nomina gli altri organi e approva i programmi pluriennali ed annuali. È composto da 27 consiglieri rappresentanti dei settori dell'agricoltura, dell'artigianato, dell'industria, del commercio, delle cooperative, del turismo, dei trasporti, del credito e assicurazioni, dei servizi alle imprese, delle organizzazioni sindacali e delle associazioni dei consumatori.



---

#### COMPOSIZIONE DEL CONSIGLIO CAMERALE AL 31.12.2007

---

SETTORE DI APPARTENENZA	CONSIGLIERI
AGRICOLTURA	Petronio Coretti, Daniela Marconi, Carlo Mariotti, Rosato Melaragni, Leonardo Michelini, Giacobbe Tardani
ARTIGIANATO	Ernesto Bruziches, Enio Gentili, Adalberto Meschini, Ferindo Palombella
INDUSTRIA	Roberto Corbo, Marco Giuliani, Goffredo Ricci
COMMERCIO	Antonia Biritognolo, Franco Boccolini, Giovanni Mirulla, Vincenzo Peparello, Gaetano Picchioni
COOPERAZIONE	Massimo Pelosi
TURISMO	Sergio Cesarini
TRASPORTI	Antonio Delli Iaconi, Mario Zucca
CREDITO/ASSICURAZIONI	Mario Guerrini
SERVIZI ALLE IMPRESE	Lorenzo Grani, Roberto Pepponi
ORGANIZZAZIONI SINDACALI	Marco Massera
ASSOCIAZIONI DEI CONSUMATORI	Pietro Vacca

*Nel corso dell'anno 2008 il consigliere Marco Massera, in rappresentanza delle Organizzazioni Sindacali e il consigliere Roberto Corbo, per il settore industria, si sono dimessi e sono stati sostituiti, rispettivamente, da Rosita Pelecca e da Giuseppe Crea.*

#### **La Giunta camerale**

È l'organo esecutivo dell'Ente che dà attuazione al programma pluriennale ed annuale di attività.

È composta dal **Presidente** e da otto componenti, tutti eletti dal Consiglio, di cui almeno quattro devono essere eletti tra i consiglieri nominati in rappresentanza dei settori del commercio, industria, artigianato e agricoltura, uno per ciascun settore.

---

#### COMPOSIZIONE DELLA GIUNTA CAMERALE AL 31.12.2007

---

PRESIDENTE	Ferindo Palombella
VICE-PRESIDENTE	Roberto Pepponi
COMPONENTI	Franco Boccolini, Petronio Coretti, Marco Giuliani, Adalberto Meschini, Vincenzo Peparello, Massimo Pelosi, Giacobbe Tardani

## Il Presidente

Guida la politica generale della Camera come rappresentante legale, assicurandone l'unitarietà di indirizzo politico ed amministrativo.

PRESIDENTE	Ferindo Palombella
------------	--------------------

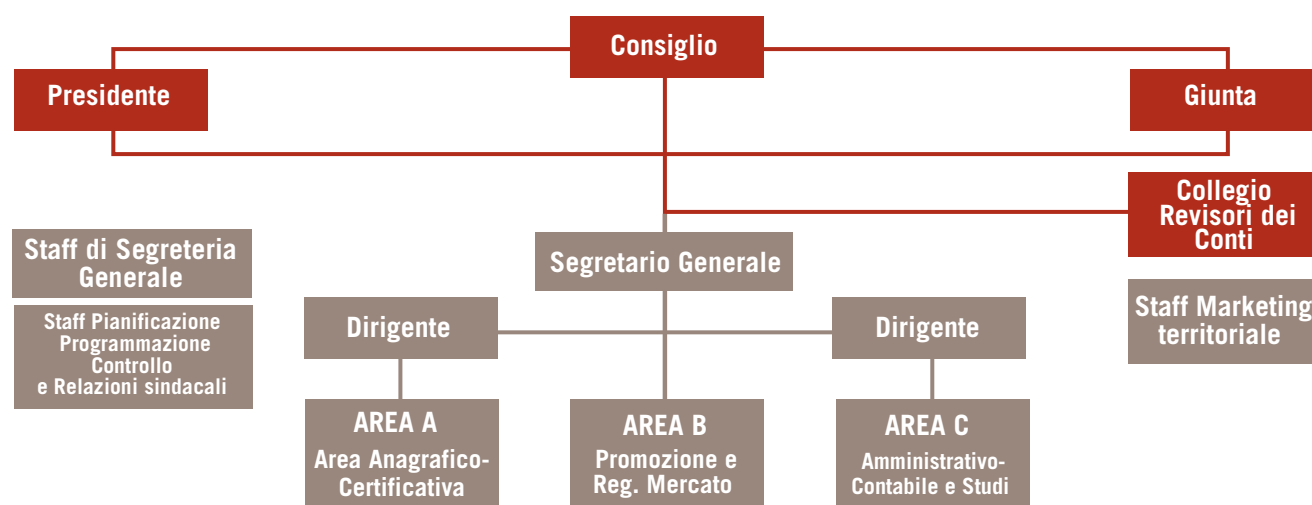
## Il Collegio dei Revisori dei Conti

Anch'esso nominato dal Consiglio, è composto da tre membri effettivi (designati, rispettivamente, dal Presidente della Giunta Regionale, dal Ministero delle Attività produttive, 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 ed attesta la corrispondenza del conto consuntivo alle risultanze della gestione.

### COMPOSIZIONE DEL COLLEGIO DEI REVISORI DEI CONTI AL 31.12.2007

PRESIDENTE	Teresa Romeo
COMPONENTI EFFETTIVI	Andrea Arcangeli, Giovanni Cima
COMPONENTI SUPPLENTI	Lorenzo Ciorba, Roberto Ragonesi





## VISIONE E STRATEGIA

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

Il processo di programmazione strategica ed 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 per i prossimi anni 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: avvio di una politica di valorizzazione e promozione delle produzioni tipiche agro-alimentari attraverso l'acquisizione e la diffusione delle denominazioni di origine comunitaria (DOC, IGT, DOP, ecc) e attraverso l'uso del **Marchio collettivo "Tuscia Viterbese"** creato e gestito dall'Ente camerale al fine di promuovere il territorio e di migliorare la commerciabilità dei prodotti e dei servizi garantendone la qualità ed identificandoli sotto una stessa origine geografica rappresentata dal territorio della provincia di Viterbo;
- **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 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
- Integrazione delle proprie iniziative ed attività con la programmazione e le linee strategiche di sviluppo comunitarie, nazionali e regionali.

#### LA MAPPA DEI VALORI DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI VITERBO



## L'ASSETTO ORGANIZZATIVO

Gli organi statutari della Camera di Commercio di Viterbo sovrintendono ad 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:

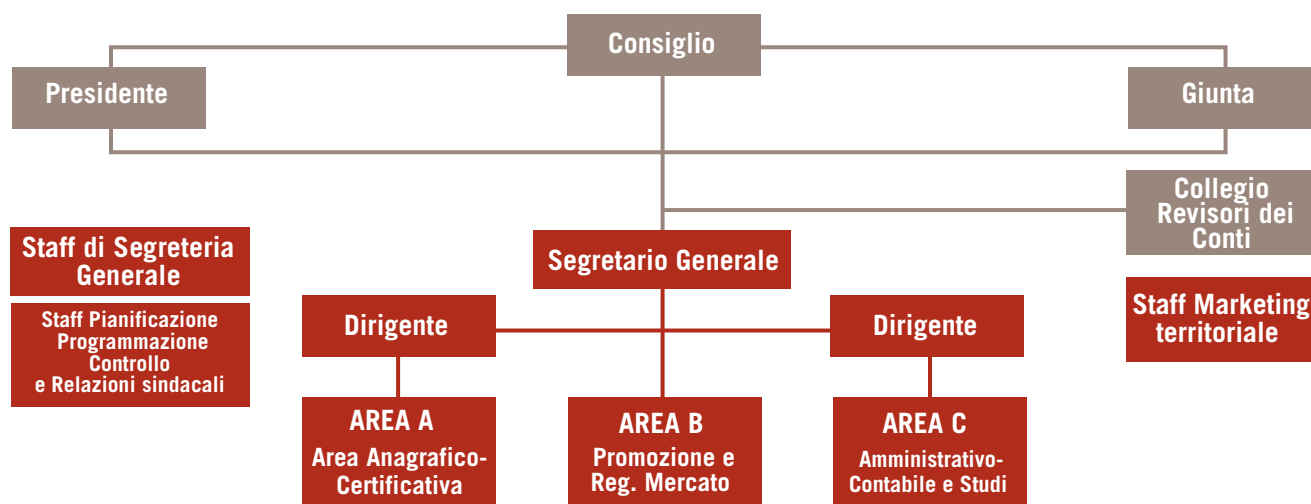
- **Area dirigenziale A - "Area Anagrafico-Certificativa"**
- **Area dirigenziale B - "Area Promozione e Regolazione del Mercato"**
- **Area dirigenziale C - "Area Amministrativo-Contabile e Studi"**

Il Segretario Generale dell'Ente sovrintende all'intera struttura organizzativa e al personale dell'Ente e compie tutti gli atti di controllo, organizzazione e gestione del personale medesimo. L'Area dirigenziale B è posta sotto la sua diretta responsabilità, mentre alle altre due Aree sono preposte altre due figure dirigenziali.

SECRETARIO GENERALE

Franco Rosati

Alle dirette dipendenze del Segretario Generale operano tre uffici di Staff: lo **Staff di Segreteria Generale**, con funzioni di supporto al Segretario Generale stesso ed agli organi camerali; lo **Staff di Pianificazione Programmazione, Controllo e relazioni sindacali**, per l'espletamento di funzioni di programmazione, controllo di gestione e valorizzazione delle risorse umane; lo **Staff di Marketing territoriale** che coordina le politiche di marketing e le attività di comunicazione dell'Ente.





## IL SISTEMA MACRO ORGANIZZATIVO DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI VITERBO

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 ed integrata delle competenze amministrative con le altre istituzioni pubbliche e private operanti sul territorio. In particolare, partecipa a società ed organismi del sistema locale e del sistema camerale.

### LE PARTECIPAZIONI DELLA CAMERA DI COMMERCIO IN SOCIETÀ DEL SISTEMA LOCALE NEL 2007

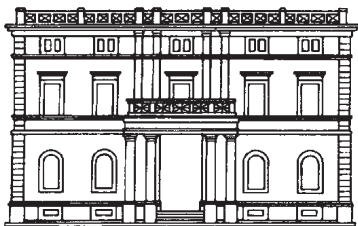
Società autostrada tirrenica Spa	1.265,52
Tuscia Expo Spa	78.573,00
SAVIT Spa	77.049,33
SPAL Srl	6.234,89
Centro Ceramica Civita Castellana	10.921,50
Centro Agroalimentare Srl	2.693,00
Monti cimini Spa	14.715,08
Parco Scientifico e Tecnologico dell'Alto Lazio Soc. Cons. per azioni	31.851,19
Fondazione "Ig Student"	250,00
<b>Totale</b>	<b>223.553,51</b>

*Valori espressi in euro*

### LE PARTECIPAZIONI DELLA CAMERA DI COMMERCIO IN ENTI E SOCIETÀ DEL SISTEMA CAMERALE NEL 2007

Tecnoholding Spa	36.182,41
Infocamere Spa	3.503,91
Retecamere	1.849,09
Agroqualità Srl	3.578,89
Meteora Spa	8.388,45
Università telematica del sistema camerale	3.609,17
ISNART Soc. cons. per azioni	2.059,44
<b>Totale</b>	<b>59.171,36</b>

*Valori espressi in euro*



## L'AZIENDA SPECIALE CeFAS

La Camera di Commercio 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 CeFAS", 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.

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:

- Internazionalizzazione delle imprese e sviluppo di progetti di transnazionalità;
- 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, queste ultime, alle iniziative dello Sportello Tuscia Viterbese, istituito a decorrere dall'anno 2005;
- Iniziative di assistenza tecnica, innovazione e trasferimento tecnologico, ricerca scientifica, consulenza e quanto altro 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.



**AZIENDA SPECIALE  
FORMAZIONE E SVILUPPO  
Camera di Commercio Viterbo**

## L'ECONOMIA DELLA TUSCIA VITERBESE

### Tendenze demografiche

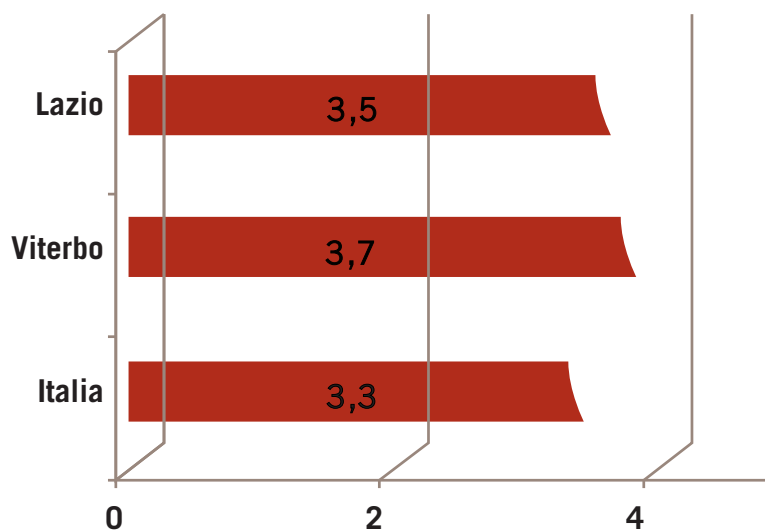
Il territorio presenta una buona crescita demografica (+0,8% nel 2006), addebitabile esclusivamente al movimento migratorio tendenzialmente positivo concentrato sulla migrazione proveniente da Roma, e relativo principalmente a giovani coppie (sud della Provincia) o pensionati (nord della Provincia).

### Valore aggiunto e PIL pro-capite

In termini complessivi la ricchezza prodotta dal territorio cresce ad un ritmo discreto, nel periodo 2004-2007 in crescita, ad un tasso medio annuo del 3,7%, con un ritmo più dinamico sia rispetto a quanto registrato in Italia (+3,3%) che nel Lazio (+3,5%). Ciononostante, il livello di ricchezza procapite è ancora distante rispetto alla media-Italia. Il PIL pro-capite della Tuscia Viterbese è infatti pari all'81,9% della media nazionale, con un gap piuttosto sostenuto ed in leggero peggioramento nell'ultimo biennio, anche a causa di un aumento demografico che nella maggior parte dei casi poco porta in termini di produzione di ricchezza.



**VARIAZIONE MEDIA ANNUA (IN %) DEL PRODOTTO INTERNO LORDO  
A VITERBO NEL LAZIO E IN ITALIA, A PREZZI CORRENTI (ANNI 2004-2007)**



**INCIDENZA DEL VALORE AGGIUNTO A PREZZI CORRENTI (IN %)  
PER SETTORE DI ATTIVITÀ ECONOMICA A VITERBO E IN ITALIA (ANNI 2003-2006)**

VITERBO	2003	2004	2005	2006
Agricoltura	6,2	7,4	6,0	6,6
Manifatturiero	13,3	12,4	12,2	12,1
Costruzioni	5,3	5,4	5,8	5,6
Totale	18,6	17,8	17,9	17,7
Servizi	75,3	74,8	76,1	75,7
Totale economia	100,0	100,0	100,0	100,0

ITALIA	2003	2004	2005	2006
Agricoltura	2,5	2,5	2,2	2,1
Manifatturiero	21,4	21,2	20,6	20,5
Costruzioni	5,6	5,8	6,0	6,1
Totale	27,1	27,0	26,6	26,6
Servizi	70,4	70,5	71,2	71,4
Totale economia	100,0	100,0	100,0	100,0

### **Il riposizionamento delle imprese**

Sul versante delle imprese si sta assistendo ad un riposizionamento quantitativo e qualitativo: diminuiscono le imprese agricole, e, nell'ambito del manifatturiero, le aziende del tessile e dell'abbigliamento, mentre aumenta l'industria alimentare. Perdura, nel contempo, il processo di irrobustimento qualitativo del sistema imprenditoriale, evidenziando un costante incremento del peso delle imprese che operano con forma giuridica di società di capitale, ad un ritmo superiore rispetto alla media Italia, anche se il divario con la media Paese è ancora piuttosto ampio (7,6% il peso delle società di capitale a Viterbo, 14,6% Italia).



### **Commercio estero**

Rimane sempre bassa la propensione all'export (5,1%) della provincia di Viterbo, un livello molto più basso di quanto si riscontra a livello nazionale che ha segnato un indice pari a 23,4. Il dato delle esportazioni del 2007 rispetto al 2006 mostra una leggera variazione negativa (-1,6%), in evidente controtendenza rispetto a quello laziale (+7,6%) e nazionale (+8%). Si sottolinea l'elevato peso ancora detenuto nell'export dai prodotti agricoli (8,5% sul totale) e da quelli della collegata industria alimentare (14,2%), con i primi in crescita nel 2007 ed i secondi in calo. Ottimo il risultato fatto segnare dall'industria della gomma-plastica e dall'industria del mobilio. Tiene anche il comparto della

---

ceramica di Civita Castellana (+0,1%) che assorbe quasi la metà dell'export dell'intera Toscana. L'Europa si conferma il principale mercato di riferimento per le imprese della Toscana, anche se va segnalato il crescente peso che i continenti e le Aree emergenti stanno acquisendo nel commercio internazionale. Si evidenzia infatti un calo dei flussi verso il Vecchio Continente pari al -2,1%, e soprattutto dell'America (-14,5%), mentre si sono registrate variazioni estremamente positive dell'Asia, che ha visto crescere del +24,6% gli acquisti di beni provenienti dalle imprese di Viterbo. In particolare spiccano Aree tradizionalmente attente al marchio "made in Italy" e caratterizzate da una forte crescita, come India e Cina, o da una forte capacità di spesa, come il Medio Oriente (+54,7%). Bene anche l'export verso i Paesi dell'Europa dell'est, con Russia e Polonia in evidenza.

### **Dotazione infrastrutturale**

Secondo l'ultimo dato pubblicato sulla dotazione infrastrutturale, si evidenziano tutta una serie di carenze, partendo dalle reti viarie, che hanno segnato un indice pari a 74,3 (indice Italia=100), alle reti energetiche e ambientali (75,6), alle reti di telefonia e telematica (52,5). Anche sul versante delle infrastrutture non economiche i risultati non sono brillanti; infatti, sia le strutture culturali e ricreative (61,2) che quelle sanitarie (49,2) presentano risultati di gran lunga inferiori alla nazione (100,0); mentre risultano in forte miglioramento quelle dell'istruzione (104,9). Da qui si sente una forte esigenza di migliorare le prossimità logistiche con i principali poli economici del Paese. La realizzazione dell'aeroporto su questo versante porterà indubbi benefici sia



per il cospicuo livello di investimenti che arriveranno sul territorio, sia per quello che comporterà, inevitabilmente, in termini di sviluppo di reti di trasporto e di collegamenti intermodali.

#### INDICI DI DOTAZIONE INFRASTRUTTURALE A VITERBO, NEL CENTRO ED IN ITALIA IN NUMERO INDICE

	Rete stradale	Rete ferroviaria	Impianti e reti energetico-ambientali	Strutture e reti per la telefonia e la telematica	Reti bancarie e di servizi	Strutture culturali e ricreative	Strutture per l'istruzione	Strutture sanitarie	TOTALE
Viterbo	74,3	179,4	75,6	52,5	46,9	61,2	104,9	49,2	71,8
Centro	97,3	122,8	100,8	101,0	112,4	171,3	109,6	108,9	117,2
Italia	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

#### Mercato del lavoro

Il mercato del lavoro appare in forte sofferenza, con un livello del tasso di disoccupazione piuttosto preoccupante (Viterbo 9,6%, Italia 6,1%). A fare le spese di questa scarsità occupazionale sono soprattutto le donne (tasso di disoccupazione femminile pari al 13,6% rispetto al 7,9% del dato nazionale) e coloro che, per difficoltà imprenditoriali, fuoriescono anticipatamente dal mercato del lavoro. La conferma della peculiarità del caso viterbese viene anche dall'analisi del tasso di occupazione: la Tuscia è l'unica, tra tutte le province del Lazio, a presentare un tasso di occupazione in calo tra 2004 e 2007, in controtendenza anche rispetto a quanto registrato nel Paese. Nel dettaglio, il tasso in questione è calato a Viterbo di quasi 3 punti percentuali (pur rimanendo stabile nell'ultimo biennio), lì dove nel Lazio e in Italia è aumentato dell'1,2%, facendo così aumentare il gap tra la provincia viterbese e il resto del Paese.

#### TASSO DI OCCUPAZIONE IN PROVINCIA DI VITERBO, NEL LAZIO ED IN ITALIA (ANNI 2004-2007) VALORI %

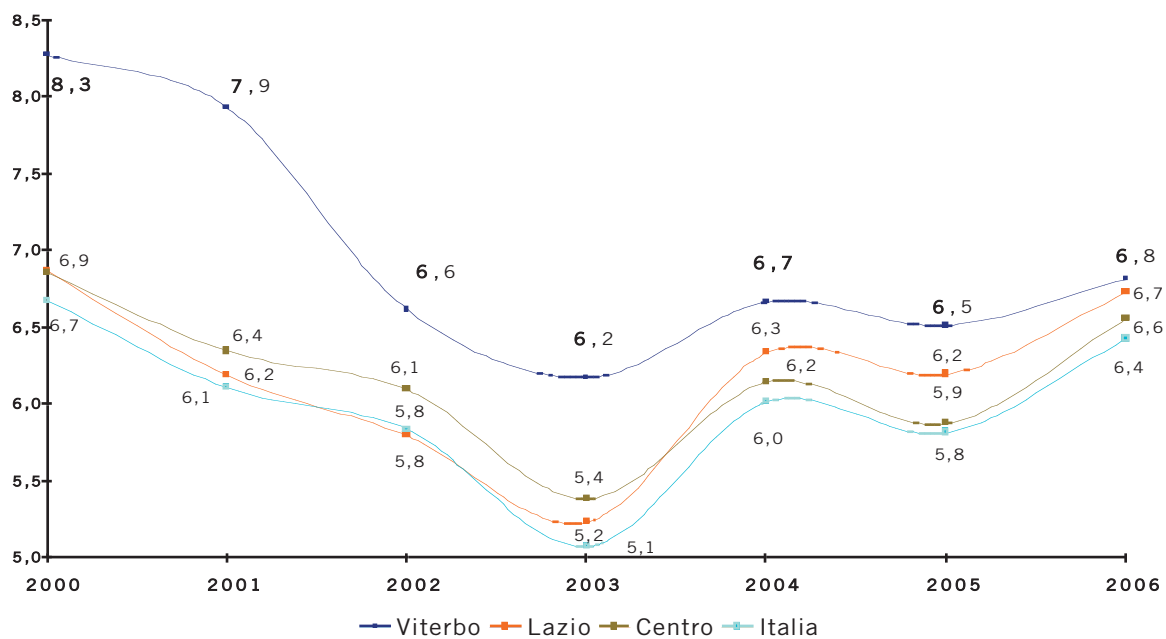
	Tasso di occupazione 15-64 anni				
	2004	2005	2006	2007	differenza ('07-'04)
Viterbo	55,1	52,5	52,4	52,4	-2,7
Lazio	58,5	58,4	59,3	59,7	1,2
Italia	57,4	57,5	58,4	58,7	1,2



## Credito

Il mercato del credito è contraddistinto da un significativo percorso di convergenza verso gli standard nazionali del livello dei tassi di interesse, Viterbo (6,8%), Italia, (6,4%). Questo risultato, indubbiamente positivo, se confrontato con l'enorme divario osservato fino a pochi anni fa, è causato sia da un effetto trascinamento del polo della Capitale, ma anche da un analogo percorso di miglioramento sul versante delle sofferenze. Infatti si è osservata una rilevante diminuzione delle sofferenze bancarie nella Tuscia, con una variazione, nel periodo 2000-2007 (pari al -35,1%), non solo più elevata fra tutte le province laziali, ma notevolmente al di sopra anche della media nazionale. Nonostante ciò, a Viterbo si registra un ritardo non ancora colmato nell'adequamento ai parametri nazionali, con un'incidenza delle sofferenze sul totale degli impieghi bancari superiore al doppio della media nazionale (Viterbo 7,5%; Italia 3,3%).

**SERIE STORICA DEI TASSI DI INTERESSE A BREVE TERMINE A VITERBO, NEL LAZIO, NEL CENTRO E IN ITALIA (ANNI 2000-2006)**





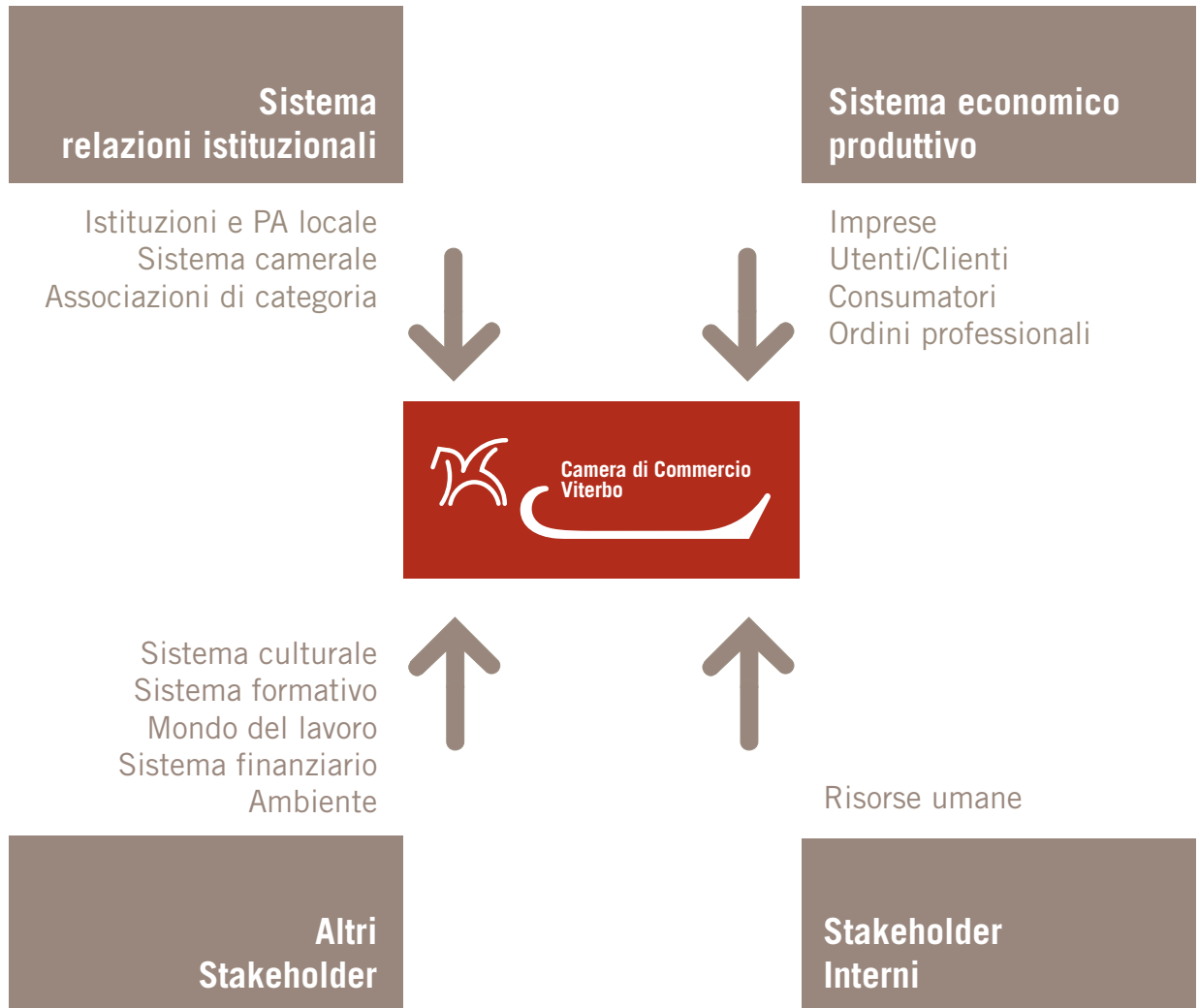


Camera di Commercio  
Viterbo

## **LA RELAZIONE SOCIALE**

**I dati e le notizie significative sugli effetti che l'attività della Camera di Commercio di Viterbo ha prodotto verso tutti coloro che possono vantare interesse nei suoi confronti (stakeholder).**

## L'identificazione degli stakeholder della Camera di Commercio di Viterbo



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.

## LA RESPONSABILITÀ IN AZIONE: IL RAGGIUNTIMENTO DEGLI OBIETTIVI

Con atto del Consiglio n. 33/59 del 25.10.2004 come aggiornato con successivo atto n. 45/83 del 31.10.2006 sono state definite le priorità strategiche e gli obiettivi della Camera di Commercio per il quinquennio 2005-2009:

- **Marketing territoriale**
- **Sviluppo del sistema imprenditoriale locale**
- **Internazionalizzazione**
- **Innovazione e trasferimento tecnologico alle PMI**
- **Diffusione dei Servizi di Regolazione del Mercato e di tutela del consumatore**
- **Semplificazione amministrativa, innovazione, miglioramento e promozione dei servizi del sistema camerale.**

Con delibera della Giunta camerale n. 12/76 del 19.12.2006 sono stati poi assegnati alla dirigenza i risultati da perseguire per l'anno 2007, sulla base delle priorità strategiche sopra elencate.

OBIETTIVI E RISULTATI	STATUS
<b>Marketing territoriale</b>	
1. Marchio collettivo Tuscia Viterbese: definizione di 4 nuovi disciplinari di prodotti e/o di servizi; realizzazione della "Guida 2007 al Marchio collettivo Tuscia viterbese"; implementazione del sito; azioni di promozione e commercializzazione dei prodotti a marchio	✓
2. Azioni di propulsione per la certificazione delle strutture ricettive e della ristorazione con certificazione di alberghi e ristoranti	✓
3. Coordinamento Feste del Vino, della Castagna e dell'Olio	✓
4. Organizzazione della presenza delle imprese locali a manifestazioni fieristiche nazionali con un incremento delle presenze	✓
5. Finanziamenti ai Consorzi di Garanzia Fidi	✓
6. Supporto ed assistenza alle imprese in relazione alla riforma del sistema creditizio	✓
7. Contributi a fondo perduto per la vendita di pacchetti turistici	✓
8. Evento di promozione della Giornata dell'Economia e di presentazione del 6° Rapporto sull'Economia della Tuscia Viterbese	✓
9. Realizzazione di linee editoriali sui prodotti tipici	✓

<b>Sviluppo del sistema imprenditoriale locale</b>	
1. Sostegno e promozione di impresa: affiancamento e assistenza ad almeno 25 imprese; erogazione di 40 giornate di tutoraggio	✓
2. Interventi formativi, in particolare, nei seguenti ambiti: Organizzazione e gestione di impresa; sicurezza sui luoghi di lavoro; valutazione organolettica delle produzioni tipiche locali; aggiornamento delle competenze del settore della P.A. locale	✓
3. Imprenditoria femminile: rinnovo della Convenzione per l'accesso al credito delle imprese femminili a condizioni agevolate; organizzazione di corsi in lingua inglese; partecipazione alla 7 <sup>a</sup> edizione del Workshop Athena a Latina	✓
<b>Internazionalizzazione</b>	
1. Istituzione di una vetrina delle imprese e di un data-base relativo ai potenziali buyers, al fine di creare uno strumento efficace da utilizzare nella definizione di nuovi rapporti di collaborazione commerciale ed industriale	✓
2. Organizzazione di un workshop con gli operatori dell'area tedesca e di un educational con i giornalisti	✓
3. Gestione della presenza delle imprese alle manifestazioni fieristiche all'estero con un incremento del dato delle presenze	✓
<b>Innovazione e trasferimento tecnologico</b>	
1. Messa a frutto dei risultati delle attività implementate nel biennio precedente in collaborazione con l'Università della Tuscia e la società del sistema camerale DINTEC dirette alla creazione, nell'ambito del settore agricolo ed agro-alimentare della Tuscia, di una rete territoriale di bisogni tecnologici delle imprese	✓
2. Erogazione di contributi per l'acquisizione di certificazioni di qualità, di gestione ambientale, di responsabilità sociale, EMAS 2, attestazioni SOA e per la predisposizione del piano di controllo per la produzione di fabbrica	✓
3. Realizzazione di una "Guida pratica al deposito Marchi e Brevetti"	✓
4. Realizzazione di una banca dati sui depositi brevettuali pregressi del settore agroalimentare	✓
5. Servizi a valore aggiunto per le imprese- responsabilità sociale: realizzazione di un'indagine diretta a verificare il grado di conoscenza della responsabilità sociale presso le imprese viterbesi	✓

<b>Diffusione dei servizi di regolazione del mercato e di tutela del consumatore</b>	
1. Azioni di promozione dello strumento della Conciliazione: avvio procedure per la stipula di accordi-quadro con ordini, collegi professionali e associazioni di categoria; conferenza stampa, manifesti, spot radio,tv, incontro con gli alunni del V anno di Istituti superiori, presenza settimanale al Centro Commerciale "Tuscia" in occasione della settimana della Conciliazione	✓
2. Implementazione verifiche metrologiche: target di risultato: 1.150 verifiche annue	✓
<b>Semplificazione amministrativa, innovazione, miglioramento e promozione dei servizi del sistema camerale</b>	
1. Implementazione dei siti istituzionali	✓
2. Realizzazione Bilancio sociale	✓
3. Azioni di promozione dell'uso della PEC	✓
4. Azioni di promozione della "Carta nazionale dei servizi" e delle convenzioni Telemaco pay	✓
5. Realizzazione di una miniguia rivolta agli extracomunitari in collaborazione con il portale "Immigrazione Oggi"	✓
6. Monitoraggio del rispetto dei termini previsti dalla legge per l'evasione dei procedimenti amministrativi	✓
7. Protocollo informatico: scansione documenti in entrata e graduale dematerializzazione dei flussi	✓
8. Recupero definitivo degli arretrati risultanti al 1.1.2007 delle pratiche Registro Imprese inerenti sia il cartaceo sia il telematico, nonché di almeno il 50% dei bilanci sospesi	✓
9. Realizzazione degli interventi strutturali previsti nel piano annuale dei lavori deliberato dalla Giunta camerale	✓
10. Informatizzazione procedure contabili e di gestione del personale: attivazione del mandato e del cedolino elettronici	✓
11. Scarto della documentazione d'archivio inerente il Registro delle imprese con particolare riferimento agli atti societari ed ai bilanci.	✓



## I SERVIZI AMMINISTRATIVI EROGATI DALLA CAMERA DI COMMERCIO

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.

## IL 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), ecc.;
- 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;

- la tenuta e l'aggiornamento del REA (Repertorio Economico Amministrativo) con riferimento sia alle società che alle imprese individuali;
- il rilascio di visure e certificati;
- il rilascio di elenchi degli esercenti attività economiche;
- la bollatura e numerazione dei libri e delle scritture contabili.

Nell'ottica del miglioramento dei servizi all'utenza, nell'anno 2007 sono state intraprese specifiche azioni che hanno affiancato l'attività ordinaria dell'ufficio registro delle imprese, azioni così sintetizzabili:

- ristrutturazione dell'ufficio caratterizzata da un'unificazione dei servizi di sportello per la ricezione delle pratiche cartacee di iscrizione modifica e cancellazione inerenti sia il Registro delle imprese sia gli Albi e Ruoli, in modo da agevolare l'utenza nell'adempimento delle diverse procedure amministrative e garantire la conclusione dei procedimenti nei termini di legge;
- recupero arretrati pratiche telematiche e bilanci telematici e cartacei;
- sistemazione archivio e recupero arretrato archiviazione ottica;
- cancellazione d'ufficio dal registro di 890 imprese individuali e 598 società di persone non più operative ai sensi del DPR 247/2004;
- aggiornamento sito Internet.

#### **L'ATTIVITÀ DEL REGISTRO DELLE IMPRESE**

	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>
Iscrizioni	2.003	1.912	2.706
Modifiche/cancellazioni	7.479	5.533	13.416
Totale imprese registrate al 31 dicembre	39.294	39.610	38.265
Visure Registro Imprese Sportello	5.592	5.647	3.845
Certificati Registro Imprese Sportello	7.130	7.148	7.150

### L'informatizzazione dei servizi

Il Registro delle Imprese della Camera di Commercio è cambiato: tutto il sistema anagrafico dell'impresitoria provinciale è stato informatizzato per essere consultato direttamente dalla propria azienda. Grazie alla firma digitale e attraverso la sottoscrizione di un'apposita convenzione, denominata **Telemaco Pay**, è possibile presentare una pratica alla Camera di Commercio attraverso invio telematico; tutto questo si traduce in maggiore velocità dei processi, riduzione dei costi, riduzione dei rischi di mancata ricezione.

Convenzioni Telemaco rilasciate nel 2007:	82
Convenzioni rilasciate nel triennio 2005-2007:	311

### Business Key

È la pen driver che consente di firmare digitalmente e, attraverso il collegamento on-line, di navigare in Internet in modalità sicura, di consultare il Registro delle Imprese e accedere ai servizi della Pubblica Amministrazione. Dal 2007 la Business Key sostituisce la Smart card e la Carta Nazionale dei Servizi, distribuita dal 2002 a 5.773 tra imprese e professionisti.

#### SMART CARD/CNS ATTRIBUITE AI LEGALI RAPPRESENTANTI DI SOCIETÀ

2002	2003	2004	2005	2006	2007
1.017	2.155	798	688	790	325

### Posta elettronica certificata

Si chiama **Legalmail** il servizio di Posta Elettronica Certificata (PEC) proposto alle imprese dalla Camera di Commercio di Viterbo. Questa modalità di invio sostituisce la raccomandata A/R e sopperisce agli svantaggi della normale posta elettronica, con un abbattimento dei costi del 90%. Al fine di promuovere l'uso di tale strumento è stato realizzato, nel mese di febbraio del 2007, un incontro di presentazione e formazione sull'uso della PEC alle Pubbliche Amministrazioni locali. All'incontro hanno partecipato 40 comuni e l'Amministrazione provinciale di Viterbo. A seguito dell'evento di promozione sono state attribuite 50 Legalmail ad altrettanti Comuni ed 1 Legalmail alla Provincia. Si è provveduto inoltre a creare un indirizzo di posta certificata per il registro delle imprese ([registroimprese.legalmail.it](http://registroimprese.legalmail.it)), da





cui con decorrenza dal mese di aprile sono inoltrate le richieste ufficiali di informazioni e tutte le eventuali segnalazioni di competenza ai Comuni.

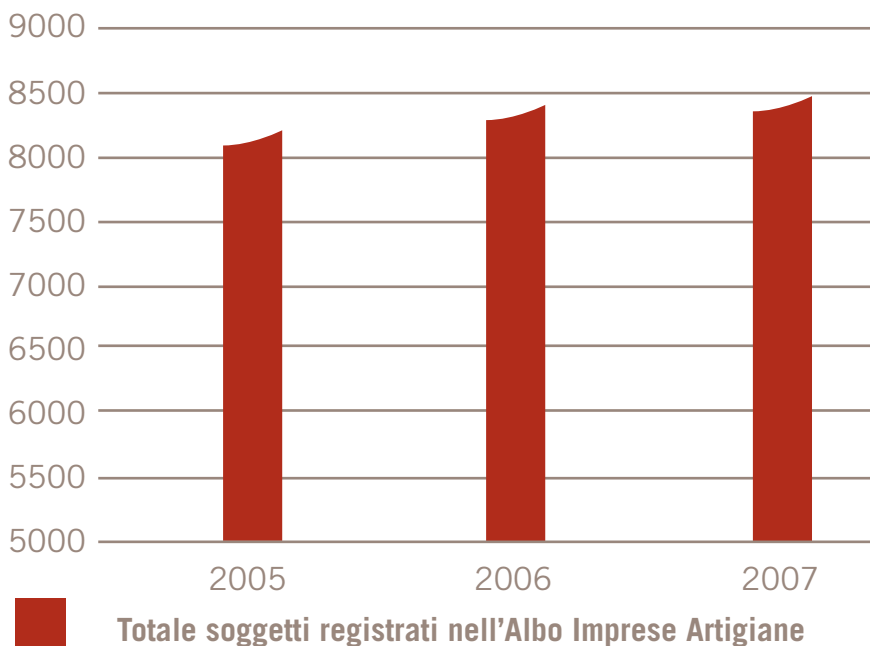
### Albo Imprese Artigiane

La Camera di Commercio di Viterbo, sulla base di una apposita convenzione stipulata con la Regione Lazio, si occupa della gestione dell'Albo delle Imprese Artigiane (AIA). L'iscrizione all'Albo è obbligatoria per tutte le imprese, sia individuali sia società, che presentino i requisiti soggettivi ed oggettivi di "impresa artigiana" ai sensi della legge quadro per l'artigianato n. 443/1985 e della legge regionale 17/1999. L'organo che stabilisce la sussistenza dei requisiti necessari affinché una impresa possa essere definita artigiana, e perciò essere iscritta nel relativo Albo, è la *Commissione provinciale per l'Artigianato* operante presso la Camera di Commercio.

L'Ente camerale provvede, quindi, all'iscrizione, alla variazione e cancellazione delle imprese artigiane operanti nella provincia.

#### ALBO IMPRESE ARTIGIANE

	2005	2006	2007
Iscrizioni	769	794	826
Modifiche/Cessazioni	1.151	1.284	1.575
Totale soggetti registrati nell'Albo Imprese Artigiane	8.192	8.310	8.465



## REGISTRO IMPRESE E ALBO DELLE IMPRESE ARTIGIANE: PRATICHE SUDDIVISE PER MODALITÀ DI PRESENTAZIONE

ANNO	Manuale		Informatica		Altre Modalità		TOTALE	
	n°	%	n°	%	n°	%	n°	%
2005	5.814	34,97	9.201	55,35	1.610	9,68	16.625	100
2006	6.628	38,20	9.407	54,23	1.314	7,57	17.349	100
2007	7.260	32,69	14.402	64,84	548	2,47	22.210	100

### Registri, Albi, Ruoli ed Elenchi

La Camera di Commercio gestisce gli Albi, i Ruoli e gli Elenchi Professionali che raccolgono coloro che sono abilitati allo svolgimento di particolari attività. L'abilitazione è rilasciata da apposite Commissioni di esperti costituite presso la Camera di Commercio.

### ISCRIZIONI NEI RUOLI CAMERALI

	2005	2006	2007
Iscrizioni Ruolo agenti e rappresentanti	44	75	55
Iscrizioni Ruolo agenti d'affari in mediazione	40	47	63
Iscrizioni Ruolo periti ed esperti	4	7	9
Iscrizioni Ruolo conducenti veicoli	38	21	48

### CONSISTENZA ISCRITTI NEI RUOLI CAMERALI (2007)

	Consistenza iscritti
Ruolo agenti e rappresentanti	1.951
Ruolo agenti d'affari in mediazione	511
Ruolo periti ed esperti	168
Ruolo conducenti veicoli non di linea	264



## 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.

### MODELLO UNICO DI DICHIARAZIONE AMBIENTALE

---

	2005	2006	2007
Dichiarazioni gestite con modello cartaceo	701	660	592
Dichiarazioni su supporto informatico	1.614	1.654	2.179
<b>Totale</b>	<b>2.315</b>	<b>2.314</b>	<b>2.771</b>

## Attività certificativa per il Commercio con l'estero

La Camera di Commercio di Viterbo è deputata allo svolgimento di particolari compiti di carattere amministrativo e certificativo in materia di import-export.

I documenti che le imprese provinciali possono richiedere all'Ente camerale sono:

- *numero di posizione meccanografico*, avente funzioni di rilevazione valutaria e statistica;
- *autentica di firme*, necessaria per far valere – su richiesta dello stato straniero – documenti commerciali in genere, come ad esempio le fatture;
- *certificato d'origine comunitaria*, attestante appunto l'origine comunitaria delle merci in esportazione;
- *legalizzazione e visto di documenti*, richiesti da numerosi Paesi esteri per l'esportazione (il visto può essere semplice, per deposito, per conformità, di congruità prezzi su fatture);
- *Carnet ATA*, necessario per l'esportazione temporanea di merci, campioni fieristici e strumenti professionali.

---

## COMMERCIO ESTERO, PRATICHE/CERTIFICATI NEL PERIODO 2005-2007

---

	2005	2006	2007
Certificato d'origine	1.056	1.236	1.031
Visti di legalizzazione firma	292	314	238
Visti su fatture	892	733	691
Carnet ATA	5	5	4
Rilascio codici meccanografici	5	5	1
<b>Totale atti e certificati</b>	<b>2.250</b>	<b>2.293</b>	<b>1.965</b>

### ATTIVITÀ ISTITUZIONALE IN MATERIA DI AGRICOLTURA

La Camera di Commercio di Viterbo cura la gestione di alcuni Albi.

#### **Albo dei Vigneti D.O.C. ed Elenco delle Vigne (IGT)**

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). La provincia di Viterbo è la zona di produzione dei vini "Est!Est!Est!!! di Montefiascone", "Orvieto", "Aleatico di Gradoli", "Vignanello", "Tarquinia", "Colli Etruschi viterbesi", "Cerveteri".

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 produzione, secondo le norme UE, ai fini delle rispettive denominazioni di origine, devono essere sottoposti ad una preliminare analisi chimico-fisica e ad un esame organolettico. L'Ente 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 E VINI DOC

	2007
Consistenza iscritti	1.112
Denunce di produzione uve DOC	739

## COMMISSIONI DEGUSTAZIONI VINI DOC

	2004-2005	2005-2006	2006-2007
Riunioni effettuate	12	11	11
Campioni degustati	58	60	67

### 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 che 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 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.



---

**DOP CANINO**

	2005	2006	2007
Iscrizioni	6	2	3
Consistenza iscritti	1.030	1.032	1035
Olio Prodotto Q.li	950,54	1.470,03	882,86

**COMITATO CERTIFICAZIONE DOP CANINO**

	2007
Riunioni effettuate	9
Campioni certificati	15
Olio Certificato Q.li	882,86
Aziende certificate	11

**DOP TUSCIA**

	Annata 2005-2006	2006-2007
Iscrizioni	80	25
Consistenza iscritti	120	149
Superficie totale Ha	261.84.91	302.35.93
Olio prodotto Q.li	383,55	445,92

**COMITATO CERTIFICAZIONE DOP TUSCIA**

	2007
Riunioni effettuate	6
Campioni certificati	16
Olio Certificato Q.li	445,92
Aziende Certificate	13

**DTP Castagna di Vallerano**

Con D.M. 14.07.2006 è stato riconosciuto alla Camera di Commercio di Viterbo il ruolo di *autorità pubblica* incaricata di effettuare i controlli sulla DTP Castagna di Vallerano. Nell'anno 2007 si è proceduto all'istruttoria e al perfezionamento di 32 domande di assoggettamento di cui 31 castanicoltori e 1 confezionatore.

### **DTP Nocciola Romana**

Il Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali con Decreto del 21.11.2007 pubblicato in G.U. serie generale n. 279 del 30.11.2007, ha riconosciuto la Protezione Transitoria a livello nazionale alla denominazione “Nocciola Romana”, per la quale è già stata inviata istanza alla Commissione Europea per la registrazione come Denominazione di Origine Protetta.

Tale riconoscimento costituisce un ulteriore passo in avanti verso una migliore e più incisiva valorizzazione dei prodotti agroalimentari della Tuscia, in particolare la “nocciola”, prodotto di punta del panorama agroalimentare provinciale. L’Ente camerale ha avviato, quindi, la predisposizione del Piano di Controllo e di tutta la relativa documentazione della Denominazione Protetta, al fine di pervenire alla designazione ministeriale della Camera di Commercio quale Autorità Pubblica di Controllo per la Denominazione Protetta “Nocciola Romana”. Tale designazione si è concretizzata nel corso dell’anno 2008 con l’emanazione da parte del MIPAAF del decreto n.37/80 del 12/5/2008.

### **I SERVIZI DI REGOLAZIONE DEL MERCATO E TUTELA DEI 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 giudiziarie.





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.

Nell'anno 2007 sono stati gestiti, a cura dello Sportello Conciliazione, i contatti con gli ordini, collegi professionali e con le associazioni di categoria per pervenire alla stipula di protocolli di intesa diretti ad incentivare il ricorso a tale strumento di risoluzione alternativa delle controversie. Il dato relativo alle domande di conciliazione è in crescita rispetto agli anni passati; infatti, sono pervenute n. 137 domande a fronte di 74 dell'anno 2006 e 18 dell'anno 2005 e sono state gestite 105 procedure con adesione ed incontro.

#### DOMANDE PER LA RISOLUZIONE DI CONTROVERSIE

	2005		2006		2007	
	Presentate	Concluse con adesione	Presentate	Concluse con adesione	Presentate	Concluse con adesione
Domande	38	18	73	44	137	105

#### PROCEDURE GESTITE

	2005	2006	2007
Procedure attivate	18	73	137
- di cui tra imprese	9	31	47
- di cui tra imprese e consumatori	9	42	90
Procedure concluse con adesione	18	44	105
Valore medio controversie tra imprese	€ 4.156,00	€ 2.707,00	€ 5.673,00
Valore medio controversie tra imprese e consumatori	€ 1.569,00	€ 1.130,00	€ 1.681,00
Iscritti Elenco conciliatori anno 2007:	122		

#### 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) ad 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.

### **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, infatti, informazioni utili di tutti i protesti levati negli ultimi 5 anni 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**

	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>
Nominativi inseriti (numero effetti)	8.289	7.335	5.878
Nominativi cancellati su istanza prima della scadenza quinquennale	653	148	160

### 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 6 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 certificazione per le oltre 15 imprese che commercializzano prodotti petroliferi nella provincia di Viterbo.

#### LISTINI DEI PREZZI CURATI DALLA CAMERA DI COMMERCIO DI VITERBO

Tipo/Titolo listini	Cadenza	Contenuti	Modalità
Prezzi prodotti petroliferi	Quindicinale	Prezzi medi dei prodotti petroliferi	Pubblicazione sul sito Internet della CCIAA di Viterbo
Listino prezzi all'ingrosso	Mensile	Prezzi medi dei prodotti agricoli, alimentari, edilizia industria	Pubblicazione sul sito Internet della CCIAA di Viterbo

### Il controllo metrologico

Per garantire la certezza delle transazioni commerciali ed 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.

## ATTIVITÀ DELL'UFFICIO METRICO

	2005	2006	2007
Controllo produzione ditte orafe	9	7	9
Numero di sopralluoghi presso il domicilio degli utenti per la verifica periodica degli strumenti metrici	665	727	748
Numero marchi d'identificazione per la punzonatura dei metalli preziosi	1	0	4

### La Registrazione di Marchi e Brevetti

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 ad eventuali variazioni delle domande depositate.

Il Punto di informazione Brevettuale, 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. In materia brevettuale, nell'anno 2007 è stata svolta un'attività di ricerca dei depositi pregressi del settore agroalimentare (dal 1982 al 2006) che si è conclusa con la realizzazione di una banca dati; e' stata realizzata inoltre una "Guida pratica al deposito Marchi e Brevetti" stampata nel mese di ottobre. Nell'anno 2007 sono state gestite 184 domande di deposito relative a marchi e 28 domande di deposito relative ad invenzioni, modelli di utilità e disegni ornamentali; il dato relativo ai marchi fa rilevare un



incremento considerevole dei depositi gestiti nell'anno 2006 pari a 127, incremento per lo più riguardante i prodotti agroalimentari, mentre si registra una flessione nell'ambito delle invenzioni e modelli il cui dato nell'anno 2006 era pari a 41. Risultato incoraggiante è il numero crescente della richiesta (circa il 30% dei depositi nazionali) di consulenze per tutelare all'estero, in particolare nella Comunità europea, i marchi nazionali.

#### **ATTIVITÀ DELL'UFFICIO MARCHI E BREVETTI**

	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>Totale</b>
Invenzioni	12	21	11	44
Modelli di utilità	4	10	7	21
Marchi	120	127	184	431
Disegni e modelli	6	10	10	26
Istanze varie	2	6	12	20
Annotazioni	0	2	5	7
Trascrizioni	0	3	2	5
N. informazioni rilasciate presso il PIP	300	350	350	1.000

#### **La tutela del consumatore**

Per garantire e verificare il regolare svolgimento dei concorsi a premi, opera presso la Camera di Commercio un Responsabile della tutela del consumatore e della fede pubblica, che controlla che tutti gli adempimenti di legge siano rispettati. Nel 2007: 5 interventi del Responsabile.

#### **ORDINANZE EMESSE DALL'UFFICIO SANZIONI**

<b>Anno</b>	<b>Ordinanze emesse</b>
2005	760
2006	451
2007	644

## PROMOZIONE DEL SISTEMA SOCIO-ECONOMICO LOCALE

La promozione socio-economica delle imprese della Tuscia Viterbese è il principale obiettivo della Camera di commercio di Viterbo.

In un contesto di Responsabilità anche le attività a sostegno dell'economia locale sono svolte nella consapevolezza degli impatti sociali, ambientali e culturali che generano e nell'ottica di massimizzarne il valore aggiunto per gli stakeholder.

Le attività della Camera di Commercio per supportare lo sviluppo e la crescita del territorio possono essere raggruppate nei seguenti ambiti:

- **Marketing territoriale e Sviluppo Locale**
- **Internazionalizzazione**
- **Finanza per le imprese e incentivazione agli investimenti**
- **Supporto diretto alle attività imprenditoriali, in particolare sul fronte dell'innovazione e della diffusione della responsabilità sociale**
- **Formazione ed orientamento all'imprenditorialità**
- **Studi ed informazione economica.**

## 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 nel corso del 2007:

- Marchio collettivo Tuscia Viterbese;
- valorizzazione dei prodotti tipici locali;
- partecipazione delle imprese locali a manifestazioni fieristiche nazionali;
- Sportello Unico Attività Produttive.





### **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 attualmente gratuita.

La gestione operativa del Marchio è stata affidata dalla Camera di Commercio alla propria Azienda Speciale CeFAS, la quale ha realizzato lo **Sportello "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.

Lo Sportello Tuscia Viterbese ha implementato e sviluppato il sito [www.tusciaviterbese.it](http://www.tusciaviterbese.it). Tale sito ha permesso di collocare on-line le informazioni sull'attività di sportello e la documentazione inerente al Marchio. Nell'anno 2007 si sono registrati 123.695 accessi con un incremento del 73% rispetto all'anno 2006.

Le azioni promosse nell'ambito del Marchio collettivo nel 2007 si sono sviluppate nelle seguenti aree operative:

#### **1. Elaborazione di nuovi disciplinari di produzione**

- Prodotti caseari;
- Vini DOC e IGT della Tuscia Viterbese

È stato elaborato il "Protocollo di intesa tra esercizi commerciali e Camera di commercio per la diffusione dei prodotti a Marchio Tuscia Viterbese" che rappresenta la base per un futuro disciplinare della vendita dei prodotti a Marchio.

#### **2. Certificazione di strutture ricettive e ristorative**

Nell'anno sono stati certificati 8 alberghi e 8 ristoranti.

#### **3. Attività di promozione e comunicazione**

È stata realizzata la stampa di 10.000 copie della "Guida 2007 del Marchio Tuscia Viterbese".

È stata gestita la presenza del Marchio Tuscia Viterbese presso i vari Comuni organizzatori delle Feste del Vino, della

Castagna e dell'Olio affidando ad una società di promozione del territorio l'incarico di presenziare, per conto della Camera di Commercio e del Cefas, con stand appositamente predisposti con vendita e degustazione dei prodotti a Marchio. Inoltre per la promozione dei prodotti e delle aziende licenziatricie, sono state attivate le seguenti iniziative:

- presenza di stand presso la Mostra Convegno sulla pastorizia, svoltasi a Vetralla e presso "Nitriti di Primavera" svoltasi a Tuscania;
- stand di licenziatari in occasione del mercatino dei prodotti tipici e artigianali dell'"Ottava di San Egidio" e in occasione della "Notte bianca" a Roma;
- partecipazione a uno stand in comune con la Coldiretti presso il mercatino dei prodotti tipici in piazza San Carluccio a Viterbo.



Sempre sul fronte della comunicazione, sono stati realizzati materiali e supporti installati negli stand, per conferire loro una maggiore identificazione con il marchio collettivo e la Camera di Commercio, utilizzati nel corso delle Feste della Tuscia Viterbese e di altri eventi territoriali. Sono state inoltre predisposte apposite vetrofanie e indicatori da utilizzare presso i punti vendita dei prodotti a marchio, materiali di promozione diffusi nella provincia ed elaborate inserzioni pubblicitarie veicolate su media locali.

#### **4. Azioni finalizzate a favorire la commercializzazione dei prodotti**

Nel corso dell'anno è stata svolta un'indagine presso le imprese licenziatricie del marchio diretta ad acquisire informazioni circa le attuali modalità di commercializzazione dei prodotti e a verificare la disponibilità delle imprese stesse riguardo un coinvolgimento in un'azione di commercializzazione collettiva nella provincia.

È stato elaborato, d'intesa con la Confesercenti e l'Ascom di Viterbo, un programma di interventi finalizzato ad agevolare la commercializzazione dei prodotti a Marchio.

Sono stati effettuati incontri con gli esercizi commerciali e licenziatari del Marchio per agevolare gli accordi commerciali necessari a stabilire nella provincia una rete stabile di vendita di prodotti. A fine 2007 i punti vendita coinvolti e promossi sono stati 15.



## 5. Prodotti e servizi per i quali si può ottenere la licenza d'uso e relativo disciplinare

- Patata dell'Alto Lazio
- Coniglio Verde Leprino di Viterbo
- Miele e Prodotti Apistici
- Prodotti caseari
- Olio extravergine d'oliva DOP Canino
- Olio extravergine d'oliva DOP Tuscia
- Carni bovine, ovine e suine
- Pasticceria e prodotti da forno
- Ceramiche artistiche
- Alberghi
- Ristoranti

Aziende aderenti al 31.12.2007: 60 alle quali si aggiungono 15 esercizi nella provincia di Viterbo che commercializzano prodotti a Marchio.

### Valorizzazione dei prodotti tipici

La Camera di Commercio di Viterbo ha gestito nell'anno 2007 una serie di iniziative specifiche rivolte alla valorizzazione di prodotti tipici di qualità che si sono concretizzate, in particolare, in due filoni di intervento:

**1. Compartecipazione con Enti locali**, in particolare con i Comuni della provincia, finalizzata alla diffusione dei prodotti attraverso finanziamenti e forme di presenza a valenza comunicazionale in occasione di manifestazioni e sagre, riconducendo ogni iniziativa sotto l'egida del Marchio collettivo Tuscia Viterbese.

**2. "Coordinamento Feste del Vino, della Castagna e dell'Olio".**

L'Ente camerale ha confermato anche per l'anno 2007 l'attività progettuale diretta ad 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. I Comuni protagonisti sono stati complessivamente 19 di cui 7 per le Feste del Vino, 7 per la Castagna e 5 per l'Olio. Facendo leva sulla notevole quantità di persone che amano le tradizioni ed 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.

### 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 predispone un calendario di eventi relativi ai comparti turistico, agroalimentare e artigianale, favorendo condizioni vantaggiose e offrendo assistenza in fiera con proprio personale. Nel 2007 si sono registrate 157 presenze di aziende nelle fiere nazionali.



#### MANIFESTAZIONI FIERISTICHE NAZIONALI 2007

Fiere	Sede	Settore	Aziende partecipanti
Mia	Rimini	Agro-alimentare	10
Bit	Milano	Turismo	9
Globe Roma	Roma	Turismo	5
Cibus	Parma	Agroalimentare	34
Vinitaly	Verona	Agroalimentare	16
Arti & Mestieri	Roma	Artigianato	17
Nitriti di Primavera	Tuscania	Agroalimentare	18
SANA	Bologna	Agroalimentare	6
Buy Lazio	Roma	Turismo	16
Moa Casa	Roma	Artigianato	26



### **Sportello Unico Attività Produttive**

Lo Sportello Unico per le attività Produttive è uno degli strumenti della semplificazione amministrativa, in quanto consente alle imprese di avere un punto di riferimento unico per l'accesso alle informazioni e per la produzione della documentazione riguardante un'istanza che coinvolga diversi soggetti amministrativi.

La Camera di Commercio di Viterbo è stata il soggetto propulsore dell'iniziativa realizzata mediante la propria Azienda Speciale CeFAS, assumendo il ruolo di soggetto coordinatore e organizzatore di un sistema a rete tra gli Enti locali presenti nel territorio provinciale.

L'impegno profuso dall'Ente su tale fronte ha prodotto risultati positivi evidenziati dalla costante attività di formazione, affiancamento ed assistenza agli Enti locali ed ai soggetti coinvolti (30 Comuni della Tuscia assistiti su un totale di 36); il dato relativo ai contatti allo Sportello nell'anno 2007 rileva un incremento rispetto al biennio precedente: i contatti sono stati infatti 235 a fronte di 214 dell'anno 2006 e 194 dell'anno 2005.

### **INTERNAZIONALIZZAZIONE**

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 Internazionalizzazione" gestito tramite una struttura dedicata quale l'Azienda Speciale, alla presenza attiva sui mercati esteri, in particolare attraverso la gestione di incontri internazionali e 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 2007 vi hanno preso parte 35 imprese.

## MANIFESTAZIONI FIERISTICHE ALL'ESTERO NEL 2007

Fiere	Sede	Settore	Aziende partecipanti
Expo Food Italy	Shanghai	Agroalimentare	11
Tema	Copenhagen	Agroalimentare	7
Seoul Food & Hotel	Seoul	Agroalimentare	4
Fancy Food	New York	Agroalimentare	6
Anuga	Colonia	Agroalimentare	7

### Workshop ed Educational Tour

Al fine di favorire la penetrazione delle imprese locali nei mercati esteri la Camera di Commercio di Viterbo organizza incontri con operatori economici esteri (buyer) interessati ad importare i prodotti italiani nei loro Paesi. Nell'anno 2007 è stato realizzato un workshop nell'ambito del settore agro-alimentare con gli operatori dell'area tedesca unitamente ad un educational tour rivolto a giornalisti di testate estere. In occasione del workshop si è tenuto un seminario gratuito di formazione delle aziende locali per la partecipazione sia al mercato dell'area tedesca/austriaca, sia al workshop. Le imprese locali partecipanti sono state circa 70, i buyer 9 ed i contatti registrati sono stati 180. I risultati dell'iniziativa sono stati oggetto di uno specifico focus-group con le imprese partecipanti, dal quale è emerso un considerevole apprezzamento circa l'organizzazione e l'adeguatezza dell'evento alle aspettative delle imprese, anche in termini di conclusione di affari, l'interesse delle stesse a partecipare ad iniziative analoghe per gli anni futuri, la necessità di gestire workshop differenziati a seconda della tipologia di prodotto, l'opportunità di selezionare altre aree di mercato oltre a quello tedesco.



### Vetrina delle imprese

Nell'anno 2007 è stata realizzata una "vetrina virtuale" delle imprese del settore agro-alimentare 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 tedesca. La vetrina delle imprese è operativa su spazio web dall'anno 2008.



### **Sportello per l'Internazionalizzazione**

Lo Sportello per l'Internazionalizzazione della Camera di Commercio fornisce supporto alle imprese che vogliono operare sui mercati esteri. Lo Sportello è parte integrante della rete Globus, una piattaforma multiterritoriale del sistema camerale che raccoglie i servizi di assistenza e informazione alle imprese. Attraverso lo Sportello è possibile conoscere e selezionare i mercati esteri di maggior interesse, individuare le opportunità di investimento ed i partner esteri, conoscere gli strumenti e le agevolazioni comunitarie, nazionali e regionali.

#### **ACCESSI ALLO SPORTELLO PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE SUDDIVISI PER LE DISCIPLINE D'INTERESSE**

SERVIZI	2007
Legislazione europea (comprensiva della normativa doganale e della normativa tecnica)	1
Appalti pubblici	4
Finanziamenti (comunitari, nazionale, regionale)	7
Cooperazione transnazionale	3
Nominativi esteri (servizio banche dati)	-
Partecipazione ai seminari e/o convegni	6
<b>Totale accessi</b>	<b>21</b>

#### **QUESITI RICHIESTI E LORO RIPARTIZIONE PER MATERIA ALLO SPORTELLO INTERNAZIONALIZZAZIONE**

MATERIE DEI QUESITI	2007
Ricerca partner	1
Informazioni specialistiche	4
Paesi/settori/mercati	7
Fiere all'estero	3
Opportunità di Business	-
Altri tipi di informazione	6
<b>Totale dei quesiti</b>	<b>21</b>

#### IL DATABASE DEL PORTALE

ANNO	AZIENDE INSERITE NEL DATABASE	AZIENDE DOTATE DI INDIRIZZO DI POSTA ELETTRONICA
2005	650	650
2006	690	690
2007	700	700

#### PROFILO UTENZA DELLO SPORTELLO INTERNAZIONALIZZAZIONE

TIPOLOGIA UTENZA	2007
Aziende attive	44
Aziende in fase di costituzione	2
Consulenti e studi privati	2
Associazioni di categoria e professionali	0
Istituzioni pubbliche	2
Altro (Scuole, provveditorato, cittadini, etc)	0
<b>Totale</b>	<b>50</b>



#### Euro Info Centre (EIC)

L'Eurosportello rappresenta il punto di riferimento per quanto riguarda le informazioni sul Mercato Unico Europeo e i programmi comunitari.

L'EIC di Viterbo è parte integrante di un network creato dalla Commissione europea e fornisce servizi di informazione sui programmi e la legislazione, consulenza per l'accesso a fondi strutturali e di finanza agevolata e il supporto per la partecipazione ad appalti internazionali e ai programmi di cooperazione. Nel 2007 sono state diramate in sinergia con lo Sportello Internazionalizzazione 5 newsletter e 13 infonews.

#### LA FINANZA PER LE IMPRESE E L'INCENTIVAZIONE AGLI INVESTIMENTI

La Camera di Commercio esercita un'attività di supporto finanziario volto a favorire lo sviluppo delle piccole e medie imprese attraverso tre linee di azione:

- la concessione di contributi indirizzati ad agevolare la ricerca e l'applicazione di sistemi gestionali e produttivi più efficienti ed innovativi;



- la concessione di contributi a fondo perduto per la realizzazione di pacchetti turistici;
- il sostegno ai Consorzi di Garanzia Fidi della provincia.

### **Certificazioni di Qualità, Ambientali e Responsabilità sociale**

La Camera di Commercio sostiene ed 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 ad oggi sono state finanziate oltre 300 domande per un totale di circa un milione di euro.

#### **INCENTIVI EROGATI NELL'ANNO 2007**

<b>TIPO INCENTIVO</b>	<b>IMPRESE BENEFICIARIE</b>	<b>IMPORTO</b>
ISO	20	€ 81.496,20
SOA	33	€ 64.405,58
ISO 14001	2	€ 10.000,00
FPC	2	€ 1.600,00
SAI SA 8000:2001	1	€ 3.828,40
<b>Totali contributi</b>	<b>58</b>	<b>€ 161.330,18</b>

### **Contributi a fondo perduto per la realizzazione di pacchetti turistici**

Le aziende che svolgono attività tra cui la gestione di strutture ricettive come alberghi, agriturismi e campeggi possono beneficiare di contributi a fondo perduto per l'organizzazione di pacchetti turistici per gruppi. I requisiti di ammissibilità, le modalità di presentazione delle domande e di erogazione del contributo camerale sono disciplinati in uno specifico Regolamento adottato dalla Camera di Commercio.

#### **CONTRIBUTI PER PACCHETTI TURISTICI EROGATI NELL'ANNO 2007**

<b>IMPRESE BENEFICIARIE</b>	<b>IMPORTO</b>
19	69.999,63

*Valori espressi in Euro*

### Supporto ai Consorzi Fidi della provincia e accesso al credito

La Camera di Commercio di Viterbo eroga contributi ai Consorzi Fidi della provincia, organismi costituiti per offrire una garanzia accessoria alle imprese associate e facilitare l'accesso al credito, assicurando la copertura parziale o totale delle eventuali perdite legate ad insolvenze.

#### FINANZIAMENTI AI CONSORZI FIDI NELL'ANNO 2007

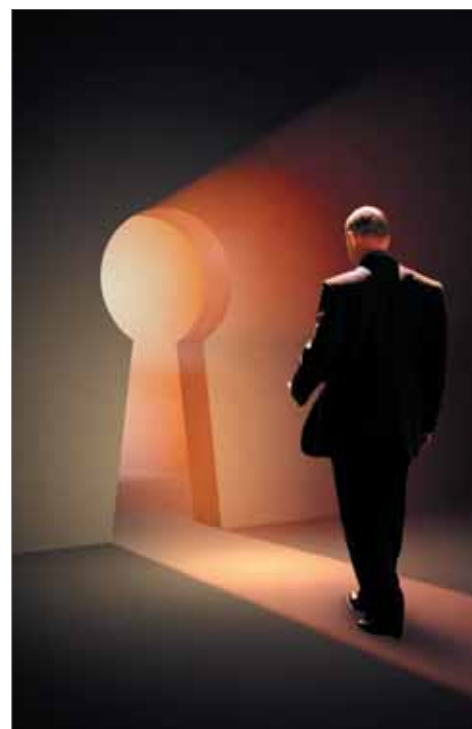
Contributi accordati al settore Agricolo	51.166,66
Contributi accordati al settore non agricolo	230.250,00

*Valori espressi in Euro*

Nel corso dell'anno 2007 è stato inoltre previsto uno stanziamento straordinario di euro 50.000,00 destinato ad implementare i fondi di garanzia Fidi a seguito della convenzione sottoscritta dalla Camera di Commercio con la Provincia di Viterbo, i Confidi ed alcuni Istituti di Credito, con il patrocinio della Prefettura di Viterbo relativa alla concessione di finanziamenti a tasso agevolato per le imprese della provincia colpite dalla "tromba d'aria" del 23.8.2007.

Il mercato del credito italiano sta conoscendo una fase di profondo cambiamento e riorganizzazione. Il cosiddetto "Accordo Basilea 2" ha stabilito nuovi criteri per l'assegnazione del credito contribuendo ulteriormente a modificare lo scenario del sistema bancario. La Camera di Commercio ritiene che questi cambiamenti debbano trasformarsi in opportunità per le imprese che operano sul territorio che, in una fase di transizione, possono trovare difficoltà nel reperire le risorse finanziarie per sostenere la propria attività.

Al fine di diffondere la conoscenza del trattato di Basilea 2, nell'anno 2007 la Camera di Commercio ha realizzato una **"Guida al sistema creditizio"** presentata in occasione di due seminari sul credito tenutisi il 31 maggio e 1° giugno rivolti ai Confidi, alle Associazioni di categoria, alle banche. A seguito delle considerazioni emerse nel corso dei seminari da parte dei docenti e dei rappresentanti dei Confidi, sono stati acquistati dal Consorzio camerale per il credito e la finanza 12 CD contenenti un software di simulazione dell'impatto della riforma distribuiti ai Confidi che hanno manifestato interesse.





## **SUPPORTO DIRETTO ALLE ATTIVITÀ IMPRENDITORIALI**

### **Innovazione e trasferimento tecnologico alle PMI**

La Camera di Commercio di Viterbo, tramite la propria Azienda Speciale, gestisce, in collaborazione con l'Università degli Studi della Tuscia, un progetto diretto alla creazione, nell'ambito del settore agricolo e agroalimentare, di una rete territoriale di rilevazione dei bisogni tecnologici delle imprese che permetta di aggregare la domanda di innovazione tecnologica e di raccorderla con la relativa offerta.

In particolare, nell'anno 2007 si è conclusa la fase di analisi dei risultati emersi da un'indagine di rilevazione dei fabbisogni tecnologici condotta nell'anno 2006 presso un campione di 50 imprese rappresentative del sistema agricolo e agroalimentare della Tuscia. Successivamente a tale analisi sono stati gestiti specifici incontri con le imprese verificando nel contempo le esigenze sul tema delle risorse rinnovabili, sulla meccanizzazione agricola e marcatura CE. Sono stati avviati degli incontri con le associazioni di categoria dalle quali sono scaturite esigenze specifiche subito recepite. In tale ambito sono state realizzate giornate di assistenza specifiche.

### **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 come: innovazione, immagine, reputazione e disponibilità a contribuire direttamente al benessere del sociale e della Comunità all'interno della quale si trova ad operare.

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 Toscana. Offrire assistenza e consulenza alle imprese virtuose della Toscana 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.

Nell'anno 2007, in particolare, è stata condotta una indagine diretta a verificare il grado di conoscenza della **responsabilità sociale** presso le imprese. La sintesi dell'indagine è stata pubblicata sul numero 2 del supplemento semestrale della Toscana economica ed è stata presentata al convegno internazionale su "Marketing trends" che si è svolto a Venezia nel mese di gennaio dell'anno 2008.

## I MERCATI TELEMATICI

### Meteora

Meteora è un sistema telematico riguardante il mercato agroalimentare: consiste in una piattaforma concepita per far incontrare le proposte di acquisto e di vendita dei prodotti agricoli, agroalimentari ed ittici mediante un meccanismo ad asta continua. Gli operatori autorizzati alla contrattazione telematica partecipano in condizioni di trasparenza ed efficienza alla dinamica del mercato e possono conoscere in tempo reale l'andamento dei prezzi per le merci di loro interesse.

Nell'ambito delle iniziative del mercato telematico, presso l'Azienda Speciale è stato costituito ed opera il **Comitato Nazionale di Vigilanza del Nocciolo**, che coinvolge rappresentanti di diverse regioni italiane.

### Borsa Telematica del Recupero

La Borsa Telematica del Recupero è un mercato regolamentato, accessibile per via telematica, per assicurare un mezzo flessibile e trasparente di scambio e collegamento tra la domanda e l'offerta dei rifiuti e beni recuperabili, anche attraverso l'offerta di servizi di orientamento sulle normative, sui materiali e sulle tecnologie di recupero.





La Borsa, attiva su tutto il territorio nazionale, è stata realizzata da Ecocerved SRL, Società di Consulenza in materia ambientale del sistema camerale.

Sono oggetto delle negoziazioni:

- rifiuti, così come definiti dal D.Lgs.vo 22/97;
- rifiuti recuperabili, così come definiti dal D.M. 2/98;
- materie prime, prodotti o materie prime seconde derivanti da operazioni di recupero;
- beni a fine vita.

Possono essere utenti della Borsa Telematica del recupero:

- aziende produttrici di rifiuti o che utilizzano materiali recuperabili nel loro ciclo di produzione;
- aziende che svolgono attività di gestione rifiuti (smaltimento, recupero, trasporto);
- intermediari di rifiuti;
- comuni o i loro consorzi, aziende municipalizzate o altri Enti pubblici produttori di rifiuti;
- associazioni di categoria ed altri Enti, a seguito di stipula di apposita convenzione con l'Unioncamere.

### **FORMAZIONE E ORIENTAMENTO ALL'IMPRENDITORIALITÀ**

La Camera di Commercio di Viterbo favorisce lo sviluppo del sistema imprenditoriale locale con 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, nella consapevolezza che risorse umane qualificate possano rappresentare la chiave per lo sviluppo futuro dell'imprenditoria locale e del territorio.

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**

L'Azienda Speciale CeFAS cura l'organizzazione e la gestione in via diretta di corsi destinati prioritariamente ad

imprenditori, dirigenti di impresa e giovani laureati o diplomati che, corredati di una approfondita conoscenza degli strumenti di conduzione aziendale, intendano esplicitare la propria attività lavorativa nel sistema produttivo e di mercato. I temi spaziano dalla gestione finanziaria dell'impresa al marketing, dall'amministrazione al commercio con l'estero toccando le principali tematiche dell'impresa moderna. Il CeFAS promuove inoltre attività formative in convenzione con l'Assessorato all'Industria, al Commercio e Artigianato e Formazione Professionale della Regione Lazio e con il Ministero del Welfare, rivolte ai giovani diplomati o laureati. Scopo di tale attività è di rendere più adeguata l'offerta di lavoro alle necessità del sistema economico locale.

#### **CORSI DI FORMAZIONE PROFESSIONALE SVOLTI NEL 2007**

<b>ARGOMENTO</b>	<b>CORSI</b>	<b>PARTECIPANTI</b>
Alternanza Scuola Lavoro	1	21
Responsabile servizio prevenzione e protezione Mod. C	2	40
Responsabile servizio prevenzione e protezione Mod. A	1	10
Referenti PP.AA. locale	1	14
Responsabili e operatori URP	1	16
Assaggiatori di formaggio	1	20
Esperto controllo di qualità	1	11
Responsabile servizio prevenzione e protezione Mod. B8	1	11
Responsabile servizio prevenzione e protezione Mod. B9	1	13
Uso manutenzione della pressa a caldo nelle lavorazioni di doratura di materiali sintetici e naturali	1	2
Lingua inglese-Level 1 (imprenditoria femminile)	1	9
Lingua inglese-Level 2 (imprenditoria femminile)	1	12

#### **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 2007 l'attività di *sostegno alla promozione dell'imprenditoria femminile* si è concretizzata nelle seguenti iniziative:

- rinnovo della convenzione con Confidi ed Istituti di credito per l'acquisizione, da parte delle imprese femminili, di finanziamenti a tasso agevolato;
- organizzazione di un corso base ed un corso avanzato di lingua inglese rivolto alle donne imprenditrici presso l'Azienda Speciale cui hanno partecipato 20 imprese;
- partecipazione alla 7<sup>a</sup> edizione del Workshop "Athena" svoltosi a Latina con la partecipazione di 2 imprese femminili dei settori dell'artigianato artistico;
- partecipazione presso la Camera di Commercio di Frosinone alla premiazione del Concorso "Donna impresa".

### **Sostegno e promozione d'impresa**

L'Azienda Speciale CeFAS, attraverso azioni di tutoraggio e monitoraggio, offre alle imprese servizi di consulenza su contabilità e amministrazione, finanza e controllo di gestione, organizzazione aziendale, marketing, innovazione e trasferimento tecnologico, certificazione di qualità e comunicazione aziendale. Il servizio si rivolge sia alle nuove imprese sia a quelle già avviate che intendono ottimizzare le loro prestazioni. Nell'anno 2007 hanno beneficiato del progetto 31 imprese con un totale di 43 giornate di tutoraggio.

### **STUDI E INFORMAZIONE ECONOMICA**

La Camera di Commercio svolge un'attività di studi e di rilevazione statistica sull'andamento dell'economia provinciale e la diffonde attraverso diverse pubblicazioni, 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

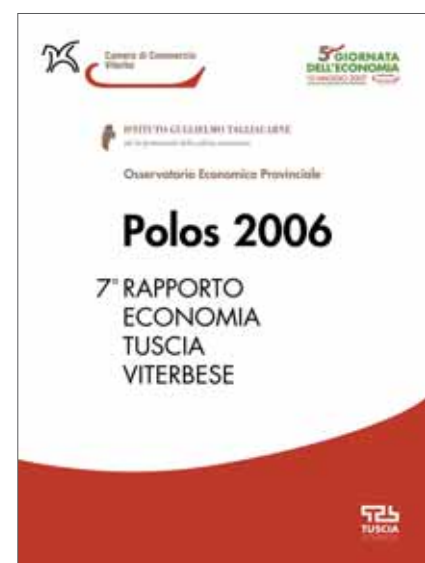
competitività aziendale: chi conosce il mercato e le opportunità che esso offre ha più chance per vincere le sfide e per delineare strategie di sviluppo.

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 camerali, 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 e i dati economici sono consultabili sul sito istituzionale [www.tusciaeconomica.it](http://www.tusciaeconomica.it).

Con riferimento all'anno 2007, 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, attraverso una specifica conferenza stampa il **"VI Rapporto sull'Economia della Tuscia Viterbese"**.

Il rapporto ha riguardato l'analisi del contesto socio-economico provinciale, l'aggiornamento delle informazioni relative alla struttura dell'economia viterbese ed un approfondimento sulla congiuntura economica.

Il rapporto economico è stato pubblicato sul sito "Tuscia economica" e ne è stata data notizia attraverso la rivista mensile ed altri siti 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.



L'Ente si è inoltre distinto, 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, a decorrere dall'anno 2004, 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 6.000 pubblicazioni, tra volumi e riviste, catalogati con apposito software applicativo, consultabile on-line.

#### STUDI E PUBBLICAZIONI PER AREE TEMATICHE ANNO 2007

ARGOMENTO	TITOLO
Economia Territoriale	Polos 2006
Tuscia Economica mensile	Varie - 11 numeri
Supplemento semestrale "Tuscia economica"	Economia statistica territorio - 2 numeri

#### STUDI E RICERCHE ANNO 2007

ARGOMENTO	TITOLO
Analisi dei fabbisogni occupazionali e formativi delle imprese	Sistema informativo Excelsior



## LINEE EDITORIALI

I Grandi Vini DOC e IGT

Olio extravergine d'oliva

I Sapori della tuscia

Cartina "L'Antica Terra per una nuova Qualità"

Cartina "Tuscia viterbese"

7 motivi per Scegliere Tuscia

Il Mistero degli Etruschi

La Camera delle Economie e delle Imprese

I Vini della Tuscia Viterbese

## ALTRE PUBBLICAZIONI NEL 2007

Guida pratica al deposito marchi e brevetti

Guida al Marchio Collettivo Tuscia Viterbese

Guida al sistema creditizio





## LA CAMERA DI COMMERCIO E L'IMPEGNO SOCIALE

La Camera di Commercio di Viterbo, nell'ambito dell'attività di promozione del territorio, delle tipicità locali e della comunicazione istituzionale, ha rivolto particolare attenzione all'impegno "sociale", nella consapevolezza che la crescita delle imprese è fine a se stessa se non viene accompagnata da un progresso sociale in cui un vasto insieme di soggetti, tra cui lavoratori e consumatori, trae beneficio dallo sviluppo. Su tale fronte sono state promosse diverse iniziative volte alla sensibilizzazione sui temi della solidarietà e della responsabilità sociale con riguardo sia alle imprese che ai mercati, privilegiando, ove possibile, a parità di condizioni, il sostegno finanziario a favore di manifestazioni di promozione del territorio, dei prodotti tipici locali e di visibilità del Marchio Collettivo Tuscia Viterbese, aventi anche finalità sociali.

La Camera di Commercio ha inoltre aderito al progetto della società "MP Mirabilia", realizzato nell'ambito di una iniziativa del Ministero per i Beni Culturali e con il coordinamento delle relative sovrintendenze, diretto all'allocatione di pannelli didattici accanto ai principali monumenti della provincia per agevolarne la fruibilità e per migliorare l'arredo urbano. Anche in questo caso si è data specifica visibilità al Marchio Tuscia Viterbese.

## INFRASTRUTTURE A SERVIZIO DELL'ECONOMIA LOCALE

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.

- **Tuscia Expò**, 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**, costituita nell'anno 2001 fra la Camera di Commercio, il Comune e l'Amministrazione Provinciale di Viterbo ha per oggetto 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**, ha per oggetto:
  - La promozione di programmi di ricerca per facilitare l'acquisizione, la diffusione e l'applicazione delle innovazioni tecnologiche da parte delle imprese associate;
  - La 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;
  - la consulenza tecnico-organizzativa alle imprese associate;
  - lo sviluppo di iniziative per stimolare e migliorare la formazione professionale di coloro che sono e saranno addetti al settore;
  - l'organizzazione inerente la acquisizione di materie prime e semilavorati da parte delle aziende associate;
  - la promozione e l'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**, 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**, rappresenta 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”.

### **I rapporti istituzionali ed il sistema di governo locale**

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.

L'incremento delle relazioni con gli attori locali è reso evidente dalla sottoscrizione, nell'anno 2007, di un protocollo d'intesa con MSE, Regione Lazio, Provincia di Viterbo, Associazioni dei datori di lavoro, Organizzazioni sindacali, Centro ceramico di Civita Castellana, alcuni Comuni della provincia diretto ad intervenire sullo stato di crisi del distretto della ceramica di Civita Castellana.

### **Rapporti con la Regione Lazio**

Sul fronte promozionale la Camera di Commercio di Viterbo ha avviato da tempo con la Regione Lazio e con l'ARSIAL – Agenzia regionale per lo Sviluppo e l'innovazione

dell'Agricoltura del Lazio – un'attività di collaborazione per l'organizzazione e la realizzazione delle manifestazioni fieristiche relative al settore turismo ed al settore agroalimentare.

Inoltre è stata avviata una collaborazione, sempre con la Regione Lazio – Dipartimento sviluppo economico – Assessorato attività produttive, a seguito di specifica convenzione, per la gestione relativa alla pre-concessione degli incentivi Fiscali ai sensi della legge 449/1997.

### **Collaborazione con la Provincia ed i Comuni**

Nell'ambito dell'azione di promozione dei prodotti tipici e del territorio della Tuscia viterbese la Camera di Commercio ha sostenuto molte delle iniziative promosse dagli enti locali, direttamente o in collaborazione con le Pro-loco, assicurando nel contempo, quando possibile, una presenza dell'Ente sul territorio. Inoltre ha collaborato con la Provincia per l'organizzazione delle manifestazioni relative al settore del turismo ed, in particolare, del turismo enogastronomico. Certamente di grande rilievo per il concreto impatto che tale iniziativa ha per la gran parte dei Comuni della provincia e per la Provincia stessa è il **Progetto Sportello Unico Tuscia**, in essere ormai da alcuni anni per iniziativa dell'Azienda Speciale di cui si è ampiamente trattato nella sezione relativa al Marketing territoriale ed allo sviluppo locale a cui si rimanda.

Altra iniziativa di estremo rilievo ha riguardato la presenza della Camera di Commercio alla "Notte bianca", la manifestazione organizzata dal Comune di Viterbo in data 21 luglio in P.zza della Rocca con "Arti e sapori della Tuscia Viterbese". La Camera di Commercio ha partecipato all'iniziativa d'intesa con le associazioni imprenditoriali volendo rappresentare l'intero comparto imprenditoriale della provincia. Nella piazza ha infatti campeggiato "il cubo dell'economia e delle imprese", nel quale ha figurato ogni associazione di categoria all'interno della cornice dell'Ente camerale.

Per il quinto anno consecutivo la Camera di Commercio ha partecipato inoltre al Salone Europeo della Comunicazione Pubblica 2007- **COM-PA** che per iniziativa della Camera stessa ha coinvolto in un unico stand della TUSCIA VITERBESE anche la Provincia di Viterbo. Nel corso della





manifestazione si è puntato molto sulla promozione delle attività fondate sulla collaborazione tra le varie istituzioni presenti, rapporti ulteriormente rinsaldati e finalizzati proprio alla costante e crescente valorizzazione della Tuscia Viterbese anche in ambito europeo ed internazionale.

### **Collaborazione con altri Enti**

Il Comitato per la Promozione dell'Imprenditoria Femminile, istituito presso la Camera di Commercio, ha partecipato attivamente alle attività della Consulta Regionale dei Comitati Provinciali del Lazio, istituita presso Unioncamere, al fine di porre in atto dei programmi comuni, che tengano conto delle peculiarità dell'economia in "rosa" all'interno delle singole regioni.

A decorrere dall'anno 2005 la Camera di Commercio è entrata nel Consiglio di Amministrazione dell'Università degli Studi della Tuscia allo scopo di rafforzare la crescente collaborazione tra il mondo della produzione e della conoscenza.

La collaborazione con altri Enti pubblici si è esplicitata anche attraverso le diverse indagini statistiche attuate unitamente ad altri organi del SISTAN. In particolare, si sottolineano le diverse indagini ISTAT (Forze di lavoro, opere pubbliche, attività edilizia, pescato nei laghi e bacini artificiali, ecc.) per le quali la Camera di Commercio è chiamata a collaborare.

### **Piani di Sviluppo Locale**

La Camera di Commercio di Viterbo, in sinergia con la Provincia e le Associazioni di Categoria e con il supporto tecnico dell'Università della Tuscia si è attivata nell'attuazione del programma comunitario "Leader Plus 2000/2006". Si tratta di una iniziativa che interviene nelle aree rurali con l'obiettivo di:

- favorire l'attuazione di strategie di sviluppo originali e di qualità;
- valorizzare il patrimonio naturale e culturale;
- sostenere la realizzazione di azioni integrate e/o complementari con gli obiettivi di sviluppo dei programmi strutturali;
- incentivare l'apertura delle aree rurali verso i Paesi europei ed extraeuropei.

Beneficiari dei contributi del programma Leader Plus sono i cosiddetti “**GAL**” (Gruppi di azione locale), costituiti da soggetti pubblici e privati, cui è demandato il compito di elaborare ed attuare i Piani di sviluppo locale, contenenti interventi nei settori dell’agricoltura, dell’artigianato, del turismo rurale, dell’ambiente e della formazione.

In questo ambito, l’Ente camerale, la Provincia e le Associazioni di Categoria, in esecuzione del bando della Regione Lazio, hanno depositato due piani di Sviluppo locale che hanno condotto nell’anno 2004 alla costituzione di altrettanti GAL: “GAL degli Etruschi” e “GAL dei Cimini”. I Piani di Sviluppo Locale di entrambi i GAL sono strutturati intorno ad una strategia pilota di sviluppo integrata e sostenibile, basata su di un partenariato rappresentativo e imperniata su un tema catalizzatore caratteristico dell’identità dei territori: *la valorizzazione dei prodotti locali*. Partendo dal “sistema di obiettivi” fissato dalla Regione, per entrambe i GAL è stato assegnato un ruolo fondamentale alle produzioni agroalimentari ed artigianali tipiche e di qualità, al turismo ed alla loro compatibilità con il patrimonio naturale, culturale e storico-architettonico, al fine di realizzare uno sviluppo armonico, fondato su fattori endogeni e sul radicamento delle risorse umane e materiali, con effetti locali sulla disoccupazione e sulla capacità di innovazione.



## **IL SISTEMA CAMERALE**

Il sistema camerale, di cui la Camera di Commercio di Viterbo è parte integrante, è una rete che realizza la condivisione del *know-how* e delle competenze per promuovere progetti innovativi nei principali campi di interesse del tessuto economico. Ne interpreta le esigenze e i bisogni nell’ambito dell’internazionalizzazione, delle infrastrutture materiali e immateriali, della valorizzazione delle eccellenze produttive, della qualificazione del capitale umano. All’interno del sistema ogni componente contribuisce alla creazione di valore attraverso l’apporto delle proprie competenze ed esperienze.

Il sistema camerale italiano consta di una rete di 103 Camere di Commercio articolate su base provinciale, cui si affiancano 134 Aziende Speciali e 158 sedi distaccate per l’erogazione di servizi sul territorio.



Le Camere di Commercio fanno riferimento a 19 Unioni Regionali, 2 Unioni Interregionali e all'Unione Nazionale (Unioncamere).

Ad esse si aggiungono 71 Camere di Commercio Italiane all'Estero e 29 Camere italo-estere.

**L'Unione Italiana delle Camere di Commercio (Unioncamere)** è l'organismo che rappresenta il sistema a livello nazionale e funge da collegamento e potenziamento delle attività che le singole Camere di Commercio sono chiamate a svolgere. Cura i rapporti con le istituzioni internazionali, nazionali e regionali, anche tramite le Unioni regionali. Sollecita e supporta le attività camerali in un'ottica di continuo coordinamento anche con i corrispondenti sistemi presenti negli altri Paesi, promuove studi ed analisi in ambito economico-sociale e sviluppa iniziative per l'internazionalizzazione dell'economia italiana, la formazione e la semplificazione amministrativa.

**Le Unioni Regionali delle Camere di Commercio** sono gli organismi che rappresentano le Camere di Commercio di una singola regione, con compiti di coordinamento di attività e programmi, esame di problematiche comuni, promozione di iniziative congiunte. Rientra nella missione delle Unioni regionali il supporto allo sviluppo economico regionale, l'attuazione di indagini, rilevazioni, studi e pubblicazioni, la gestione dei rapporti con la Regione e le sue strutture di servizio. Curano inoltre i rapporti commerciali fra le imprese locali e quelle di altri Paesi, promuovono la partecipazione di operatori italiani a fiere e mostre internazionali e a missioni all'estero, ospitano delegazioni straniere, organizzano corsi di formazione per l'export, favoriscono la collaborazione transnazionale.

**Le Camere di Commercio italiane all'estero** sono libere associazioni di imprese e di operatori (formalmente

riconosciute e parzialmente finanziate dal governo italiano) che hanno come finalità la tutela e l'incremento delle relazioni economiche tra l'Italia ed i Paesi esteri.

**Le agenzie e società del sistema camerale** sono strutture in grado di offrire servizi tecnici e professionali alle aziende ed alle stesse Camere, nei campi più svariati.

**PROGETTI E INIZIATIVE REALIZZATE IN COLLABORAZIONE CON ALTRI ENTI  
E NELL'AMBITO DEL SISTEMA CAMERALE**

<b>INIZIATIVA/PROGETTO</b>	<b>ENTI INTERESSATI</b>
Partecipazione al COM-PA Salone della Comunicazione pubblica	Provincia e Camera di Commercio
Sportelli Unici Attività Produttive	Enti Locali
Sportelli Telemaco	Enti Locali, Associazioni di categoria, Ordini e Collegi professionali, professionisti
Partecipazione a programmi Leader Plus	Provincia, Associazioni di categoria, Comunità Montane, Università degli Studi della Tuscia
Manifestazioni fieristiche locali, nazionali e all'estero	Unioncamere Lazio, APT Laziali, Provincia, Regione Lazio, ARSIAL
Iniziative di promozione dei prodotti tipici locali	Comuni della provincia, Provincia e APT, Università della Tuscia
Incentivi fiscali L. 449/1997	Regione Lazio
Progetto Innovazione e trasferimento tecnologico alle PMI	Dintec, società del sistema camerale partecipata da ENEA, Università degli Studi della Tuscia- Facoltà di Agraria
Manifestazione "Notte Bianca"	Comune di Viterbo ed Associazioni di categoria
Protocollo d'intesa Distretto della ceramica di Civita Castellana	MSE, Regione Lazio, Provincia di Viterbo, Associazioni dei datori di lavoro, Organizzazioni sindacali, Centro ceramico di Civita Castellana, Comuni.

## LE RISORSE UMANE DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI VITERBO

### La gestione del personale

Le risorse umane di ruolo operanti per il sistema della Camera di Commercio di Viterbo ammontano a 61. Di queste 54 lavorano presso l'Ente e 7 nell'Azienda Speciale CeFAS

#### COMPOSIZIONE DEL PERSONALE

		2005	2006	2007
CCIAA	Dirigenti	2	2	2
	Impiegati	54	53	52
	<b>Totale</b>	<b>56</b>	<b>55</b>	<b>54</b>
CeFAS	Totale Personale	6	6	7

Relativamente al flusso del personale, nel triennio 2005/2007 si registra una stabilizzazione quale effetto di compensazioni tra processi di cessazione dal servizio e nuove assunzioni, limitate dalle disposizioni legislative in materia di contenimento della spesa pubblica.

#### FLUSSO DEL PERSONALE PERIODO 2005-2007

		2005	2006	2007
<b>Organico al 1° Gennaio</b>		<b>56</b>	<b>56</b>	<b>55</b>
<i>Cessazioni dal servizio</i>	Dimissioni volontarie	-	-	
	Pensionamento	-	1	
	Raggiunti limiti d'età	-	-	
	Mobilità	2	-	1
<b>Totali</b>		<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<i>Assunzioni</i>	Per concorso	1	-	-
	Trasformazione C.F.L.	-	-	-
	Mobilità	1	-	-
	<b>Totali</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Organico al 31 Dicembre</b>		<b>56</b>	<b>55</b>	<b>54</b>

### Composizione del personale per tipologia contrattuale

Al 31 dicembre 2007, relativamente alle forme contrattuali utilizzate, la quasi totalità del personale della Camera risulta assunta a tempo indeterminato, mentre per la restante parte si è fatto ricorso alla collaborazione a progetto e a forme contrattuali flessibili, quali la somministrazione lavoro. Relativamente all'Azienda Speciale la composizione



contrattuale del personale risulta essere la seguente come meglio illustrato nella tabella sottostante:

- 5 unità con contratto a tempo indeterminato – full time;
- 2 unità con contratto a tempo indeterminato – part time;
- 2 unità con altre tipologie contrattuali ente flessibili.

## 2007

TIPOLOGIA	CCIAA	CeFAS
A tempo indeterminato (Full time)	52	5
A tempo indeterminato (Part Time)	2	2
<b>Totale parziale</b>	<b>54</b>	<b>7</b>
A tempo determinato	21 (S.G. + 20 unità a tempo parziale)	
Interinale	3	
Altre tipologie		2
<b>Totale</b>	<b>78</b>	<b>9</b>

### Ripartizione del personale a tempo indeterminato per categoria

La ripartizione per categoria professionale delle risorse – operata tralasciando quelle aventi tipologie contrattuali diverse dall'assunzione a tempo indeterminato – mostra, oltre alla presenza delle due figure dirigenziali, il concentrazione degli impiegati nelle categorie che fanno riferimento ai profili C e D (rispettivamente 54% e 37% sul totale della Camera).

CAMERA DI COMMERCIO		2007
IMPIEGATI	Categoria A	2
	Categoria B1	1
	Categoria B3	0
	Categoria C	29
	Categoria D1	14
	Categoria D3	6
DIRIGENTI		2
<b>Totale</b>		<b>54</b>

### Età media delle Risorse umane

L'età media del personale impiegato nella Camera risulta pari a 45 anni nel 2007. Il dato è il risultato di un'elevata eterogeneità delle classi di età, infatti le classi che vantano un'elevata numerosità sono ben 5 tra i 30 e i 54 anni e ciò consente di garantire all'Ente una forza lavoro stabile.

	2005		2006		2007	
	CCIAA	CeFAS	CCIAA	CeFAS	CCIAA	CeFAS
<b>Età media</b>	<b>42,87</b>	<b>42,67</b>	<b>43,56</b>	<b>44,89</b>	<b>44,63</b>	<b>44,9</b>

### COMPOSIZIONE DEL PERSONALE A TEMPO INDETERMINATO PER CLASSI DI ETÀ

ETÀ	2005		2006		2007	
	CCIAA	CeFAS	CCIAA	CeFAS	CCIAA	CeFAS
FINO A 19	-	-	-	-	-	-
20-24	-	-	-	-	-	-
25-29	1	1	1	-	1	-
30-34	12	1	10	-	10	-
35-39	10	-	11	-	10	1
40-44	8	4	6	1	6	1
45-49	9	1	11	3	9	3
50-54	10	2	9	2	11	1
55-59	3	-	5	-	5	1
60-64	3	-	2	-	2	-
OLTRE 65	-	-	-	-	-	-
<b>Totale</b>	<b>56</b>	<b>9</b>	<b>55</b>	<b>6</b>	<b>54</b>	<b>7</b>

### Composizione del personale a tempo indeterminato per anzianità di servizio

In base all'anzianità di servizio, le classi più consistenti sono quelle comprese tra 0 e 5 (13) e tra 11 a 15 (12).

**2007**

CLASSI DI ANZIANITÀ	CCIAA	CeFAS
0-5	13	2
6-10	8	1
11-15	12	-
16-20	8	1
21-25	3	2
26-30	7	1
31-35	2	-
36-40	1	-
> 40	-	-
<b>Totale</b>	<b>54</b>	<b>7</b>

### Composizione del personale tempo indeterminato per sesso

In relazione alla scomposizione delle risorse umane presenti per sesso, dei 54 dipendenti a tempo indeterminato della Camera, 29 sono uomini (54) e 25 sono donne (46%).

Nell'Azienda Speciale, delle 7 risorse a tempo indeterminato, 3 sono uomini e 4 donne. Il dato mostra l'attenzione nel reclutamento rispetto ai criteri di pari opportunità.

	2005			2006			2007		
	Donne	Uomini	Tot.	Donne	Uomini	Tot.	Donne	Uomini	Tot.
CCIAA	26	30	<b>56</b>	26	29	<b>55</b>	25	29	<b>54</b>
CeFAS	5	4	<b>9</b>	3	3	<b>6</b>	4	3	<b>7</b>

### Composizione del personale a tempo indeterminato per titolo di studio

Per quanto concerne il titolo di studio, emerge complessivamente in maniera positiva una percentuale relativamente alta di laureati (39%), mentre il 43% è in possesso di licenza di scuola media superiore. Meno rilevante la presenza di operatori con il solo diploma di scuola dell'obbligo (18%).

#### 2007

ETÀ	CCIAA	CeFAS
Scuola dell'obbligo	10	1
Licenza media superiore	23	4
Laurea	21	2
<b>Totale</b>	<b>54</b>	<b>7</b>

### La formazione interna 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.

#### CORSI DI FORMAZIONE INDIVIDUALI DEL PERSONALE INTERNO

ANNO	PARTECIPANTI	GIORNATE	CORSI
2005	105	145	90
2006	52	73	41
2007	52	76	49

Nell'anno 2007 oltre ai corsi individuali di natura tecnico-specialistica L'Ente camerale ha organizzato una giornata formativa-informativa rivolta a tutto il personale sulla tematica del Bilancio Sociale e una giornata formativa rivolta ai Dirigenti e ai funzionari su approcci, strumenti e tecniche di gestione della qualità.

#### VALORI RELATIVI ALL'ELABORAZIONE DEI DATI

ANNO	RAPPORTO GIORNATE-PARTECIPANTI	RAPPORTO GIORNATE-CORSI
2005	1,38	1,61
2006	1,40	1,78
2007	1,46	1,55

#### AREE TEMATICHE INDIVIDUALI DEI CORSI DI FORMAZIONE DEL PERSONALE 2007

AREA TEMATICA	PARTECIPANTI	GIORNATE	CORSI
Giuridica e normativa generale	2	2	1
Organizzazione e personale	3	3	2
Manageriale	1	1	1
Comunicazione	2	2	1
Economia e Finanza	6	7	6
Controllo di Gestione	2	3	2
Tecnico-Specialista	36	58	36
<b>Totale</b>	<b>52</b>	<b>76</b>	<b>49</b>

#### 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 ed 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:

- Graduale 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, attraverso, in particolare, l'uso della posta elettronica, della firma digitale, e della rete Intranet;
- 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) attraverso l'adozione di un sistema informativo denominato "Workflow" che consente, da un lato, di recuperare efficienza, mediante l'integrazione dei diversi sistemi, evitando duplicazioni nel caricamento dei dati inerenti singole pratiche, dall'altro di migliorare la comunicazione alle imprese e "clienti" in genere attraverso la gestione di un archivio completo ed unico inerente singole posizioni e l'istituzione di sportelli polifunzionali per la ricezione e l'istruttoria delle pratiche. L'applicazione del "workflow" ai processi di tipo anagrafico-certificativo ha comportato una ridefinizione dell'assetto organizzativo dei servizi interessati e la costituzione di un team di personale responsabile dell'analisi, del monitoraggio delle procedure e del raccordo di tale sistema informativo con gli altri sistemi (protocollo informatico, contabilità, gestione degli albi abilitanti).

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 ed agli Enti locali al fine di valutare l'esito del rispettivo coinvolgimento nelle varie iniziative, focus-group con imprese su tematiche di specifico interesse ecc.



### **DIAMO VALORE AI NOSTRI VALORI IL PREMIO QUALITÀ DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE**

La Camera di Commercio di Viterbo è risultata finalista al concorso promosso a livello nazionale dal Ministero per le Riforme e le Innovazioni nella Pubblica Amministrazione – Dipartimento della Funzione Pubblica-, in collaborazione con Confindustria, Associazione Premio Qualità Italia, Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti (CNCU) e Formez.

Obiettivo del Premio è quello di riconoscere e valorizzare i casi di eccellenza nelle modalità di gestione della Pubblica amministrazione, ottenuti attraverso pratiche di autovalutazione e di miglioramento continuo e pianificato. Al Premio hanno concorso Enti pubblici che hanno realizzato esperienze o percorsi basati sui principi e processi di miglioramento continuo: Amministrazioni centrali e periferiche dello Stato; Aziende sanitarie e ospedaliere; Comuni, Comunità montane; Scuole; Regioni, Province e Città metropolitane; Università; Enti pubblici non economici e Camere di commercio.

Il traguardo raggiunto rappresenta per la Camera di Commercio di Viterbo un riconoscimento del livello qualitativo conseguito e dell'impegno profuso in termini di



semplificazione, di trasparenza e di miglioramento dei livelli di efficacia e di efficienza: una scelta doverosa e coerente nei confronti delle imprese che spesso la Camera stessa sollecita ad elevare i loro standard di qualità.

### **LA COMUNICAZIONE: UNA FUNZIONE STRATEGICA DELLA CAMERA DI COMMERCIO**

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.

Al fine di potenziare le proprie capacità di comunicazione, la Camera di Commercio di Viterbo ha intrapreso una serie di attività tese a migliorare la propria immagine e a rafforzare i rapporti con i media.

L'intento è quello di essere sempre più presente nel tessuto socio-economico della Tuscia per aumentarne le potenzialità, con la consapevolezza che la conoscenza ed il sapere sono un binomio fondamentale per crescere.

Nell'anno 2007 la Camera di Commercio, quale prosecuzione di un piano già avviato negli anni precedenti, ha realizzato una serie di attività dirette al potenziamento degli strumenti di comunicazione:

- **Consolidamento della piattaforma di Customer Relationship Management (CRM):** si tratta di uno strumento che permette a ciascuna azienda di ottenere notizie preselezionate, utili alla sua attività specifica, erogate sulla base di un profilo dettagliato di ciascuna azienda. Notizie che, inoltre, sono inserite in un database che si alimenta di continuo ad ogni contatto, al fine di determinare una storia della relazione tra Camera e impresa. Le applicazioni di CRM consentono di gestire gli utenti registrati offrendo loro servizi informativi specializzati, come newsletter sull'aggiornamento delle normative, informazioni sugli obblighi e sulle scadenze degli adempimenti, suggerimenti sulle opportunità di finanziamento.

Nell'anno 2007 è stata avviata, tramite CRM, una nuova



modalità di invio della rivista mensile *Tuscia economica* on-line con ottimi risultati in termini di accesso. I link agli articoli sono aumentati del 30-40% a seconda dei numeri inviati. Sono state profilate 800 imprese maggiormente rappresentative della provincia in collaborazione con il Centro Servizio di Retecamere. Sono state inoltre gestite due nuove campagne e caricati 8 nuovi clienti.

- **Implementazione dei siti camerati:**

**www.vt.camcom.it:** sito che consente una navigazione mirata all'acquisizione di informazioni sull'attività dell'Ente, nonché di una serie di notizie di interesse in particolare per l'imprenditoria.

**www.cefas.org:** sito dove è possibile trovare informazioni sulla struttura ed i servizi dell'Azienda Speciale, oltre ad essere il portale dell'informazione e della formazione per gli Enti e le aziende della provincia.

**www.tusciaeconomica.it:** nel sito è possibile trovare, oltre a notizie di carattere statistico ed economico, tutte le pubblicazioni edite dalla Camera di Commercio di Viterbo, tra cui la rivista mensile *Tuscia economica* ed il supplemento semestrale, *l'Osservatorio economico annuale*.

**www.tusciaviterbese.it:** il sito è nato a completamento della realizzazione del Marchio Collettivo Tuscia Viterbese e contiene indicazioni sulle possibilità d'uso del Marchio, notizie sulle imprese licenziatarie e sui relativi prodotti, nonché una gamma assai ampia di informazioni sulla Tuscia stessa, le sue caratteristiche storiche, ambientali e culturali anche nella versione di lingua inglese. Dal sito è possibile inoltre scaricare dei brevi filmati sulle caratteristiche economiche e turistiche della provincia.



#### GLI ACCESSI NEL 2007

<b>www.vt.camcom.it</b>	61.000 (+9% rispetto all'anno 2006)
<b>www.tusciaviterbese.it</b>	123.695 (+73% rispetto all'anno 2006)
<b>www.cefas.org</b>	11.535 (+21,42% rispetto all'anno 2006)
<b>www.tusciaeconomica.it</b>	30.000



- **Realizzazione della terza edizione del Bilancio sociale.**

- **Realizzazione delle riviste camerali: Tuscia economica e Supplemento di Tuscia Economica.**

Nella rivista *Tuscia economica* sono descritti i servizi camerali 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 1600 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.

- **Rafforzamento dei rapporti con i mass-media** e definizione di un *piano di comunicazione* da innestare in termini scientifici e secondo logiche di mercato con i programmi di sviluppo del Marchio Collettivo Tuscia Viterbese. Il coinvolgimento dei mezzi di informazione, in quanto valida "cassa di risonanza" delle notizie ed informazioni ad essi affidati, sui temi e sulle iniziative camerali è stato nell'anno 2007 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 2007 i comunicati stampa diramati sono stati 81 mantenendo l'andamento del biennio precedente che presenta una media di 90 comunicati. Sono stati inoltre organizzati n. 11 incontri e conferenze con la stampa sui seguenti temi facendo registrare un incremento rispetto all'anno precedente in cui le conferenze organizzate sono state 8: "Presentazione del 7<sup>^</sup> Rapporto sull'economia della Tuscia"; "Presentazione del Bilancio sociale 2006"; "Commercializzazione dei prodotti a marchio collettivo Tuscia viterbese", "Presentazione delle feste del Vino, della castagna e dell'Olio della Tuscia", "Invito alla degustazione dei migliori oli extravergine DOP della Tuscia" "Settimana dei

servizi di Conciliazione”; “conferenza stampa di fine anno della CCIAA di Viterbo”.

Altra rilevante iniziativa sul fronte della Comunicazione ha riguardato la partecipazione dell’Ente camerale, per il quinto anno consecutivo, nel mese di novembre 2007 al **Salone Europeo della Comunicazione Pubblica e dei Servizi al Cittadino – COM-PA**, sede privilegiata per un confronto diretto tra Aziende, Enti, Amministrazioni, studiosi ed operatori che lavorano al servizio della trasparenza, dell’ammodernamento, dell’efficienza della Pubblica Amministrazione.

Il COM-PA, giunto alla 14° edizione, con circa trentamila visitatori e oltre 300 espositori, rappresenta un momento di approfondimento irrinunciabile per una Pubblica amministrazione che vuole diventare davvero moderna ed europea.

Nell’ambito della partecipazione al COM-PA, la Camera di Commercio, su propria iniziativa, ha ospitato in un unico grande stand della Tuscia Viterberse la Provincia di Viterbo allo scopo di dare ampia visibilità alle attività di promozione e comunicazione sviluppate per la valorizzazione del territorio e dei prodotti tipici, in sinergia tra i vari Enti, anche sotto l’egida del Marchio Tuscia Viterbese.

In occasione del COM-PA è stata presentata una miniguia rivolta agli extracomunitari, redatta in nove lingue, in collaborazione con il portale immigrazione Oggi, in abbinamento con il tgweb on-line.





## GLI OBIETTIVI PER IL 2008

La responsabilità si esprime anche in una minuziosa attività di programmazione degli obiettivi e del conseguente monitoraggio dei risultati ottenuti.

Con atto del Consiglio n. 53/110 del 25/10/2007 è stata presentata la Relazione Previsionale e Programmatica per l'anno 2008 in armonia al programma pluriennale di attività per il quinquennio 2005/2009.

La previsione delle risorse disponibili ed utilizzabili per interventi economici ed investimenti è di 2.388.000 euro.

### 1. Marketing territoriale

- Marchio Collettivo Tuscia Viterbese: ampliamento del paniere dei prodotti e dei servizi a marchio, incremento delle adesioni dei punti vendita, implementazione delle azioni di promozione e di commercializzazione.
- Coordinamento Feste del Vino, della Castagna e dell'Olio puntando sul coinvolgimento delle imprese al fine della valorizzazione dei prodotti anche tramite la realizzazione di apposite degustazioni e/o presentazione organizzata di prodotti a Marchio Tuscia Viterbese
- Sostegno alle iniziative di Enti ed Organismi diversi per la valorizzazione del territorio
- Sostegno della politica dei distretti

### 2. Sviluppo del sistema imprenditoriale locale

- Erogazione di finanziamenti ai Consorzi di Garanzia fidi ed assistenza alle imprese in relazione alla riforma del sistema creditizio
- Iniziative di promozione turistica: erogazione di contributi a fondo perduto per pacchetti turistici ed istituzione di una vetrina delle imprese del settore turistico
- Implementazione dello Sportello Unico attività Produttive
- Sostegno e Promozione di impresa
- Organizzazione della presenza delle imprese a manifestazioni fieristiche nazionali

- Iniziative a favore dell'imprenditoria femminile

### **3. Internazionalizzazione**

- Realizzazione di uno spazio web dedicato alla vetrina delle imprese istituita nell'anno 2007
- Gestione incontri internazionali, workshop e seminari informativi/formativi
- Gestione della presenza delle imprese alle manifestazioni fieristiche all'estero
- Avvio iniziative con lo Sportello Regionale Internazionalizzazione

### **4. Innovazione e qualità**

- Diffusione dell'esigenza di maggiore "ricerca e sviluppo" e di "trasferimento di tecnologia" come nuova frontiera delle produzioni locali
- Promozione della Qualità: innalzamento della qualità dei prodotti, dei servizi, della tutela del territorio, delle relazioni fra gli attori sociali ed economici, per costruire una comunità coesa, impegnata a produrre "benessere" per sé e per il mondo con cui viene a contatto
- Incentivazione della conoscenza e diffusione dell'innovazione e della ricerca sulle filiere corilicole e castanicole della provincia: gestione 7<sup>^</sup> Convegno Internazionale sul nocciolo.
- Sostegno delle procedure di certificazione (di qualità, di eticità, ambientali, ecc.) nel primario rispetto della salute dell'utente e del consumatore, con ovi risvolti sul piano mercantile
- Iniziative di promozione e diffusione della conoscenza della responsabilità sociale attraverso l'indizione di un premio a imprese che adottano comportamenti socialmente responsabili, in raccordo con le associazioni di categoria.

### **5. Diffusione dei servizi di regolazione del mercato e di tutela del consumatore**

- Stipula di accordi quadro con associazioni di categoria, dei consumatori e con ordini e collegi professionali in materia

---

di conciliazione e prosecuzione delle attività di comunicazione

- Attività di promozione della Camera Arbitrale
- Avvio dell'attività ispettiva nel settore giocattoli, tessili, dispositivi di protezione individuale, elettrici e nel settore della commercializzazione degli strumenti metrici

## **6. E-Government, semplificazione amministrativa e comunicazione**

- Semplificazione amministrativa dei servizi camerali, aumentando l'immissione di tecnologia per agevolare l'utente finale (razionalizzazione del complesso dei processi finalizzata ad evitare duplicazioni e ad agevolare la circolazione delle informazioni automatizzandone i flussi, diffusione dei servizi sul territorio provinciale, Sportello Unico per le Imprese)
- Miglioramento dei livelli di efficienza e di efficacia delle azioni dell'Ente, mediante, in particolare, la sistematizzazione delle attività di previsione, programmazione, controllo gestionale e strategico
- Realizzazione di un'indagine di customer satisfaction
- Revisione della Guida ai Servizi
- Realizzazione di totem con materiale informativo sui servizi della Camera di Commercio di Viterbo da distribuire in via prioritaria alle associazioni di categoria e di promozione del territorio da distribuire agli enti locali ed agli operatori turistici
- Azioni di promozione della Posta Elettronica Certificata (PEC) per la semplificazione della comunicazione con gli Enti locali
- Seminari formativi-informativi rivolti ai professionisti ed agli enti locali inerenti la pratica telematica ed altri temi di interesse nell'ambito dei servizi del registro delle imprese.



Camera di Commercio  
Viterbo

## **Il Rendiconto economico**

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 della Camera e dell'Azienda Speciale 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**

	<b>2006</b>	<b>2007</b>
Proventi Gestione corrente CdC	7.548.001,00	8.662.917,00
Proventi Gestione corrente AS	125.897,00	189.530,00
Oneri Gestione corrente CdC al netto dei trasferimenti dell'Azienda Speciale	-6.415.886,00	-6.257.244,00
Oneri Gestione corrente AS	-630.382,00	-635.550,00
<b>Risultato Gestione corrente</b>	<b>627.630,00</b>	<b>1.959.653,00</b>
Saldo poste straordinarie (CdC + AS)	-31.996,00	77.218,00
Ammortamenti (CdC + AS)	-268.003,00	-264.394,00
Accantonamenti (CdC + AS)	-643.026,00	-960.292,00
Rettifiche valori dell'attivo	-32.223,00	0
Rettifiche di costo e ricavo	12.393,00	892,00
<b>Risultato economico dell'esercizio</b>	<b>-335.224,00</b>	<b>813.077,00</b>

*CdC: Camera di Commercio; AS: Azienda speciale*

*Importi espressi in euro*



Nell'esercizio 2007 si è registrato un risultato economico positivo da imputare principalmente, da un lato, ai proventi conseguiti per effetto dell'emissione del ruolo diritto annuale 2002/2005, dall'altro, da un incremento dei proventi da gestione servizi.

A partire dal Conto economico consolidato si ottengono due prospetti bilancianti:

- **la produzione del Valore aggiunto**, che mostra come l'Ente crea ricchezza;
- **la distribuzione del Valore aggiunto**, che mostra come la ricchezza creata viene distribuita agli stakeholder.

### **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 2007, tale grandezza è stata pari a 8,85 milioni di euro, con un incremento del 15,46% rispetto all'anno precedente, imputabile principalmente a maggiori introiti per diritto annuale e per proventi derivanti dalla gestione di servizi, quali la Conciliazione e la gestione delle DOP.



## DETERMINAZIONE DEL VALORE GLOBALE DELLA PRODUZIONE

PROVENTI ATTIVITÀ TIPICA CDC E AZIENDA SPECIALE	2006		2007	
	€	%	€	%
Diritto annuale	5.155.718,00	67,2%	6.450.851,00	72,82%
Diritti di segreteria e oblazioni	1.173.004,00	15,20%	1.124.834,00	12,71%
Proventi da gestione di servizi	36.784,00	0,50%	76.668,00	0,87%
Contributi e trasferimenti	676.621,00	8,80%	634.510,00	7,19%
Altri proventi	505.877,00	6,50%	376.054,00	4,25%
Ricavi propri AS (al netto dei trasferimenti dalla CdC)	124.754,00	1,60%	187.069,00	2,11%
Altri proventi AS	1.143,00	0,01%	2.461,00	0,03%
Rimborsi	-18.613,00	0,20%		
Variazioni rimanenze	12.393,00	0,20%	892,00	0,02%
<b>Valore globale della produzione</b>	<b>7.667.678,00</b>	<b>100,00%</b>	<b>8.853.339,00</b>	<b>100,00%</b>

CdC: Camera di Commercio; AS: Azienda Speciale

Importi 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 (articolati nella tabella sottostante in una componente riconducibile al personale e in una riconducibile all'acquisizione di beni e servizi). 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 2007 tale valore ammonta a 6,84 milioni di Euro, facendo rilevare un incremento del 25,28% rispetto all'anno precedente. Il valore aggiunto globale lordo rappresenta per l'anno 2007 il 77% rispetto al Valore globale della produzione.

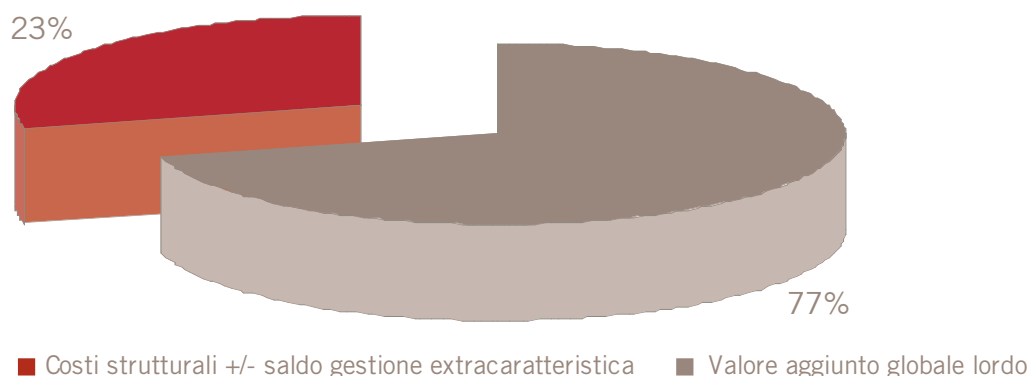
#### IL PROSPETTO DI PRODUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

	2006	2007	Var % 2006/2007
<b>VALORE GLOBALE DELLA PRODUZIONE</b>	<b>7.667.678,00</b>	<b>8.853.339,00</b>	<b>+15,46</b>
<b>COSTI STRUTTURALI</b>			
Componente personale interno	933.086,00	682.754,00	-26,86
Componente beni e servizi esterni	1.209.976,00	1.407.227,00	16,30
	<b>2.143.062,00</b>	<b>2.089.981,00</b>	<b>-2,47</b>
<b>VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO</b>	<b>5.524.616,00</b>	<b>6.763.358,00</b>	<b>22,42</b>
SALDO GESTIONE ACCESSORIA	-32.223,00		
SALDO GESTIONE STRAORDINARIA	-31.996,00	77.218,00	
<b>SALDO GESTIONE ACCESSORIA E STRAORDINARIA</b>	<b>-64.219,00</b>	<b>77.218,00</b>	
<b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO</b>	<b>5.460.397,00</b>	<b>6.840.577,00</b>	<b>25,28</b>

*Importi espressi in euro*



## VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO RISPETTO AL VALORE GLOBALE DELLA PRODUZIONE



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**

	2006	2007	Var. % 2006-2007
<b>Remunerazione destinatari delle politiche camerali</b>	<b>4.658.282,00</b>	<b>4.917.299,00</b>	<b>+5,5</b>
<b>Remunerazione altri Enti del sistema camerale</b>	<b>490.590,00</b>	<b>492.810,00</b>	<b>+0,45</b>
<b>Remunerazione della Pubblica Amministrazione (Oneri fiscali)</b>	<b>378.708,00</b>	<b>328.723,00</b>	<b>-13,18</b>
<b>Remunerazione capitale di credito</b>		<b>24.273,00</b>	
<b>Remunerazione dell'ente Risultato dell'esercizio (CCIAA+Az-Spec.)</b>	<b>-335.224,00</b>	<b>813.077,00</b>	
<b>Ammortamenti (CCIAA + AS)</b>	<b>268.003,00</b>	<b>264.395,00</b>	<b>-1,34</b>
<b>TOTALE</b>	<b>-67.221,00</b>	<b>1.077.472,00</b>	
<b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO</b>	<b>5.460.359,00</b>	<b>6.840.577,00</b>	<b>+25,28</b>

*Importi espressi in euro*

Nell'ambito della distribuzione del Valore Aggiunto, significativo è il dato relativo alla remunerazione dei destinatari delle politiche camerali pari nell'anno 2007 a 4,92 milioni di euro corrispondenti al 72% del Valore Aggiunto Globale Lordo con una percentuale di incremento del 5,5% rispetto all'anno 2006. L'Ente camerale ha quindi potenziato gli interventi diretti all'erogazione di servizi ai destinatari delle politiche camerali.

Relativamente alle altre componenti remunerative si registra, in generale, un andamento pressoché costante rispetto all'anno 2006. Fa eccezione la remunerazione dell'Ente che presenta un indice molto positivo correlato all'utile

d'esercizio di cui si è trattato nella sezione dedicata alla produzione del valore aggiunto.

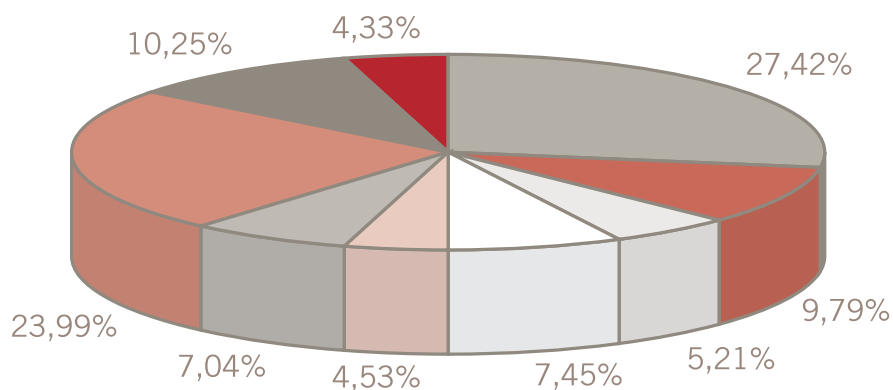
Per quanto concerne, in particolare, la remunerazione dei destinatari delle politiche camerali, dall'analisi dettagliata della composizione di tale voce è possibile individuare due componenti fondamentali: quella relativa agli oneri del personale della Camera e dell'Azienda Speciale, la cui attività è finalizzata in gran parte all'erogazione dei servizi ai destinatari delle politiche camerali, e quella connessa al valore dei beni e servizi conferiti agli stessi.

L'apporto di tali componenti nell'anno 2007 risulta dal prospetto che segue.

**DETTAGLIO DEI COSTI SOSTENUTI PER LA REMUNERAZIONE  
DEL SISTEMA ECONOMICO-PRODUTTIVO ANNO 2007**

	<b>Beni e servizi esterni</b>	<b>Personale</b>	<b>Totale</b>	<b>% sulla remunerazione totale</b>
<b>SERVIZI AMMINISTRATIVI</b>	<b>656.629,00</b>	<b>691.486,00</b>	<b>1.348.115,00</b>	<b>27,42</b>
<b>REGOLAZIONE DEL MERCATO</b>	<b>133.323,00</b>	<b>348.252,00</b>	<b>481.575,00</b>	<b>9,80</b>
<b>PROMOZIONE DEL SISTEMA SOCIO-ECONOMICO</b>	<b>1.844.211,00</b>	<b>1.030.456,00</b>	<b>2.874.667,00</b>	<b>58,46</b>
- Internazionalizzazione	114.060,00	142.164,00	256.224,00	5,21
- Innovazione	238.398,00	127.844,00	366.242,00	7,45
- Studi e informazione economica	90.071,00	132.624,00	222.695,00	4,53
- Formazione	158.734,00	187.211,00	345.945,00	7,04
- Marketing territoriale e sviluppo locale	816.151,00	363.468,00	1.179.619,00	23,99
- Accesso al credito, finanza e contributi per le imprese	426.797,00	77.145,00	503.942,00	10,25
<b>MODERNIZZAZIONE DELLA STRUTTURA</b>	<b>86.419,00</b>	<b>126.523,00</b>	<b>212.942,00</b>	<b>4,32</b>
<b>TOTALE</b>	<b>2.720.582,00</b>	<b>2.196.717,00</b>	<b>4.917.299,00</b>	<b>100,00%</b>

*Importi espressi in euro*



- Servizi amministrativi
- Regolazione del mercato
- Internazionalizzazione
- Innovazione
- Infrastrutture
- Studi e informazione economica
- Formazione
- Marketing territoriale e sviluppo locale
- Accesso al credito, Finanza e contributi per le imprese
- Modernizzazione della struttura

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 (58,46%) e i servizi amministrativi (27,42%). Nell'ambito delle iniziative di promozione del sistema socio-economico, si rileva una considerevole incidenza delle risorse destinate al marketing territoriale e allo sviluppo locale (+23,99%), una buona incidenza delle risorse destinate alla finanza e ai contributi alle imprese (+10,25%) e un'equa distribuzione delle restanti risorse negli altri settori di intervento.

Relativamente alla componente "Personale", una posizione di rilievo occupano le risorse imputate ai servizi amministrativi, pari ad € 691.486,00, che rappresentano il 31,48% delle risorse totalmente destinate alla remunerazione dei destinatari delle politiche camerali. Seguono, in termini di incidenza prevalente, le risorse impiegate nell'attività di marketing territoriale e sviluppo locale (16,54%) e nei servizi di regolazione del mercato (15,85%).

---

## **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 e controllo  
della Camera di Commercio di Viterbo)

### **Editing**

Luigi Pagliaro  
Ticonzero Comunicazione

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

### **Impaginazione grafica**

Claudio Fortugno - [www.benclaro.it](http://www.benclaro.it)

Finito di stampare  
nel mese di giugno 2008  
presso la tipografia Agnesotti  
di Viterbo



Prodotto realizzato impiegando carta con  
marchio europeo di qualità ecologica Ecolabel  
Rif. nr. IT/011/04 - Completamente  
biodegradabile e riciclabile”