



Camera di Commercio
Viterbo

BILANCIO SOCIALE 2010

Camera di Commercio di Viterbo
CAMERA DELLE ECONOMIE E DELLE IMPRESE

INDICE

INTRODUZIONE	3
NOTA METODOLOGICA	4
1 L'IDENTITÀ	
1.1 LA MISSIONE	7
1.2 I VALORI	7
1.3 GLI OBIETTIVI STRATEGICI	8
1.4 L'ASSETTO ISTITUZIONALE E ORGANIZZATIVO	9
1.5 IL SISTEMA-CAMERALE	15
1.6 LA MAPPATURA DEGLI STAKEHOLDER	16
2 IL RENDICONTO ECONOMICO	
2.1 LA DESTINAZIONE DELLE RISORSE	19
3 LA RELAZIONE SOCIALE	
3.1 CAPACITÀ DI SERVIZIO PER IMPRESE E PROFESSIONISTI	27
3.2 REGOLAZIONE DEL MERCATO: TUTELA DI IMPRESE E CONSUMATORI	30
3.3 INNOVAZIONE: OPPORTUNITÀ DI CRESCITA PER LE IMPRESE	33
3.4 FORMAZIONE: SUPPORTO ALLE IMPRESE E AL MONDO DEL LAVORO	36
3.5 CONTRIBUTI E ACCESSO AL CREDITO: FACILITARE I RAPPORTI TRA IMPRESE E SISTEMA FINANZIARIO	38
3.6 CREAZIONE, SVILUPPO E CONTINUITÀ DELLE IMPRESE	39
3.7 AGROALIMENTARE: SERVIZI E PROGETTI PER ORIENTARE LE IMPRESE ALLA QUALITÀ	39
3.8 TURISMO: INIZIATIVE PER FAR CRESCERE LA CAPACITÀ DI ACCOGLIENZA DA PARTE DELLE IMPRESE	43
3.9 MARKETING TERRITORIALE E SVILUPPO LOCALE	46
3.10 INTERNAZIONALIZZAZIONE: PROIETTARE LE IMPRESE SUI MERCATI ESTERI	48
3.11 INFORMAZIONE ECONOMICA: CONTRIBUTO AL SISTEMA DELLA CONOSCENZA	51
3.12 GOVERNARE IL TERRITORIO: COLLABORAZIONI CON LE ISTITUZIONI LOCALI	53
3.13 ALTRE AZIONI PER LA COLLETTIVITÀ	54
3.14 AGIRE IN RETE: INIZIATIVE CONDIVISE CON IL SISTEMA CAMERALE	55
3.15 SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE DELLA CAMERA	55
3.16 COMUNICAZIONE, ATTIVITÀ TRASVERSALE PER GLI STAKEHOLDER	60

INTRODUZIONE

Con questa edizione, la Camera di Commercio di Viterbo giunge al suo settimo Bilancio sociale. La sua realizzazione è entrata a far parte delle attività ordinarie dell'Ente e questo dà il senso della continuità del percorso di rendicontazione sociale intrapreso. In questi anni, oltre a rappresentare uno strumento di comunicazione nei confronti degli *stakeholder*, il Bilancio sociale ha stimolato una riflessione in grado di innescare meccanismi di sviluppo organizzativo: una crescita interna indotta dalle esigenze e dalle aspettative recepite dall'ambiente esterno.

È un'attività di reporting sociale non fine a sé stessa ma interpretata con un'attenzione particolare alle varie fasi del processo: dalla programmazione alla definizione di indicatori di performance, dal coinvolgimento trasversale delle varie aree organizzative al dialogo con gli *stakeholder*.

Ciò comporta la traduzione della programmazione dell'Ente camerale rispetto agli *stakeholder*; ma anche una riflessione sulle implicazioni concrete dei nostri interlocutori delle scelte effettuate.

Il Bilancio sociale ha, quindi, la valenza di strumento strategico che può contribuire a orientare azioni e *mission*. Il tutto nell'ottica di crescente integrazione con il ciclo della *performance*, tema quanto mai attuale alla luce dell'applicazione del D. lgs.vo n. 150 del 27 ottobre 2009.

In definitiva, con il Bilancio sociale, la Camera di Commercio di Viterbo si apre all'esterno, fornendo lo spunto agli *stakeholder* per formulare un giudizio sull'operato dell'Ente e per contribuire al suo miglioramento futuro. È la concreta attuazione della volontà di dare conto, in maniera leggibile e trasparente, delle priorità, degli interventi programmati e realizzati, dei risultati raggiunti.

Il Presidente
Ferindo Palombella

NOTA METODOLOGICA

Il Bilancio sociale 2010 è stato impostato in continuità con le passate edizioni e, al contempo, ha recepito le indicazioni contenute nelle “Linee Guida sulla rendicontazione sociale delle Camere di Commercio”, derivate nell’ambito dell’iniziativa di sistema sul Bilancio sociale a valere sul Fondo di Perequazione. Si tratta di un progetto per diffondere la pratica della rendicontazione sociale nelle Camere di Commercio e per individuare e proporre un modello omogeneo e strumenti concreti di supporto.

Viene introdotta, così, una filosofia di gestione nuova che orienta le scelte strategiche, guida l’organizzazione nel perseguire l’interesse del sistema imprenditoriale locale di riferimento e la aiuta ad esprimere e a comunicare, nel rispetto della trasparenza e delle finalità istituzionali, i valori di cui è portatrice e la sensibilità sociale, ambientale ed etica di cui è capace.

Per quanto riguarda i contenuti del Bilancio sociale 2010, il documento è articolato in tre sezioni:

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

Nella prima parte viene descritto l’Ente e i suoi organi, le politiche di intervento prescelte secondo il disegno strategico e i valori guida assunti.

Nella seconda parte, dedicata al Rendiconto economico, è misurato il valore aggiunto creato e destinato a remunerare gli *stakeholder*, i destinatari cioè delle politiche camerali.

La terza parte sulla Relazione sociale illustra le attività svolte a favore degli *stakeholder* e il grado di sensibilità sociale dell’Ente nell’individuare le aree di intervento.

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



Camera di Commercio
Viterbo

1 L'IDENTITÀ



1.1 LA MISSIONE

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

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

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

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

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

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

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

1.2 I VALORI

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

LA MAPPA DEI VALORI DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI VITERBO

VALORI

- Trasparenza
- Valorizzazione risorse umane
- Partecipazione
- Cooperazione
- Sussidiarietà
- Efficienza e semplificazione
- Innovazione

1.3 GLI OBIETTIVI STRATEGICI

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

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

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

- **consolidare il posizionamento dell'Ente camerale** nell'ottica di un rafforzamento del sistema a rete nei rapporti con le altre istituzioni, amministrazioni e organizzazioni attive sul territorio provinciale;
- **sostenere l'innovazione e il rilancio competitivo dei territori** favorendo la semplificazione amministrativa, la localizzazione e crescita delle imprese, l'accesso al credito, la qualità del lavoro, le infrastrutture, il turismo, l'innovazione e il trasferimento tecnologico;
- **rafforzare il posizionamento delle imprese della Tuscia sui mercati nazionali e internazionali** in raccordo con la tutela del *made in Italy* attraverso iniziative per la regolazione del mercato, l'internazionalizzazione, la tutela e promozione dell'agroalimentare, la valorizzazione e diffusione dell'informazione economica;
- **promuovere l'efficienza e la semplificazione dei processi interni** puntando sull'automazione dei servizi, sulle politiche di *e-government*, sulla valorizzazione professionale delle risorse umane.

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**

1.4 L'ASSETTO ISTITUZIONALE E ORGANIZZATIVO

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

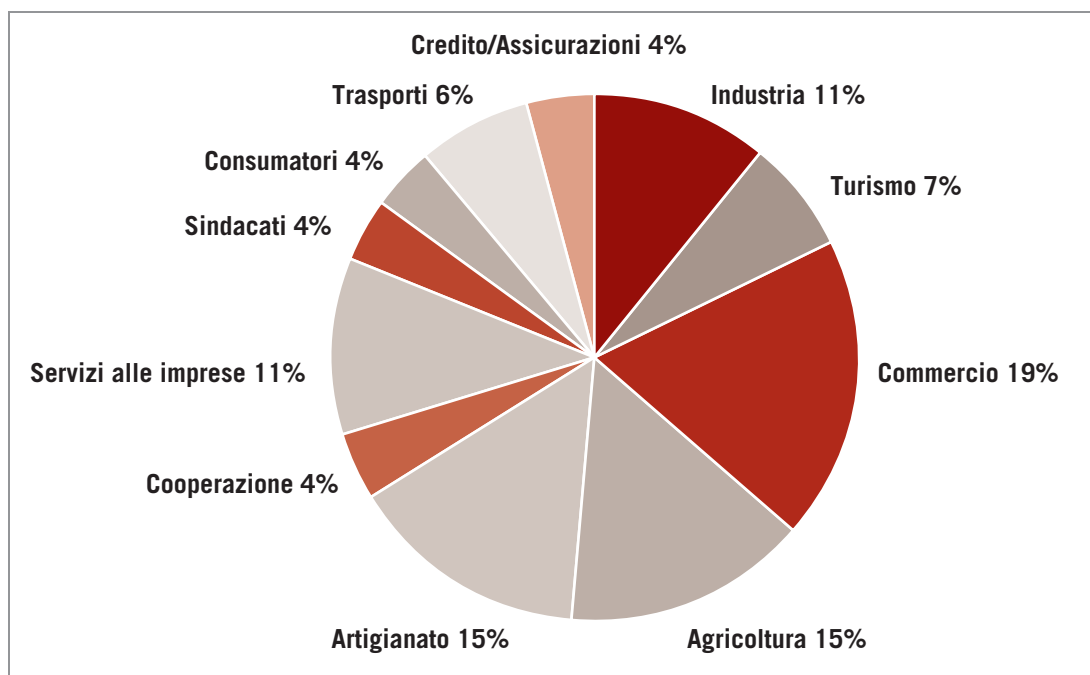
1.4.1 Il Consiglio camerale

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

Nel 2009 il Consiglio della Camera di Commercio di Viterbo è stato rinnovato con Decreto del Presidente della Regione Lazio n. T0366 del 3.6.2009. Si compone di 27 membri, così ripartiti:

SETTORE DI APPARTENENZA	CONSIGLIERI
Agricoltura	Gabriel Battistelli, Petronio Coretti, Carlo Mariotti, Leonardo Michelini
Artigianato	Enio Gentili, Adalberto Meschini, Ferindo Palombella, Stefano Signori
Industria	Marco Giuliani, Rino Orsolini, Goffredo Ricci
Commercio	Franco Boccolini, Giulio Ceccarelli, Giovanni Mirulla, Vincenzo Peparello, Gaetano Picchioni
Cooperazione	Massimo Pelosi
Turismo	Antonia Biritognolo, Sergio Cesarini
Trasporti	Antonio Delli Iaconi, Mario Zucca
Credito/Assicurazioni	Michele Rattacaso (<i>dimissionario dal 27.4.2011</i>)
Servizi alle Imprese	Giuseppe Crea, Sergio Fornai, Roberto Nicola Rajata
Organizzazioni sindacali	Miranda Perinelli (<i>consigliere camerale dal 3.3.2011</i>)
Associazioni dei consumatori	Mauro Belli

RAPPRESENTAZIONE DEI SETTORI ECONOMICI NEL CONSIGLIO CAMERALE



1.4.2 La Giunta

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

La Giunta della Camera di Commercio di Viterbo è stata eletta dal Consiglio il 20 luglio 2009 ed è così composta:

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

1.4.3 Il Presidente

Il Presidente della Camera di Commercio guida la politica generale della Camera come rappresentante legale, assicurandone l'unitarietà di indirizzo politico e amministrativo.

1.4.4 Il Collegio dei Revisori dei conti

Anch'esso nominato dal Consiglio camerale, è composto da tre membri effettivi (designati rispettivamente dal Presidente della Giunta Regionale, dal Ministero dello Sviluppo Economico 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 indirizzo; esercita la vigilanza sulla regolarità contabile e finanziaria della gestione della Camera e attesta la corrispondenza del conto consuntivo alle risultanze della gestione.

Al 31 dicembre 2010 è così composto:

Presidente	Teresa Romeo
Componenti effettivi	Andrea Arcangeli, Maria Concetta Di Rienzo
Componenti supplenti	Lorenzo Ciorba, Roberto Ragonesi

1.4.5 L'assetto organizzativo

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

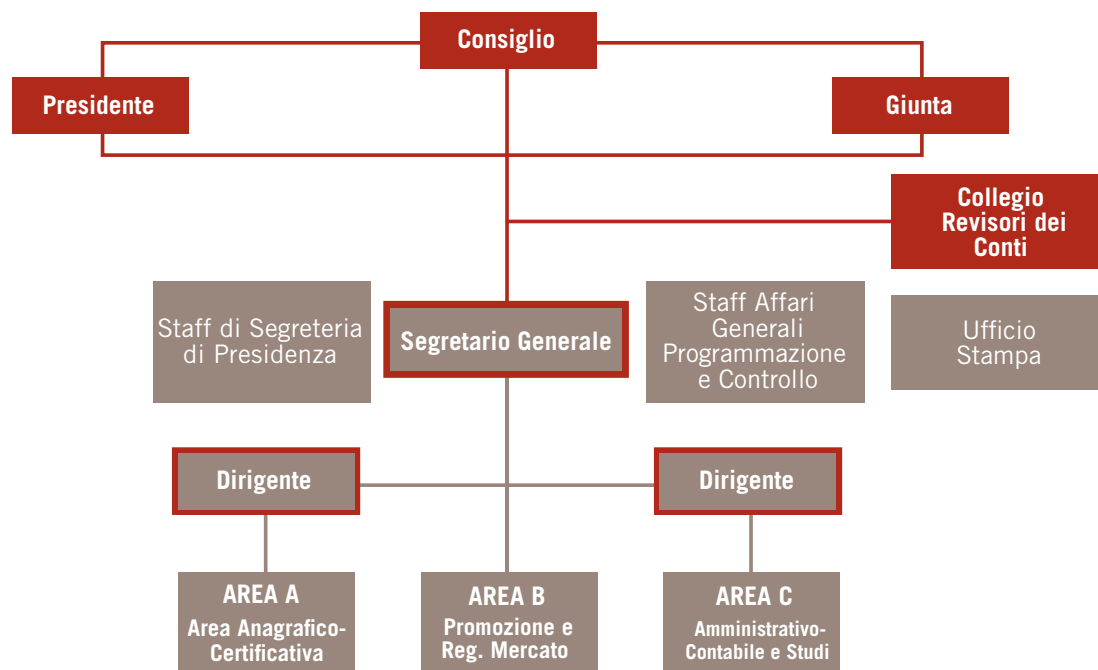
- **Area dirigenziale A "Area Anagrafico-Certificativa"**
- **Area Dirigenziale B "Area Promozione e Regolazione del mercato"**
- **Area Dirigenziale C "Area Amministrativo-Contabile e Studi"**

Il Segretario Generale gestisce l'attività dell'amministrazione camerale indirizzando e coordinando l'attività dei Dirigenti e curando l'organizzazione degli uffici, la gestione del personale e i correlati rapporti sindacali di lavoro. Alle dirette dipendenze del Segretario Generale operano i seguenti uffici:

- **Staff Affari Generali, Programmazione e Controllo**
- **Staff di Segreteria di Presidenza**
- **Ufficio Stampa**

Segretario Generale	Franco Rosati	<i>(in servizio fino al 30.6.2011)</i>
	Francesco Monzillo	<i>(in servizio dall'1.7.2011)</i>

ORGANIGRAMMA DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI VITERBO



1.4.6 Il profilo qualitativo del personale

Si riportano di seguito alcuni dati sul profilo qualitativo del personale della Camera di Commercio di Viterbo (CdC) e dell'Azienda Speciale CeFAS per analizzarne le principali caratteristiche:

Composizione del personale per qualifica professionale

		2009	2010
CdC	Dirigenti	3	3
	Impiegati	51	52
	Totale	54	55
CeFAS	Totale	7	7

Composizione del personale per genere

		2009	2010
CdC	Donne	25	27
	Uomini	29	28
	Totale	54	55
CeFAS	Donne	4	4
	Uomini	3	3
	Totale	7	7

Nel 2010 il personale di ruolo della Camera di Commercio di Viterbo è stato pari a 55 unità facendo registrare una stabilizzazione rispetto al flusso dell'ultimo quadriennio per effetto delle disposizioni legislative in materia di assunzioni e di contenimento della spesa pubblica. Il personale del CeFAS si è assestato nell'ultimo biennio su 7 unità.

Composizione del personale per classi di età													
		Fino a 19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	Oltre 65	Totale
2009	CdC	-	-	-	4	9	9	11	9	9	2	1	54
	CeFAS	-	-	-	-	-	1	3	1	2	-	-	7
	Totale	-	-	-	4	9	10	14	10	11	2	1	61
2010	CdC	-	-	-	4	9	9	10	8	11	3	1	55
	CeFAS	-	-	-	-	-	1	3	1	2	-	-	7
	Totale	-	-	-	4	9	10	13	9	13	3	1	62

Età media delle risorse umane		
	2009	2010
CdC	47,50	48,30
CeFAS	49,30	50,30

Per quanto riguarda le classi di età, la composizione del personale è piuttosto eterogenea con una concentrazione nelle fasce tra i 35-39, 40-44, 45-49, 50-54, 55-59. L'età media del personale camerale è pari a 48; quella del personale dell'Azienda speciale CeFAS pari a 50.

Composizione del personale per anzianità di servizio											
		0-5	6-10	11-15	16-20	21-25	26-30	31-35	36-40	> 40	Totale
2009	CdC	5	11	11	4	8	3	11	1	-	54
	CeFAS	1	2	-	1	2	1	-	-	-	7
	Totale	6	13	11	5	10	4	11	1	-	61
2010	CdC	5	13	11	3	6	7	7	3	-	55
	CeFAS	1	2	-	0	3	1	-	-	-	7
	Totale	6	15	11	3	9	8	7	3	-	62

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

Ripartizione del personale della Camera di Commercio per profilo professionale			
		2009	2010
Impiegati	Profilo A	2	2
	Profilo B	1	1
	Profilo C	27	29
	Profilo D	21	20
Dirigenti		3	3
Totale		54	55

Composizione del personale per tipologia contrattuale								
		A tempo indeterminato			A tempo determinato	Interinale	Altre tipologie	Totale
		full time	part time	Totale				
2009	CdC	51	3	54	19	-	-	73
	CeFAS	6	1	7	-	-	1	8
	Totale	57	4	61	19	-	1	81
2010	CdC	53	2	55	21	-	-	76
	CeFAS	6	1	7	-	-	-	7
	Totale	59	3	62	21	-	-	83

Composizione del personale per titolo di studio					
		Scuola dell'obbligo	Licenza media superiore	Laurea	Totale
2009	CdC	9	21	24	54
	CeFAS	1	4	2	7
	Totale	10	25	26	61
2010	CdC	10	20	25	55
	CeFAS	1	4	2	7
	Totale	11	24	27	62

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

1.5 IL SISTEMA CAMERALE

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

Principali società del sistema locale partecipate dalla Camera di Commercio di Viterbo		
Società	Attività	Quota di partecipazione
SPAL Srl Montalto di Castro	Azioni di animazione e promozione del territorio litoraneo	1,58%
SAVIT SpA Viterbo	Sviluppo e gestione impianti aeroporto di Viterbo	33,3%
TUSCIA EXPO Spa Viterbo	Relazione e gestione polo fieristico e eventi	25%
Centro Agroalimentare di Viterbo srl Viterbo	Realizzazione e gestione di un centro agroalimentare	15,19%
Centro Ceramica Civita Castellana srl Civita Castellana	Servizi di assistenza e consulenza alle imprese del polo ceramico	13,65%
Società autostrada Tirrenica SpA Roma	Progettazione e esercizio gestione autostrade in concessione	0,0037%
Parco scientifico e tecnologico alto lazio Soc. Cons.pA Rieti	Attività di promozione di progetti di innovazione tecnologica	7%
Monti Cimini SpA	Gestione impianto di lavorazione di nocciole e commercializzazione	7,5%
Fondazione IG Student	Attività di formazione permanente	0,025%

1.5.1 L'Azienda speciale CeFAS

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

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

Oltre alla formazione, a partire dall'anno 2000 la Camera di Commercio di Viterbo ha demandato all'Azienda Speciale alcuni servizi e progetti che, realizzati in *partner-*

ship con le locali Associazioni di categoria, assumono importanza strategica per l'economia della provincia di Viterbo. In particolare il CeFAS svolge le seguenti funzioni di supporto e promozione alle imprese in coerenza con la missione affidata e con le strategie dell'Ente camerale:

- **qualificazione delle produzioni e dei servizi delle imprese locali** con riferimento specifico alla filiera produttiva e alla fase di commercializzazione, anche attraverso la definizione di appositi disciplinari di prodotto e conseguenti azioni promozionali, direttamente riconducibili alle iniziative dello Sportello Marchio Tuscia Viterbese, istituito a decorrere dall'anno 2005;
- **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;
- **marketing territoriale** finalizzate alla diffusione e qualificazione degli strumenti di sviluppo e semplificazione amministrativa;
- **qualificazione, riqualificazione e sviluppo delle risorse umane** anche tramite implementazione di politiche attive del lavoro.

1.6 LA MAPPATURA DEGLI STAKEHOLDER

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





Camera di Commercio
Viterbo

2 Il Rendiconto economico



2.1 LA DESTINAZIONE DELLE RISORSE

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

Sono stati considerati i Conti economici della Camera e dell'Azienda Speciale CeFAS in modo da ottenere, una volta sommate le relative poste contabili al netto dei trasferimenti tra esse intervenuti, un **Conto economico consolidato**. Quest'ultimo viene quindi riclassificato secondo una configurazione a "Valore aggiunto", che meglio si presta a 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 (CdC) e del CeFAS		
	2009	2010
Proventi Gestione corrente CdC	7.942.944,00	8.230.727,00
Proventi Gestione corrente del CeFAS	474.801,00	502.282,00
Oneri Gestione corrente CdC al netto dei trasferimenti del CeFAS	-8.465.805,00	-8.091.161,00
Oneri Gestione corrente CeFAS	-684.639,00	-714.394,00
Risultato Gestione corrente	-732.699,00	-72.546,00
Saldo poste straordinarie (CdC +CeFAS)	-3.105,00	153.790,00
Saldo gestione finanziaria	-8.697,00	-180,00
Rettifiche di valore attività finanziaria	-101.074,00	-59.256,00
Risultato economico dell'esercizio	-845.575,00	21.808,00

(Valori espressi in Euro)

Nell'esercizio 2010 si è registrato un risultato economico positivo determinato da un lato dall'incremento dei proventi rispetto all'anno 2009, con particolare riferimento ai contributi e trasferimenti e ai diritti di segreteria, dall'altro da un contenimento degli oneri correnti attraverso una oculata gestione che ha condotto a una riduzione delle spese di funzionamento e degli oneri inerenti il personale. Inoltre la gestione dell'anno 2010 è stata caratterizzata da **una forte incidenza della componente straordinaria caratterizzata dalla rilevazione di sopravvenienze attive**, connesse all'eliminazione delle economie verificatesi nel "fondo della dirigenza" per effetto dell'assenza di un dirigente collocato in aspettativa senza assegni.

2.1.1 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 2010 tale grandezza è stata pari a 7,63 milioni di euro, con un incremento del 4,26% rispetto all'anno precedente imputabile principalmente, come già specificato, a un incremento della voce contributi e trasferimenti.

Valore globale della produzione: proventi attività tipica Camera di Commercio (CdC) e CeFAS				
	2009		2010	
Diritto annuale (al netto accantonam. Fondo Svalutazione crediti)	4.845.408,00	66,25%	4.877.160,00	63,96%
Diritti di segreteria e oblazioni	1.101.651,00	15,06%	1.149.944,00	15,08%
Proventi da gestione di servizi	165.146,00	2,26%	187.517,00	2,45%
Contributi e trasferimenti	466.665,00	6,38%	655.966,00	8,60%
Altri proventi	276.565,00	3,78%	253.587,00	3,32%
Ricavi propri CeFAS (al netto dei trasferimenti dalla CdC)	127.867,00	1,75%	160.149,00	2,10%
Altri proventi CeFAS	346.934,00	4,74%	342.133,00	4,49%
Variazioni rimanenze	-16.781,00	-	-1.400,00	-
Valore globale della produzione	7.313.453,00	100%	7.625.056,00	100%

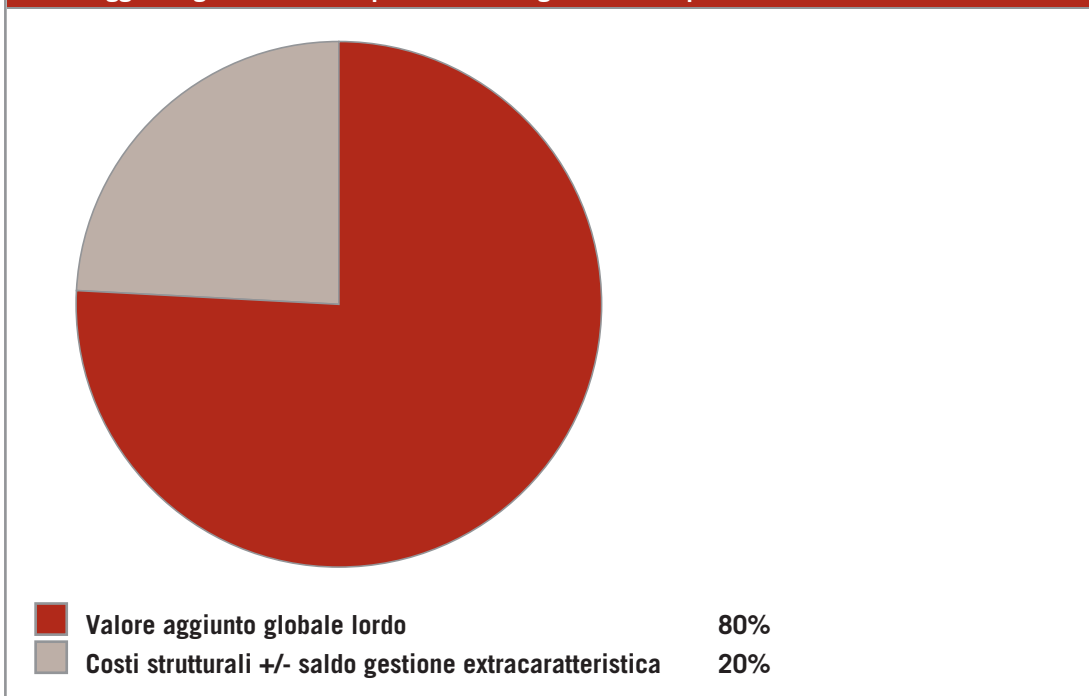
(Valori espressi in Euro)

Dal Valore globale della produzione si sottraggono i **costi strutturali** che non costituiscono remunerazione diretta per gli *stakeholder* esterni della Camera, ma servono al funzionamento interno della stessa (articolati nella tabella sottostante in una componente riconducibile al personale e 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 2010 tale valore ammonta a 6,11 milioni di Euro, facendo rilevare un incremento del 9,67% rispetto all'anno precedente, correlato principalmente all'aumento del valore globale della produzione, del saldo della gestione straordinaria e una riduzione dei costi di struttura.

Il prospetto di produzione del Valore aggiunto			
	2009	2010	Variazioni 2009-10
Valore globale della produzione	7.313.453,00	7.625.056,00	4,26%
Costi per funzionamento struttura	1.636.352,00	1.617.561,00	-1,15%
Valore aggiunto caratteristico lordo	5.677.102,00	6.007.496,00	5,82%
Saldo gestione accessoria	-101.074,00	-49.535,00	-
Saldo gestione straordinaria	-3.105,00	153.791,00	-
Saldo gestione accessoria e straordinaria	-104.179,00	104.255,00	-
Valore aggiunto globale lordo	5.572.922,00	6.111.751,00	9,67%

(Valori espressi in Euro)

Valore aggiunto globale lordo rispetto al Valore globale della produzione



2.1.2 La distribuzione del Valore aggiunto

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

- **destinatari delle politiche camerali**, ossia i soggetti che sono diretti beneficiari, in termini di beni, servizi e conferimenti – dell'attività generale della Camera e del CeFAS;
- **sistema camerale**, rispetto al quale si evidenziano le ricadute di azioni che avendo un contenuto promozionale generano un impatto diretto sul sistema stesso;
- **Pubblica Amministrazione**, per la quale l'imposizione fiscale rappresenta una remunerazione, un apporto di valore;
- **credito**, per l'utilizzo di liquidità;
- **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			
	2009	2010	Variazione 2009-2010
Risorse per progetti e servizi	5.356.741,00	5.011.270,00	-6,45%
Remunerazione altri Enti del sistema camerale	525.443,00	523.378,00	-0,39%
Remunerazione della P.A. (Oneri fiscali)	272.855,00	289.803,00	6,21%
Remunerazione capitale di credito	8.697,00	9.901,00	13,84%
Remunerazione dell'Ente			
Risultato dell'esercizio (CdC+CeFAS)	-845.575,00	21.808,00	
Ammortamenti (CdC+CeFAS)	254.761,00	255.590,00	
Totale	590.814,00	277.398,00	-53,04%
Valore aggiunto globale lordo	5.572.922,00	6.111.751,00	9,67%

(Valori espressi in Euro)

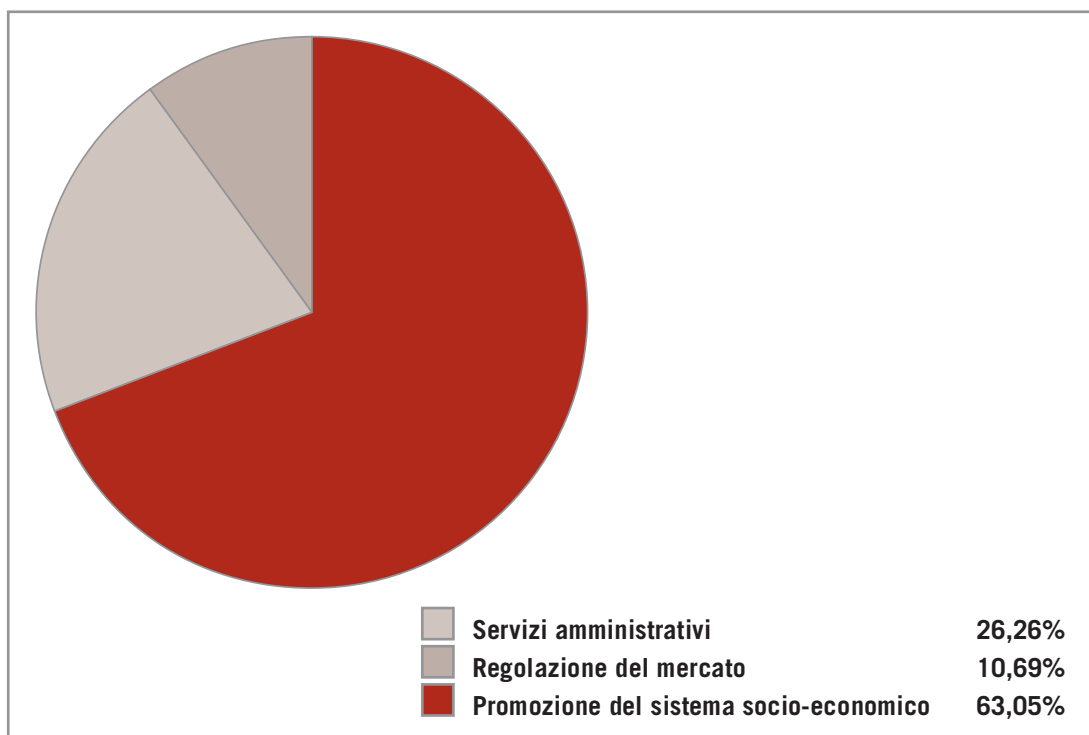
Nell'ambito della distribuzione del Valore aggiunto, significativo è il dato relativo alle risorse impiegate in progetti e servizi pari nell'anno 2010 a 5,01 milioni di Euro, corrispondenti all'82% del Valore aggiunto globale lordo a fronte del 96% dell'anno 2009. Al riguardo si evidenzia che nell'anno 2009, tenuto conto della difficile congiuntura, l'Ente camerale ha compiuto uno sforzo considerevole nell'incrementare le risorse da destinare al sistema economico-produttivo, in particolare a sostegno dell'accesso al credito da parte delle imprese; ciò ha avuto particolari riflessi sul risultato d'esercizio. L'impiego di risorse dell'anno 2010 riflette invece il trend del biennio precedente al 2009.

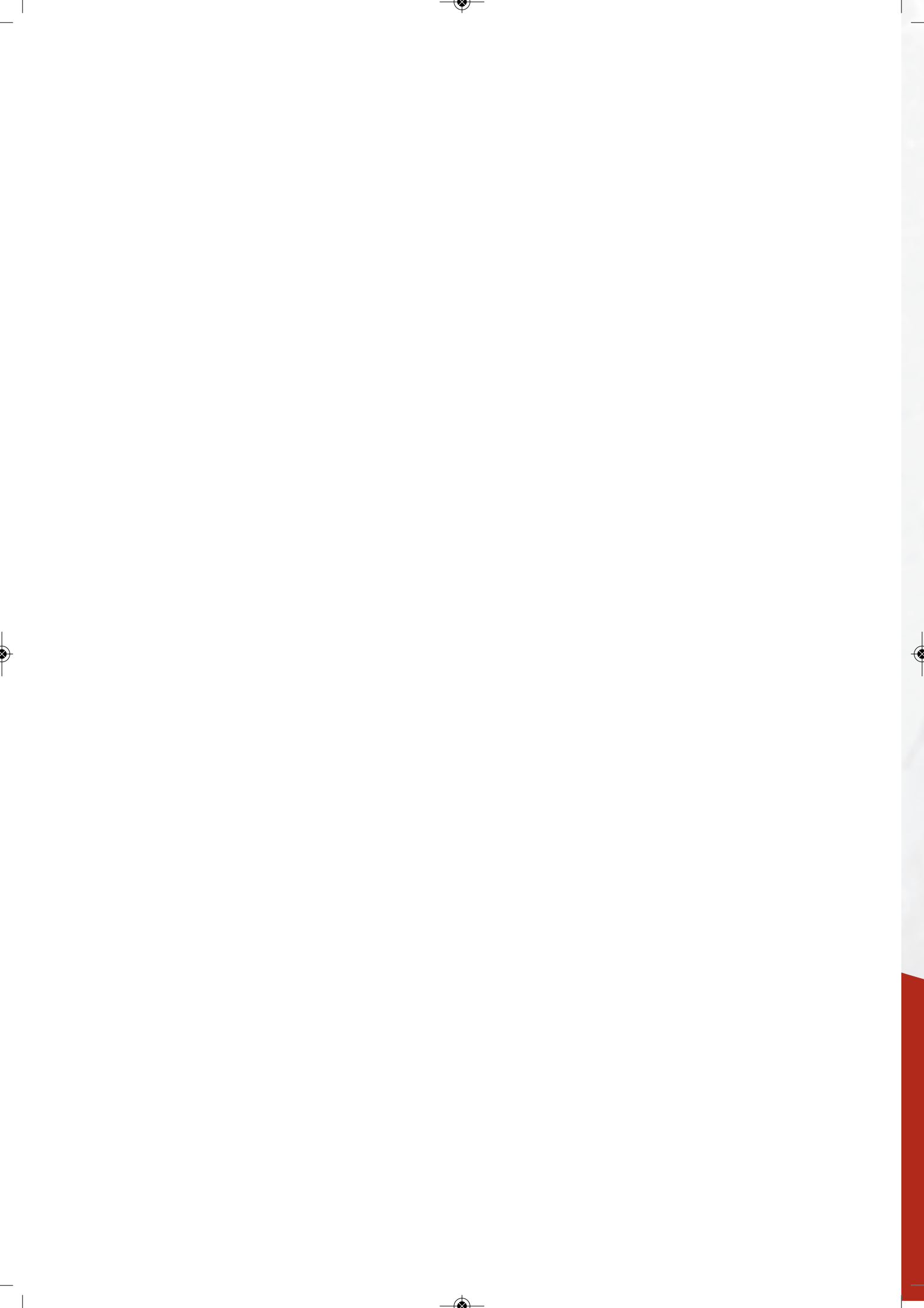
Dettaglio dei costi sostenuti per progetti e servizi nel 2010		
	Risorse	Percentuale sulla remunerazione totale
Servizi amministrativi	1.316.162,00	26,26%
Regolazione del mercato	535.895,00	10,69%
Promozione del sistema socio-economico	3.159.212,00	63,05%
- Internazionalizzazione	240.813,00	
- Innovazione	478.173,00	
- Studi e informazione economica	232.378,00	
- Formazione, creazione sviluppo e continuità economica	326.458,00	
- Marketing territoriale e sviluppo locale	948.898,00	
- Infrastrutture	92.184,00	
- Accesso al credito, finanza e contributi per le imprese	366.208,00	
- Promozione del turismo	238.336,00	
- Comunicazione istituzionale	235.764,00	
Totale	5.011.270,00	100%

(Valori espressi in Euro)

L'analisi congiunta delle componenti dirette alla remunerazione dei destinatari delle politiche camerali mette in evidenza, come preminenti, in termini di risorse relative rispetto a tale voce, la promozione del sistema socio-economico (63,05%) e i servizi amministrativi (26,26%).

Nell'ambito delle iniziative di promozione del sistema socio-economico, si rileva una considerevole incidenza delle risorse destinate al marketing territoriale e sviluppo locale (+30,03%), una buona incidenza delle risorse destinate all'innovazione (15,14%), alla finanza (+11,59%) e alla formazione (10,33%).







Camera di Commercio
Viterbo

3 La Relazione sociale



3.1 CAPACITÀ DI SERVIZIO PER IMPRESE E PROFESSIONISTI

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

3.1.1 Registro delle Imprese

Il Registro delle Imprese costituisce l'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;
- il rilascio di visure e certificati;
- il rilascio di elenchi degli esercenti attività economiche;
- la bollatura e numerazione dei libri e delle scritture contabili.

Registro delle Imprese: dati generali		
	2009	2010
Iscrizioni	1.876	2.155
Cessazioni/Variazioni	7.185	8.169
Totale imprese registrate	38.240	38.268
Visure presso Sportello	4.537	4.523
Certificati presso Sportello	5.166	5.317

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

Dispositivi digitali rilasciati dalla Camera di Commercio		
	2009	2010
CNS/Business Key emesse	777	763
Convenzioni Telemaco e mandati di incarico alla distribuzione	325	344

Nel 2010 il Registro Imprese della Camera di Commercio di Viterbo ha incrementato il ricorso a soluzioni tecniche innovative, allo scopo di fornire comunicazioni sempre più esaustive e tempestive. In tal senso il sito internet istituzionale www.vt.camcom.it è divenuto il principale strumento di informazione sui Servizi Anagrafici dell'Ente camerale e di aggiornamento sulle novità tecnico-giuridiche. Inoltre la consultazione diretta per ottenere informazioni e chiarimenti è stata elevata attraverso l'attivazione di un servizio dedicato di **Call Center** (nel 2010 sono stati registrati 6.700 contatti) e il dialogo con il personale degli uffici via **posta elettronica** o **posta elettronica certificata** (registroimprese@vt.legalmail.camcom.it).

Sempre sul fronte informativo un'attenzione particolare è stata dedicata a professionisti e imprese per i quali sono stati organizzati **workshop** di approfondimento sulle principali novità normative introdotte.

3.1.2 L'Albo Imprese Artigiane

Su 38.268 imprese, il 21% appartiene al comparto artigiano.

Principali indicatori riguardanti l'Albo delle Imprese Artigiane (AIA)		
	2009	2010
Iscrizioni	820	875
Cessazioni	1.334	1.421
Totale soggetti registrati nell'AIA	8.285	7.999

Registro delle imprese e Albo Imprese Artigiane: pratiche suddivise per modalità di presentazione								
	Manuale		Informatica		Altre Modalità		Totale	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
2009	4.426	22,69	13.961	71,57	1.121	5,74	19.508	100
2010	2.278	12,33	16.063	86,92	140	0,76	18.481	100

3.1.3 Comunicazione Unica

Tra le principali novità che hanno interessato i Servizi Anagrafici (Registro Imprese e Albo Imprese Artigiane) nel 2010, ha assunto particolare rilievo la "Comunicazione

Unica". La nuova procedura, attiva dal 1° aprile 2010, ha consentito di unificare in una sola pratica telematica gli adempimenti per l'avvio, la modifica e la cancellazione dell'impresa, nei confronti dell'Agenzia delle Entrate, del Registro delle Imprese, dell'Inps e dell'Inail.

Con la Comunicazione Unica è di fatto sancito l'obbligo di utilizzazione del supporto informatico o della modalità telematica con firma digitale per gli adempimenti di competenza anche per gli imprenditori individuali fino ad ora esonerati da tale vincolo. Dopo una prima fase sperimentale, nel primo semestre dell'anno è stata studiata la modalità per integrare la nuova procedura di Comunicazione Unica anche per le istanze rivolte all'Albo delle Imprese Artigiane. A fine anno il sistema è andato a regime per la totalità delle pratiche del Registro Imprese ed il 50% delle pratiche Artigiane.

Al soddisfacente risultato ha contribuito anche l'apertura presso l'Ente camerale di uno **Sportello Assistito** che, oltre a supportare gli utenti alla compilazione e presentazione delle pratiche su supporto informatico e con firma digitale, ha consentito la formazione e assistenza continua ai professionisti allo scopo di migliorare la qualità delle pratiche del Registro Imprese e dell'Albo Imprese Artigiane.

3.1.4 Albi Ruoli e Registri

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

Albi, Ruoli, Elenchi: dati generali				
	2009		2010	
	iscrizioni	iscritti	iscrizioni	iscritti
Ruolo Agenti e rappresentanti	50	2.036	37	2.073
Ruolo Agenti d'affari in mediazione	57	613	32	637
Ruolo conducenti non di linea	24	319	15	275
Ruolo periti ed esperti	10	183	6	186

3.2 REGOLAZIONE DEL MERCATO: TUTELA DI IMPRESE E CONSUMATORI

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

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

3.2.1 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**.

Il dato relativo alle domande di conciliazione presentate nell'anno 2010 è pressoché costante rispetto all'anno 2009. Infatti sono pervenute 189 domande a fronte di 185 del 2009.

Il D. Lgs.vo 28/2010 ha introdotto dal 20.3.2011 l'obbligatorietà di tale istituto quale condizione di procedibilità relativamente a controversie civili e commerciali in materie aventi ad oggetto diritti disponibili. L'attività dell'Ente camerale è stata quindi concentrata nel 2010 nell'organizzazione di seminari dedicati alla Mediazione per la conciliazione delle controversie civili e commerciali rivolte alle realtà professionali interessate dalla nuova normativa.

Domande per la risoluzione di controversie			
2009		2010	
Presentate	Concluse	Presentate	Concluse
185	63	184	89

Indicatori riguardanti lo Sportello di conciliazione		
	2009	2010
Procedure attivate	185	184
- di cui tra imprese	57	94
- di cui tra imprese e consumatori	128	90
Procedure concluse	63	89
Valore medio controversie tra imprese	€ 2.687,00	€ 4.651,00
Valore medio controversie tra imprese e consumatori	€ 1.022,00	€ 1.422,20

Elenco Conciliatori		
	2009	2010
Iscritti	64	64

3.2.2 Arbitrato

La Camera di Commercio dispone di una **Camera Arbitrale** alla quale le imprese possono rivolgersi per la risoluzione di controversie di tipo paragiurisdizionale. L'Arbitrato è un istituto paragonabile al primo grado della giustizia ordinaria, regolato dal Codice di procedura Civile, e consiste nell'affidare una decisione (il lodo arbitrale) a un soggetto privato e neutrale scelto dalle parti in lite. La decisione di ricorrere al *terzo arbitro* poggia sulla collaborazione e sulla volontà delle parti. Per poter accedere a tale procedura è necessario che sia stata prevista un'apposita clausola nel contratto o che venga successivamente stipulato un compromesso arbitrale. Il procedimento si chiude con una decisione finale che acquista efficacia di vera e propria sentenza di primo grado tra le parti. L'istituto dell'Arbitrato garantisce rapidità e riservatezza, competenza degli arbitri, possibilità di mantenere relazioni costruttive tra i convenuti. Al fine di promuovere lo strumento arbitrale, nel 2010 è stata realizzata una conferenza stampa e si è proceduto alla divulgazione di una brochure informativa presso gli ordini professionali degli avvocati, dei notai e dei dottori commercialisti.

31

3.2.3 Registro Informatico dei Protesti cambiari

Il Registro Informatico dei Protesti cambiari accresce il livello di certezza dei rapporti commerciali, offrendo un valido supporto per ciò che attiene alla scelta degli interlocutori d'affari. Tale Registro contiene informazioni utili di tutti i protesti levati nella provincia a carico di persone e 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, consentendo di conoscere tutti i protesti levati negli ultimi cinque anni e non cancellati, contribuendo alla conoscenza per gli operatori economici degli interlocutori nelle loro relazioni d'affari.

Nominativi inseriti e cancellati dall'Elenco protesti cambiari		
	2009	2010
Nominativi inseriti	5.124	4.816
Nominativi cancellati su istanza prima della scadenza quinquennale	355	362

3.2.4 Ufficio Prezzi

La Camera di Commercio si occupa tradizionalmente della redazione mensile del listino dei prezzi all'ingrosso, nel quale vengono pubblicati i prezzi rilevati nella provincia di Viterbo e relativi ai prodotti afferenti vari settori economici. Le attività consistono in una sistematica raccolta dei prezzi di acquisto, vendita e uso di beni, materiali e immobili. Nella fattispecie esistono tre commissioni di esperti che si riuniscono mensilmente per determinare i prezzi di alcuni **prodotti agricoli**, **prodotti alimentari** e **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			
Tipo/Titolo listini	Cadenza	Contenuti	Modalità
Prezzi prodotti petroliferi	Quindicinale	Prezzi medi dei prodotti petroliferi	Pubblicazione sul sito internet della Camera di Commercio di Viterbo
Listino prezzi all'ingrosso	Mensile	Prezzi medi dei prodotti agricoli, alimentari, edilizia industria	Pubblicazione sul sito internet della Camera di Commercio di Viterbo

32

3.2.5 Ufficio Metrologia Legale

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

Attività di metrologia legale		
	2009	2010
Bacino utenti	5.230	5.230
Controllo produzione ditte orafe	9	11
N. sopralluoghi presso il domicilio degli utenti per la verifica periodica degli strumenti metrici	670	646
N. marchi d'identificazione per la punzonatura dei metalli preziosi	29	27
- Nuove concessioni	1	-
- Rinnovi	28	27

3.2.6 Concorsi a premio

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

Attività del Responsabile della tutela del consumatore e della fede pubblica nei Concorsi a premio		
	2009	2010
Accessi funzionario camerale	2	11

3.2.7 Ufficio Sanzioni

Con il D.P.C.M. 26.05.2000 le funzioni attribuite agli uffici UPICA sono state acquisite dalle Camere di Commercio istituendo un Ufficio Sanzioni. Tale attività sanzionatoria s'inquadra nell'ambito della tutela dei consumatori poiché sanziona quei comportamenti commerciali scorretti e non conformi ai dettati della normativa nazionale e comunitaria.

Elenco ispezioni e ordinanze (ex UPICA) eseguite		
	2009	2010
Ordinanze emesse	307	311
Ispezioni	12	23

3.3 INNOVAZIONE: OPPORTUNITÀ DI CRESCITA PER LE IMPRESE

3.3.1 Brevetti e Marchi

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

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

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

Il **Punto di informazione Brevettuale-PIP**, costituito dalla Camera di Commercio di Viterbo, consente di accedere a tutte le informazioni in materia di marchi e brevetti, sia a livello italiano che internazionale. Inoltre presta assistenza per verificare i requisiti di novità e creatività dell'idea proposta.

Deposito marchi e brevetti		
	2009	2010
Invenzioni	6	9
Modelli di utilità	9	9
Marchi	182	166
Marchi internazionali	1	-
Disegni e modelli	4	7
Istanze varie	14	6
Annotazioni	2	4
Trascrizioni	2	5
Totale	224	206
Informazioni rilasciate presso il PIP	597	500

3.3.2 Progetti per l'innovazione

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

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

L'attività curata dallo Sportello Innovazione nell'anno 2010 ha riguardato l'attivazione di due filoni di iniziative riconducibili al settore agricolo e, nello specifico, alla **coltura del nocciolo e del ciliegio**, quest'ultimo con particolare attenzione all'area produttiva tipica del comprensorio di Celleno, Sant'Angelo e Roccalvecce.

Le iniziative sono state finalizzate a sviluppare progetti, derivanti dalla ricerca, che possano avere immediati riscontri operativi per i produttori locali.

In tale ambito sono stati realizzati più incontri, sia presso la sede del CeFAS sia nei rispettivi comprensori produttivi, dove sono state messe a confronto le ipotesi operative con i reali interessi del mondo produttivo rappresentato dalle Organizzazioni di produttori o, nel caso del ciliegio, dal "Comitato per la tutela e valorizzazione della Ciliegia di Celleno".

Relativamente al settore corilicolo le iniziative poste in essere rappresentano, inol-

tre, una prima parziale risposta ad alcune delle priorità emerse e condivise nel corso dei lavori del Tavolo Corilicolo del MIPAAF.

Anche al fine di dare la giusta evidenza alle iniziative messe in atto dall'Ente camerale, è stata prevista un'adeguata divulgazione dei risultati attraverso la pubblicazione su riviste scientifiche e/o divulgative, comunicazioni a convegni e seminari.

A tale proposito i primi esiti del lavoro svolto sulla Ciliegia del comprensorio di Celeno sono stati comunicati in occasione del Convegno internazionale dell'International Society for Horticultural Science, che si è tenuto nel mese di agosto a Lisbona, in Portogallo.

È proseguita la gestione di contatti per lo sviluppo di ulteriori iniziative soprattutto per ciò che riguarda la qualità e la valorizzazione del settore corilicolo. In questo ambito, in particolare, è stato avviato il progetto di innovazione e trasferimento tecnologico realizzato in collaborazione con DIPROV e finalizzato al miglioramento quali-quantitativo della produzione corilicola. È stato completato il *database* delle risorse castanicole e approvato il GIS di consultazione on-line con la realizzazione di 2 *infonews*. È stata inoltre avviata la progettazione operativa da parte della OP Assofrutti per la realizzazione del trasferimento tecnologico di linea di potatura meccanizzata del nocciolo. Sono stati realizzati 6 *infonews* circa gli avvisi pubblici nazionali e comunitari.

3.3.3 Certificazioni di Qualità, Ambientali e Responsabilità sociale

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

Dal 1999 ad oggi sono state finanziate oltre 650 domande per un totale di oltre un milione di euro.

Le pratiche complessivamente gestite nell'anno 2010 sono pari a 97. È stata sottoscritta una Convenzione con la Provincia di Viterbo per contributi alle certificazioni ambientali che ha consentito complessivamente l'attivazione di fondi per oltre 140.000,00 Euro per domande pervenute negli anni 2009-2010.

Incentivi erogati nel 2010		
Tipo incentivo	Imprese beneficiarie	Importo (in Euro)
ISO 9001	27	103.635,00
SOA	55	109.186,00
FPC (Piano di controllo produzione di fabbrica)	5	3.950,00
EMAS 2	Pratiche gestite dalla Provincia di Viterbo 10	10.000,00
Totale contributi	97	216.771,00

3.3.4 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 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 Tuscia. Offrire assistenza e consulenza alle imprese virtuose della Tuscia interessate a conoscere e usufruire dei vantaggi derivanti da comportamenti e pratiche aziendali socialmente responsabili, è quanto si prefigge lo Sportello CSR-Responsabilità sociale della Camera di Commercio di Viterbo.

Nell'anno 2010 è stato costituito un *database* delle aziende della provincia di Viterbo, organizzato per codici attività e per numero di addetti. È stata realizzata una prima giornata informativa sulla Responsabilità sociale cui hanno partecipato 18 imprese ed un secondo seminario relativamente al quale sono state contattate via e-mail circa 700 imprese. Alla stessa stregua dell'anno 2009 è stato, inoltre, pubblicato un bando diretto all'indizione di un premio alle imprese che adottano comportamenti socialmente responsabili. La giornata di premiazione si è svolta nel mese di novembre con l'assegnazione finale dei premi a 28 aziende. È stato promosso un progetto di assistenza e tutoraggio rivolto alle aziende partecipanti al premio RSI allo scopo di accedere ai finanziamenti Inail. Il referente operativo del servizio ha partecipato al Seminario sulla "Guidance ISO 26000".

3.4 FORMAZIONE: SUPPORTO ALLE IMPRESE E AL MONDO DEL LAVORO

I rapidi cambiamenti che caratterizzano il mercato del lavoro assegnano un ruolo di primo piano alla formazione, quale leva strategica per promuovere le competenze e lo sviluppo di un territorio: da un lato la qualificazione delle risorse umane rappresenta un fattore competitivo di rilevanza crescente per le imprese; dall'altro il sistema scolastico dovrebbe recepire i fabbisogni di professionalità delle imprese locali, in un orizzonte temporale di medio periodo. La Camera di Commercio di Viterbo è impegnata in un vasto programma di diffusione della "cultura di impresa" attraverso l'erogazione di servizi per l'orientamento all'imprenditorialità, la formazione professionale e l'incontro tra la domanda e l'offerta di formazione e lavoro.

Tali attività, svolte sia direttamente dall'Ente camerale sia tramite l'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**.

3.4.1 Formazione professionale

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

Corsi di Formazione professionale nel 2010			
Argomento	N. Corsi	Durata in giorni	N. Partecipanti
Coordinatori per la progettazione e per l'esecuzione dei lavori ai sensi dell'allegato XIV del D. Lgs. 81/08	1	22	22
Informatica modulo 2 avanzato Imprenditoria Femminile	1	11	14
Aggiornamento per i Coordinatori della Sicurezza per la Progettazione e per l'Esecuzione dei Lavori ai sensi del D. Lgs. 81/08	1	5	36
Seminario di aggiornamento "La valutazione dello stress correlato al lavoro"	1	1	22
Degustazione del vino	1	6	18
Gestione delle risorse umane	3	30	26

3.4.2 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 e organismi impegnati nella promozione delle pari opportunità.

Nell'anno 2010 l'attività di sostegno alla promozione dell'imprenditoria femminile si è concretizzata nelle seguenti iniziative:

- corso di informatica;
- corsi di formazione e attività di assistenza in collaborazione con Bic Lazio;
- servizi di consulenza e tutoraggio a favore di alcune imprese femminili;
- partecipazione al workshop Athena a Latina;
- assistenza e consulenza per il microcredito sociale in collaborazione con la Fondazione Risorsa Donna;
- partecipazione alla tappa di Frosinone del "III giro d'Italia delle donne che fanno impresa".

Manifestazioni / Seminari organizzati dal Comitato per l'Imprenditoria femminile nel 2010

Titolo	N. corsi	N. partecipanti
Tecniche di scrittura	1	31
Emozioni e Stress	1	39
Informatica	1	14

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

Il sostegno economico camerale per l'accesso al credito rappresenta una delle principali linee di intervento dell'Ente camerale. Le azioni poste in essere nell'anno 2010 hanno riguardato:

- costituzione di un **Fondo di garanzia separato a favore del microcredito** finalizzato, per effetto moltiplicatore, a fornire una garanzia ulteriore in aggiunta a quella dei Confidi cui è stata affidata la gestione sulla base di una specifica Convenzione siglata con i Confidi locali. All'iniziativa sono state destinate risorse per complessivi Euro 250.000,00;
- realizzazione di un **percorso formativo** diretto ai rappresentanti dei Confidi locali;
- istituzione di un **Laboratorio del Credito** volto a ottimizzare il rapporto banca-impresa, enfatizzando l'attività dei Consorzi di Garanzia Fidi quale cerniera tra i due soggetti. In tale ambito il 1° dicembre 2010 è stato organizzato un primo incontro con gli Istituti di Credito e i Confidi per l'approfondimento di tematiche di comune interesse.

Sostegno ai Consorzi fidi nel 2010

Contributi accordati	250.000,00
----------------------	------------

(Valori espressi in Euro)

3.6 CREAZIONE, SVILUPPO E CONTINUITÀ DELLE IMPRESE

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

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

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

Nel 2010 sono state 31 le aziende che hanno beneficiato del **Progetto di Sostegno e Promozione d’Impresa**. Le giornate di tutoraggio erogate sono state 42 per un totale di 407 ore di intervento.

Dati principali dell’attività di orientamento all’imprenditorialità e creazione di nuova impresa (PNI) nel 2010

Utenti che hanno richiesto informazioni	21
• colloqui personalizzati (Sportello)	43
• per telefono	9
N. utenti dei seminari di formazione	71

3.7 AGROALIMENTARE: SERVIZI E PROGETTI PER ORIENTARE LE IMPRESE ALLA QUALITÀ

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

Settore Agricolo nel 2010

Valore aggiunto provinciale	Imprese della filiera agricoltura-lavorazione alimentare	Percentuale di esportazione
5,2%	34%	29%

3.7.1 Organismo di controllo per le DOP

La normativa comunitaria prevede che le produzioni delle DOP (Denominazione di Origine Protetta) e IGP (Indicazione Geografica Protetta), che nel settore vitivinicolo ammette l'utilizzo anche degli acronimi DOC e IGT, siano certificate da un Organismo di Controllo, pubblico o privato autorizzato dal Ministero delle Politiche Agricole Alimentari 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 quale Organismo di Controllo delle seguenti DOP:

- **settore vitivinicolo**
"Aleatico di Gradoli", "Colli Etruschi Viterbesi", "Est! Est!! Est!!! di Montefiascone", "Vignanello", nonché, in solido con la Camera di Commercio di Roma, "Cerveteri" e "Tarquinia";
- **settore olivicolo**
"Canino" e "Tuscia"
- **altri prodotti agroalimentari**
"Castagna di Vallerano" e "Nocciola Romana".

La Camera di Commercio, in quanto Organismo di Controllo, sottopone i prodotti per i quali è richiesta la certificazione agli esami analitici previsti dai rispettivi Disciplinari di produzione (chimico-fisici, organolettici ovvero tecnico-merceologici). Inoltre svolge una serie di controlli documentali e ispettivi su tutti i soggetti iscritti nei sistemi di controllo delle varie DOP, secondo le previsioni indicate nei Piani di Controllo.

3.7.2 Albo dei Vigneti DOP ed Elenco delle Vigne IGP

La Camera di Commercio di Viterbo, sulla base di apposita Convenzione con la Regione Lazio, gestisce anche gli Albi dei Vigneti DOP e gli Elenchi delle Vigne IGP di seguito indicati:

Vini a Denominazione d'Origine Protetta
Est! Est!! Est!!! di Montefiascone
Aleatico di Gradoli
Colli Etruschi Viterbesi
Tarquinia
Vignanello
Orvieto
Cerveteri

Vini ad Indicazione Geografica Protetta
Civitella D'Agliano
Colli Cimini
Lazio

Tali Albi ed Elenchi sono pubblici e vi sono iscritti i terreni coltivati a vite dai quali si ottengono i vini DOP e IGP. L'iscrizione a tali Albi è obbligatoria qualora i conduttori dei terreni intendano commercializzare le uve o il vino utilizzando la certificazione comunitaria.

Albo Vigneti vini DOC		
	2009	2010
Consistenza iscritti	1.005	985
Ettari di terreno	1148.97,21	1129.79,25
Quintali di uva denunciata	77.433,94	62.677,21
N. Ricevute uve DOC rilasciate	807	584

Albo Vigneti vini IGT		
	2009	2010
Consistenza iscritti	1.047	1.105
Ettari di terreno	1326.13,70	1.419.79,41
Quintali di uva denunciata	47.018,33	65.059,89
N. Ricevute uve IGT rilasciate	478	734

Controlli Vini DOP		
	2009	2010
N. campioni analizzati	60	82

Sempre in materia enologica, la Camera di Commercio cura la tenuta dell'Elenco dei Tecnici Degustatori e dell'Elenco degli esperti Degustatori dei vini DOP della provincia di Viterbo, i cui iscritti vengono chiamati a svolgere le funzioni di degustatori in seno alla Commissione di Degustazione.

3.7.3 Albo Oliveti DOP Canino e DOP Tuscia

Gli Albi degli Oliveti sono albi pubblici nei quali sono iscritti i terreni dai quali proviene l'olio extravergine di oliva a Denominazione di Origine Protetta "Canino" e "Tuscia", sulla base dei rispettivi Disciplinari di produzione.

L'iscrizione a tali Albi è obbligatoria qualora i conduttori dei terreni intendano commercializzare le olive e l'olio utilizzando la Denominazione di Origine Protetta.

Albo Oliveti DOP Canino		
	2009	2010
Iscrizioni	2	2
Consistenza iscritti	1.026	1.019
Ettari di terreno	1754.07.48	1757.31.98
Quintali di olive denunciate	6.110,06	13.458,18
N. campioni analizzati	20	26

Albo Oliveti DOP Tuscia		
	2009	2010
Iscrizioni	11	24
Consistenza iscritti	157	144
Ettari di terreno	425.25.09	468.32.24
Quintali di olive denunciate	5.810,45	5.527,55
N. campioni analizzati	24	18

3.7.4 Altri prodotti agroalimentari: la Castagna di Vallerano DOP e la Nocciola Romana DOP

L'Ente camerale svolge inoltre la funzione pubblica di controllo per i prodotti DOP relativi alla Castagna di Vallerano e alla Nocciola Romana.

L'Albo dei Castagneti è un albo pubblico nel quale sono iscritti i terreni dai quali proviene la "Castagna di Vallerano", sulla base del rispettivo Disciplinare di produzione. L'iscrizione a tale Albo è obbligatoria qualora i conduttori dei terreni intendano commercializzare le castagne utilizzando la Denominazione di Origine Protetta.

Albo Castagneti DOP Castagna di Vallerano nel 2010	
Iscrizioni	1
Consistenza iscritti	47
Ettari di terreno	119.28.83

L'Albo dei Noccioleti è un albo pubblico nel quale sono iscritti i terreni dai quali proviene la "Nocciola", sulla Romana base del rispettivo Disciplinare di produzione. L'iscrizione a tale Albo è obbligatoria qualora i conduttori dei terreni intendano commercializzare le castagne utilizzando la Denominazione di Origine Protetta.

Albo Nocciolati DOP Nocciola Romana nel 2010	
Iscrizioni	12
Consistenza iscritti	17
Ettari di terreno	60.08.83
Quintali di nocciole denunciate	344,80
N. campioni analizzati	4

3.7.5 Interventi camerali a favore dell'agroalimentare

Nell'anno 2010 è stato riconosciuto il contributo di € 15.000,00 a sostegno delle iniziative promosse dal Comune di Nepi per la festa del Pecorino romano e dei prodotti tipici della Toscana, dal Comune di Canino e di Montalto di Castro per la Sagra dell'asparago.

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

3.8.1 Il progetto "Welcome in Tuscia"

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

Nell'anno 2010 è stato emanato un bando diretto a premiare le strutture ricettive che hanno abbinato nel corso dell'anno alle loro offerte di soggiorno manifestazioni culturali, eventi di elevata attrazione turistica e degustazioni di prodotti tipici di qualità. È stata inoltre curata l'attività di comunicazione inviando periodicamente del materiale informativo sulla Tuscia Viterbese (*brochure* sul territorio, sui suoi prodotti e sulle iniziative promosse dall'Ente camerale) al fine di garantire il miglior raggiungimento delle finalità del progetto e di favorire la promozione del territorio della Tuscia Viterbese e delle sue imprese. Nel corso del secondo semestre dell'anno sono stati realizzati degli incontri con circa 60 rappresentanti delle strutture ricettive aderenti al progetto, al fine di analizzare i punti di forza e di debolezza del progetto.

Nel mese di novembre si è svolto il corso di "Web Marketing per le strutture ricettive" in collaborazione con Bic Lazio articolato in due sessioni, una dedicata agli alberghi e una dedicata alle altre strutture, al quale hanno preso parte complessivamente 34 partecipanti.

Nel mese di dicembre è stato presentato il progetto "Welcome in Tuscia" al convegno "La cultura si fa impresa" organizzato da Bic Lazio presso la Fondazione Carivit.

3.8.2 Coordinamento Feste del Vino, Castagna e Olio della Tuscia

L'Ente camerale gestisce un'attività progettuale diretta da anni a unificare le Feste che nella Tuscia sono dedicate alla promozione delle produzioni vitivinicole, olivicole e della castagna assumendone, in accordo con la Provincia di Viterbo, un ruolo di impulso, coordinamento e gestione, contribuendo a superare il carattere esclusivamente localistico delle manifestazioni, inserendo le stesse sotto l'egida del Marchio Collettivo Tuscia viterbese al fine della relativa connotazione quali eventi di dimensioni più ampie e di impatto notevolmente superiore.

Nel 2010 i Comuni protagonisti sono stati complessivamente 17 di cui 6 per le Feste del Vino, 7 per la Castagna e 4 per l'Olio. Facendo leva sulla notevole quantità di persone che amano le tradizioni e i sapori locali e sfruttando questa enorme forza, si è attuata una operazione finalizzata a far conoscere non solo le produzioni enogastronomiche locali, ma anche il territorio stesso e le sue ricchezze.

Allo scopo di valutare l'efficacia dell'iniziativa, a fine anno è stata effettuata una indagine su un campione estratto da oltre 350 imprese direttamente coinvolte dalle iniziative camerale in ambito turistico e agroalimentare.

I risultati hanno fatto emergere un indice positivo circa il ritorno economico delle Feste riscontrato dal 59% degli intervistati; si registrano invece margini di miglioramento sul fronte della qualità e della visibilità delle iniziative fuori del territorio provinciale: tali indicatori presentano, infatti, degli scostamenti significativi tra la percezione di miglioramento e quella di invarianza e peggioramento: nel dettaglio, il livello qualitativo delle feste negli ultimi 5 anni è percepito invariato da parte del 44,8% degli intervistati, migliorato per il 37,9% e peggiorato per 17,2%; il livello di conoscenza al di fuori del territorio provinciale delle Feste negli ultimi 5 anni è rimasto invariato per il 59% degli intervistati, per il 25,9% è migliorato, per il 14,8% è peggiorato. Tale ultimo indicatore appare correlato alla misurazione dell'adeguatezza degli strumenti di promozione e pubblicizzazione delle iniziative relativamente alla quale il 49% degli intervistati ritiene gli strumenti adeguati a fronte di un 23,6% che li ritiene parzialmente adeguati e di un 25,5% che li ritiene inadeguati.

In sintesi, quindi, appare evidente come l'esigenza delle imprese sia quella di accrescere la visibilità del territorio e delle sue peculiarità, direzione verso la quale orientare maggiormente le attività di comunicazione dell'Ente.

3.8.3 Partecipazione a manifestazioni locali e regionali di promozione turistica

Nel corso del 2010 la Camera di Commercio di Viterbo ha partecipato a rilevanti manifestazioni locali e regionali di promozione turistica quali la Borsa Internazionale del Turismo Sociale ed associato (BTSA), il Buy Lazio e Visituscia.

Nell'ambito della **BTSA** la partecipazione camerale ha riguardato la promozione dell'iniziativa tra le strutture ricettive locali e l'organizzazione di un tour di 20 giornalisti specializzati sul turismo, al fine di promuovere la conoscenza di alcuni dei luoghi che nel corso dei secoli hanno incantato diversi Papi: da Viterbo a Bagnaia, da Monte-

fiascone a Capodimonte, passando per Bolsena e Gradoli. Tema dominante del *press tour* è stato “La presenza dei Papi a Viterbo e nella Tuscia”.

In occasione del workshop **Buy Lazio** una decina di imprese viterbesi ha incontrato 84 buyer internazionali e l'Ente camerale ha organizzato, congiuntamente al Comune di Viterbo e all'Assessorato Turismo della Provincia, un minitour nella Tuscia di venti buyer europei, tra le bellezze ambientali e architettoniche offerte dalla provincia di Viterbo, ma anche alla scoperta delle produzioni enogastronomiche.

Visituscia, il workshop turistico che si è svolto a Forte San Gallo a Civita Castellana, è stato caratterizzato da incontri diretti con 48 buyer italiani ed esteri.

Presenti all'evento oltre 200 imprese della Tuscia tra alberghi, agriturismo, tour operator e agenzie, associazioni e consorzi, nonché aziende agroalimentari interessate al turismo enogastronomico. Tra queste, 22 aderenti al Marchio di qualità Tuscia Viterbese e 28 al progetto di turismo integrato “Welcome in Tuscia”.



Cavalli alati - Museo Tarquina (foto Francesco Biganzoli)

3.9 MARKETING TERRITORIALE E SVILUPPO LOCALE

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

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

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

3.9.1 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 per raggiungere mercati più vasti, anche internazionali, attraverso iniziative di comunicazione e marketing. L'adesione al Marchio è gratuita.

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

Lo Sportello Tuscia Viterbese ha implementato e sviluppato il sito internet **www.tusciaviterbese.it** in cui sono riportate le informazioni sull'attività di sportello e la documentazione inerente al Marchio, ai prodotti e alle aziende licenziatarie.

Nel 2010 si sono accreditate 44 imprese raggiungendo complessivamente quota 184.

Conformemente alla pianificazione strategica le azioni promosse nell'ambito del progetto del Marchio Collettivo si sono sviluppate nel 2010 nelle seguenti aree operative:

- **Azioni di marketing e di commercializzazione**
 - gestione di incontri con i licenziatari per concordare e condividere i programmi annuali di promozione sul territorio;
 - iniziativa di marketing denominata **GustainTuscia** rivolta ai consumatori locali, turisti e visitatori, comprendente una serie di degustazioni guidate e incontri con esperti sui diversi prodotti in concomitanza con altri eventi (San Pellegrino in Fiore, Feste del Vino, Caffeina, Feste della Castagna, Feste dell'Olio). Nella gestione di tali eventi si è puntato a incentivare accordi sinergici tra i licenziatari e a rafforzare il flusso informativo tra la struttura camerale e i licenziatari.
- **Rafforzamento delle verifiche qualitative sull'applicazione dei disciplinari dei prodotti ed erogazione dei servizi del marchio collettivo.**

Complessivamente nell'anno 2010 le verifiche realizzate sono state 60.

- **Adozione di nuovi disciplinari**

È stato approvato il disciplinare della **ciliegia** ed è stato elaborato il nuovo disciplinare dei **prodotti da forno e della pasticceria**. È in corso di elaborazione il nuovo disciplinare delle strutture alberghiere.

- **Ampliamento della distribuzione e della rete di vendita dei prodotti a Marchio**

È stato redatto un disciplinare per l'affiliazione del Marchio rivolto ai soggetti della commercializzazione e della distribuzione al fine di agevolare l'ampliamento della rete di vendita su nuove piazze.

I target annuali hanno fatto rilevare un incremento del 10% delle imprese aderenti e degli esercizi commerciali rispetto all'anno 2009, nonché un incremento del 20% delle adesioni al Marchio con riferimento ai prodotti a DOP.

- **Prodotti e servizi per i quali si può ottenere la licenza d'uso e relativo disciplinare**

- Carni bovine, ovine e suine
- Carni lavorate
- Cavolfiore Bianco e cavolo broccolo romanesco
- Ciliegia della Tuscia
- Coniglio Verde Leprino di Viterbo
- Miele
- Olio extravergine d'oliva DOP Canino
- Olio extravergine d'oliva DOP Tuscia
- Pasticceria e prodotti da forno
- Patata dell'Alto Lazio
- Prodotti caseari
- Vini DOC e IGT
- Ceramiche artistiche
- Alberghi
- Ristoranti
- Agriturismo

3.9.2 Manifestazioni fieristiche nazionali

La partecipazione alle fiere rappresenta per un'impresa una importante opportunità per affermarsi sui mercati italiani ed esteri. La Camera di Commercio di Viterbo ogni anno predispose un calendario di eventi relativi ai comparti turistico, agroalimentare e artigianale, favorendo condizioni vantaggiose e offrendo assistenza in fiera con proprio personale. Nel corso dell'anno 2010 è stata gestita la presenza di 87 imprese alle seguenti manifestazioni:

Manifestazioni fieristiche nazionali nel 2010			
Fiere	Sede	Settore	Aziende partecipanti
Sapori d'Italia nel mondo	Roma	Agroalimentare	15
Cibus	Parma	Agroalimentare	12
Moa Casa Autunno	Roma	Artigianato	34
Vinitaly	Verona	Agroalimentare	26
Nitriti di Primavera	Tuscania	Agroalimentare	(100 espositori)

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

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

Tra le iniziative di sostegno dell'anno 2010 si evidenzia la compartecipazione alle seguenti manifestazioni:

- **S. Pellegrino in Fiore**, tradizionale evento floreale che arricchisce le vie del centro storico di Viterbo. In occasione di tale manifestazione, al fine rafforzare il legame tra eventi e prodotti tipici per rendere più attrattivo il territorio, la Camera di Commercio ha allestito un "saporito giardino" in piazza San Carluccio in cui sono state promosse, in uno scenario di arredi floreali, le eccellenze del territorio a Marchio Tuscia Viterbese.
- **Caffeina**, iniziativa culturale organizzata nel quartiere S. Pellegrino a Viterbo. Protagonisti i prodotti tipici del Marchio Tuscia Viterbese con "Gustose Lettore", evento articolato in otto appuntamenti conviviali con autori di libri, artisti ed esperti di rilevanza nazionale accomunati dalla passione per l'enogastronomia. Ogni incontro è stato accompagnato da degustazioni di prodotti tipici di qualità in abbinamento ai vini DOC e IGT, il tutto rigorosamente a Marchio Tuscia Viterbese.

3.10 INTERNAZIONALIZZAZIONE: PROIETTARE LE IMPRESE SUI MERCATI ESTERI

La Camera di Commercio di Viterbo attribuisce una valenza strategica alle iniziative a favore delle imprese per la penetrazione dei mercati internazionali. In un contesto

globalizzato come quello attuale, infatti, agevolare la presenza sui nuovi mercati può costituire un valido strumento per lo sviluppo delle imprese del territorio interessate.

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

3.10.1 Le manifestazioni fieristiche

È stata gestita la presenza di 10 imprese alla manifestazione fieristica **Biofach** di Norimberga e di 5 imprese del settore lapideo e della ceramica alla missione esplorativa **Material & Design** promossa da Sviluppo Lazio in collaborazione con l'Università "La Sapienza" di Roma. L'iniziativa, tenutasi a Seoul in Corea del Sud, ha costituito un importante strumento per la crescita della visibilità dei prodotti del Made in Italy.

L'Ente camerale si è, inoltre, inserito nell'ambito di un progetto promosso da Eurochambres Academy in collaborazione con Unioncamere e cofinanziato dalla Commissione Europea che ha visto la partecipazione di un funzionario a momenti formativi condivisi con altri partner ad Anversa e la permanenza, a fine anno, per due settimane in Cina per specifici approfondimenti con partner cinesi.

Tra le altre iniziative, si è svolto a Firenze un Incoming di operatori russi su **L'agroalimentare italiano come strumento trainante del Made in Italy in Russia** a cui hanno aderito 7 imprese della Tuscia Viterbese. La Camera ha inoltre partecipato all'XI edizione del meeting dei **Segretari Generali delle Camere di Commercio Italiane all'estero**.

3.10.2 Vetrina delle imprese

È stata realizzata una "vetrina on line" delle imprese interessate a far conoscere le proprie caratteristiche e i propri prodotti all'estero contenente informazioni di tipo economico e commerciale e relativa traduzione in lingua inglese. La vetrina è disponibile sul sito **www.sprintuscia.it** e vede coinvolte allo stato attuale 94 aziende.

3.10.3 Sportello Regionale Internazionalizzazione - Sprint Lazio

Presso la Camera di Commercio di Viterbo è gestita la sede provinciale dello Sportello Regionale Internazionalizzazione – Sprint Lazio, importante riferimento per le piccole e medie imprese che hanno l'opportunità di conoscere e selezionare i mercati esteri di maggior interesse, di individuare le prospettive di investimento ed i partner esteri, di conoscere gli strumenti e le agevolazioni comunitarie, nazionali e regionali.

Nell'ambito dello Sportello Sprint Lazio nell'anno 2010 si è proceduto alla gestione di 75 contatti con le imprese attraverso la risposta a specifici quesiti, alla promozione di iniziative formative sui processi di comunicazione, sul marketing internazionale e sui modelli di aggregazione tra PMI, alla divulgazione della brochure sui servizi erogati dall'ente camerale in materia di internazionalizzazione.

L'attività informativa svolta attraverso lo Sportello Sprint Lazio ha riguardato le seguenti iniziative:

- Corso di alta formazione per le PMI del Lazio “Cross cultural manager” Comunicazione e negoziazione interculturale organizzato da Sprint Lazio in collaborazione con l’Università della Tuscia;
- Sial di Parigi;
- Incoming “Le imprese italiane incontrano gli operatori dell’Arabia Saudita e dei paesi del Golfo” ;
- Missione commerciale in Egitto;
- Missione commerciale in Brasile-Perù;
- Iniziativa “Sapori di Italia nel Mondo V Winter Fancy Food”, con la partecipazione di un’azienda della Tuscia Viterbese, per la quale è stata anche stipulata una convenzione con Promofirenze;
- Fiera di Sao Paulo Pret a Porter 2011-San Paolo del Brasile;
- Missione imprenditoriale a Dubai EAU;
- Missione Commerciale in India 19-26 febbraio 2011;
- Manifestazione fieristica Mosbuild in programma presso l’Expocentre di Mosca dal 5 all’8 aprile 2011;
- Fiera International Paris Air Show, in programma a Parigi Le Bourget dal 20 al 26 giugno 2011;
- Fiera agro alimentare TEMA, in programma a Copenhagen dal 27 febbraio al 2 marzo 2011;
- Fiera Inter Airport Europe Monaco, in programma dal 11 al 14 ottobre 2011.

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

Servizi	N. accessi
Nominativi esteri (servizio banche dati: D&B ecc.)	75
Partecipazione ai seminari e/o convegni	60
Totale accessi/utenti	135

Quesiti richiesti allo Sportello Internazionalizzazione e loro ripartizione per materia

Materie dei quesiti	2010
Ricerca partner	5
Informazioni specialistiche	7
Paesi/settori/mercati	43
Strumenti finanziari per l'internazionalizzazione	3
Fiere all'estero	10
Altro (D&B)	7
Totale quesiti	75

Iniziative seminariali per l'internazionalizzazione realizzate dalla Camera di Commercio nel 2010		
Titolo seminario	Data	N. partecipanti
Seminario Webinar "Guida alla vendita negli USA – Come impostare le proprie relazioni commerciali con i clienti statunitensi e difendersi da eventuali insolvenze"	13.05.2010	Accessi acquisiti 10
Incontro formativo IntFormatevi 2010 "Marketing Internazionale"	28.05.2010	50

3.10.4 Certificazione per l'estero

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

Atti e certificati per il commercio estero		
	2009	2010
Certificato d'origine	1.007	1.216
Visti di legalizzazione firma	49	26
Visti su fatture	560	481
Rilascio codici meccanografici	10	0
Totale atti e certificati	1.626	1.723

3.11 INFORMAZIONE ECONOMICA: CONTRIBUTO AL SISTEMA DELLA CONOSCENZA

La Camera di Commercio svolge un'attività di studi e di rilevazione statistica sull'andamento dell'economia provinciale e la diffonde attraverso varie 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 in cui 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 camerati, alle novità legislative e alle iniziative inerenti il sistema delle imprese locali oggetto della rivista mensile edita dall'Ente **Tuscia Economica** vengono trasmesse attraverso *newsletter* telematiche, mentre i rapporti e i dati economici sono consultabili sul sito istituzionale **www.tusciaeconomica.it**.

Con riferimento al 2010, analogamente agli anni passati, è stata svolta un'attività di analisi e monitoraggio delle caratteristiche dell'economia locale nell'ottica di un processo di apertura verso nuovi mercati. Su tale fronte nel mese di maggio è stato presentato il **10° Rapporto sull'Economia della Tuscia Viterbese** nel corso della Giornata nazionale dell'Economia.

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

Richieste di informazioni pervenute all'Ufficio Studi e Statistica		
	2009	2010
N. richieste	1.500	1.100

Studi e pubblicazioni per aree tematiche	
Argomento	Titolo
Rapporti sulla congiuntura	Rapporto sull'Economia della Tuscia (POLOS) contiene un capitolo dedicato all'analisi congiunturale della provincia di Viterbo
Studi e ricerche	Rapporto sull'economia della Tuscia Viterbese POLOS 2010
	Tuscia Economica Rivista semestrale di Economia e tecnica n. 1.2010
Agroalimentare	I grandi Vini DOC e IGT della Tuscia Viterbese (nuova edizione)

3.11.1 La Biblioteca

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

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

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

Sono messe a disposizione circa 6.000 pubblicazioni, tra volumi e riviste, catalogati con apposito software applicativo, consultabile on-line.

3.12 GOVERNARE IL TERRITORIO: COLLABORAZIONI CON LE ISTITUZIONI LOCALI

3.12.1 I Programmi integrati di sviluppo e di concertazione

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

I programmi integrati di sviluppo e di concertazione rappresentano una delle linee strategiche dell'Ente camerale 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.

3.12.2 Focus Impresa e Lavoro

Nel corso dell'anno 2010 è stato istituito il "Focus Impresa e Lavoro", organismo a cui aderiscono la Camera di Commercio, le Associazioni di categoria e le Organizzazioni sindacali e dei consumatori della provincia di Viterbo. L'iniziativa ha lo scopo di mettere a fuoco le questioni che nel breve e medio termine toccano specificatamente lo sviluppo economico del territorio. Il Focus ha una finalità propositiva attraverso l'approfondimento delle diverse tematiche, anche con il supporto di esperti e l'eventuale confronto con i rappresentanti istituzionali.

3.13 ALTRE AZIONI PER LA COLLETTIVITÀ

3.13.1 L'ambiente

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

Servizi per l'ambiente		
	2009	2010
N. dichiarazioni MUD presentate	2.381	2.324
- di cui in modalità informatica/telematica	1.794	1.767
- di cui in modalità cartacea	587	557

3.13.2 Sistri

Sistri, Sistema informatico di controllo della tracciabilità dei rifiuti, nasce nel 2009 con l'obiettivo di informatizzare l'intera filiera dei rifiuti speciali a livello nazionale, semplificando le procedure e gli adempimenti e ridurre i costi sostenuti dalle imprese con indubbe garanzie in termini di maggiore trasparenza, conoscenza e prevenzione dell'illegalità. Il nuovo sistema permette di conoscere, in tempo reale, la movimentazione dei rifiuti sull'intero territorio nazionale anche per quelli che provengono da altri Paesi o che vengono trasportati verso altri Paesi. Il dispositivo USB Sistri sostituirà il Formulario di identificazione dei rifiuti, il Registro di carico/scarico e il Modello unico di dichiarazione ambientale.

Nella consegna dei dispositivi elettronici la Camera di Commercio si è avvalsa delle Associazioni di Categoria in virtù di una apposita convenzione sottoscritta a livello nazionale con Unioncamere e il Ministero dell'Ambiente.

Dispositivi consegnati alle imprese	Dispositivi consegnati alle associazioni	Totale
935	330	1.265

3.14 AGIRE IN RETE: INIZIATIVE CONDIVISE CON IL SISTEMA CAMERALE

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

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

Le partecipazioni della Camera di Commercio al sistema camerale		
Quote associative	2009	2010
Fondo perquativo	173.814,63	181.325,48
Unione Nazionale	172.734,59	158.139,60
Unione Regionale	153.765,92	159.905,00
Associazione interregionale	4.299,87	4.505,63
Retecamere	970,67	1.582,40
Universitas Mercatorum	4.080,00	2.931,24
ISNART	1.000,00	4.700,00
Infocamere	14.767,00	9.413,00
Totale	525.432,68	522.502,35

Valori espressi in Euro

3.15 SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE DELLA CAMERA

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

3.15.1 La gestione del personale interno

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

Il personale viene orientato sempre più in un logica di servizio alle imprese e ai consumatori di tipo aziendalistico. Accanto a conoscenze di tipo amministrativo e normativo, vengono sviluppate competenze specialistiche, capacità di programmazione, abilità relazionali, capacità di ascolto del mercato, orientamento al risultato e al raggiungimento degli obiettivi. L'obiettivo è quello di fornire risposte rapide e concrete ai bi-

sogni e alle necessità emergenti dal sistema imprenditoriale e dal territorio: per fare questo occorre un'organizzazione della struttura più flessibile e orientata alla *performance*, che superi logiche di carattere burocratico.

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

Il sistema di valutazione vigente mira ad attribuire in modo selettivo e secondo i risultati accertati dal sistema permanente di valutazione i compensi correlati al merito, all'impegno individuale e al conseguimento degli obiettivi assegnati.

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

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

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

Dati generali sulla gestione del personale interno	
	2010
Quota media di retribuzione (Euro)	22.828,35
Quota media di produttività (Euro)	5.733,00
N. progressioni orizzontali	16
N. richieste di trasferimento ad altre amministrazioni	1

3.15.2 La formazione delle risorse umane

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

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

Dati sui corsi di formazione per il personale della Camera di Commercio		
	2009	2010
Risorse investite nella formazione interna (Euro)	35.406	17.429
N. Corsi	93	48
N. Partecipanti	224	34
N. Risorse umane coinvolte nelle attività formative	35	18
N. Ore di formazione	1.252	568
- di cui per Neo assunti	83	-

Aree tematiche dei Corsi di formazione del personale interno della Camera di Commercio						
Area tematica	2009			2010		
	Numero di Partecipanti	Numero di Giornate	N. Corsi	Numero di Partecipanti	Numero di Giornate	N. Corsi
Giuridica e normativa generale	2	1	1	14	13	13
Organizzazione e personale	0	0	0	1	2	1
Manageriale	0	0	10	2	2	2
Comunicazione	59	3	2	0	0	0
Economia e finanza	6	7	4	5	5	4
Controllo di gestione	11	3	2	1	2	2
Informative e telematica	4	8	4	1	10	6
Linguistico	10	8	1	0	0	0
Tecnico-specialistica	132	98	69	10	20	20
Totale	224	128	93	34	54	48

3.15.3 Modernizzazione della struttura

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

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

- **Dematerializzazione dei flussi documentali** attraverso il decentramento, presso ciascun ufficio competente, della protocollazione dei flussi in uscita e la scansione dei flussi in entrata ai fini della gestione di scrivanie elettroniche. Sul fronte della dematerializzazione nell'anno 2010 è stato realizzato uno specifico progetto che ha coinvolto tutto il personale camerale, correlando alla sua realizzazione ed al

conseguimento dei relativi target la corresponsione di un trattamento accessorio integrativo rispetto a quello ordinariamente finanziato dalla contrattazione decentrata. Il progetto nasce dalla consapevolezza che la dematerializzazione della documentazione prodotta nell'ambito dell'attività della Pubblica Amministrazione rappresenta attualmente uno degli elementi di rilievo all'interno dei processi di riforma della gestione dell'attività amministrativa in ambiente digitale. Inoltre costituisce una delle linee di azione maggiormente significative ai fini della riduzione della spesa pubblica, in termini sia di risparmi diretti (carta, spazi, ecc.) sia di risparmi indiretti (tempo, efficienza, ecc.). Si tratta di un percorso articolato che richiede gradualità di attuazione, tenuto conto dei riflessi sull'organizzazione del lavoro e della necessità di effettuare un'analisi dei singoli processi a garanzia del buon esito dell'attività progettuale che trova la propria conclusione con la conservazione sostitutiva.

Un progetto diretto all'implementazione delle attività di dematerializzazione, con il coinvolgimento di tutto il personale, consente, quindi, di avere un ritorno in termini di innalzamento oggettivo, documentato e verificabile della qualità dei servizi e di conseguire rapidi e concreti risultati in uno scenario di contenimento della spesa pubblica delineato dalla normativa vigente.

In concreto, le attività progettuali realizzate hanno riguardato:

- la **redazione del Piano di Fascicolazione** inerente le pratiche gestite dai singoli servizi e dagli uffici di Staff con la specificazione del titolare e dei tempi di conservazione;
- l'integrale **fascicolazione informatica** dei provvedimenti del Segretario Generale e dei Dirigenti: tutti i provvedimenti e i relativi atti istruttori sono stati gestiti tramite procedura informatica con l'apposizione di firma digitale; a fine anno si è provveduto ad effettuare le operazioni di verifica e di controllo sulla completezza dei fascicoli propedeutiche all'avvio della conservazione sostitutiva che troverà formalizzazione non appena saranno puntualizzate le modalità operative sulla base della recente riforma del Codice dell'Amministrazione Digitale;
- fascicolazione informatica del 32% della documentazione facente capo al piano di fascicolazione con relative operazioni di verifica e di controllo propedeutiche alla formalizzazione della conservazione sostitutiva;
- **incremento dell'uso della PEC** (totale annuale 310) nelle relazioni con gli stakeholder conseguendo una sostituzione delle raccomandate A/R del 100 % per quanto concerne le pratiche di Comunicazione Unica del Registro delle imprese e gli atti istruttori delle società che hanno dichiarato preventivamente l'indirizzo PEC;
- incremento dell'uso della Pec nelle relazioni con gli *stakeholder* conseguendo una sostituzione delle raccomandate A/R del 100% per quanto concerne gli atti istruttori delle pratiche inerenti l'Albo delle Imprese Artigiane;
- adozione del sistema dei pagamenti attraverso il **mandato informatico** – procedura Legal Pay; tale procedura consente la conservazione sostitutiva di tutto il flusso documentale del “mandato/reversale” comprensivo anche dei dati relativi all'estinzione degli stessi (ricevuta/bonifici ecc).

- **Integrale informatizzazione delle procedure contabili** (contabilità analitica, controllo di gestione e mandato elettronico) e di gestione del personale sia con riferimento al trattamento giuridico (richieste di autorizzazioni, timbrature, ferie, permessi, missioni, malattie), che al trattamento economico (cedolini relativi agli stipendi).
- **Reingegnerizzazione dei processi di tipo anagrafico-certificativo** (Registro Imprese e altri albi e Ruoli).

È stato inoltre realizzato un sistema informativo interno, tramite la attivazione di una **rete Intranet**, finalizzato ad implementare l'integrazione tra le attività dei diversi uffici camerali, la condivisione delle strategie dell'Ente, la conoscenza dei documenti inerenti la gestione del personale e le relazioni sindacali, a divulgare la rassegna stampa (appositamente scansionata) con riferimento alla tematiche di interesse per il tessuto socio-economico locale, nonché a consentire approfondimenti normativi.

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

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

3.15.4 Procedure trasparenti per i fornitori

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

Tipologia di incarico	
	2010
N. affidamenti di incarico nell'esercizio	9
- di cui N. contratti	2
- di cui N. ordini	7
Valore affidamenti di incarico nell'esercizio (Euro)	398,00
N. gare/esplorazioni di mercato	2
Valore gare/esplorazioni di mercato (Euro)	245.000,00

Provenienza dei fornitori	
	2010
N. affidamenti di incarico nell'esercizio	15
- di cui a Fornitori della provincia	13
- di cui a Fornitori di altre province della regione	2
- di cui a Fornitori extra-regionali	-
Valore affidamenti di incarico nell'esercizio (in euro)	352.196,44
- di cui Valore affidamenti a Fornitori della provincia	227.196,44
- di cui Valore affidamenti a Fornitori di altre province della regione	125.000,00
- di cui Valore affidamenti a Fornitori extra-regionali	-

Albo Fornitori		
	2009	2010
N. soggetti iscritti all'Albo Fornitori (31/12)	103	354

3.15.5 Pagamento delle fatture

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

Tempi di pagamento delle fatture			
		2009	2010
N. fatture totali ricevute da fornitori		937	740
- di cui pagate entro 30 gg.		180	312
- di cui pagate tra 30 e 60 gg.		384	301
- di cui pagate tra 60 e 90 gg.		289	101
- di cui pagate oltre 90 gg.		84	26

3.16 COMUNICAZIONE, ATTIVITÀ TRASVERSALE PER GLI STAKEHOLDER

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

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

3.16.1 I siti internet

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

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

Per offrire alla collettività uno strumento sempre più fruibile, il sito istituzionale è stato completamente rivisitato con un'ottica particolarmente orientata a stimolare il dialogo e l'interattività con gli interlocutori camerali. Nel mese di febbraio è stata messa in linea la nuova versione del sito prevedendo un sondaggio sull'indice di gradimento. Il nuovo sito è strutturato come un vero e proprio portale con aree tematiche, news informative, agenda con appuntamenti e scadenze, e un accesso facilitato al personale degli uffici.

Il numero degli accessi risulta aumentato, come anche il numero degli utenti che inviano richieste di informazioni tramite e-mail. Sul portale è stato di volta in volta inserito un box informativo sulle Feste del Vino, della Castagna e dell'Olio, con rimando diretto al sito www.tusciaviterbese.it.

Siti camerali		
	Accessi 2009	Accessi 2010
www.vt.camcom.it	44.500	95.000
www.tusciaeconomica.it	41.000	40.000
www.tusciaviterbese.it	152.321	73.129
Sito Azienda speciale CeFAS		
	Accessi 2009	Accessi 2010
www.cefas.org	17.554	18.152

3.16.2 Consolidamento della piattaforma di Customer Relationship Management (CRM)

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

3.16.3 Realizzazione della sesta edizione del Bilancio sociale

Dal 2004 la Camera di Commercio di Viterbo pubblica il suo Bilancio sociale con l'obiettivo di comunicare e trasferire all'esterno la conoscenza sulla distribuzione del valore sociale prodotto e al tempo stesso monitorare tutte le fasi progettuali, dalla programmazione alla rendicontazione, per migliorare le performance dei servizi.

3.16.4 Le riviste camerale

Nella rivista **Tuscia economica** sono descritti i servizi camerale e le principali iniziative poste in essere dall'Ente e vengono fornite informazioni su modifiche legislative aventi riflessi sul sistema delle imprese della provincia. La rivista è distribuita mensilmente ad oltre 1.700 richiedenti e, per oltre la metà, per via telematica.

Il **Supplemento di Tuscia Economica** è una rivista monografica con cadenza 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.

3.16.5 Rafforzamento dei rapporti con i mass-media

Il coinvolgimento dei mezzi di informazione, in quanto valida "cassa di risonanza" delle notizie ed informazioni ad essi affidati, sui temi e sulle iniziative camerale è stato nell'anno 2010 molto elevato ed ha consentito di ottenere dei risultati particolarmente positivi in termini di presenza e incisività nel tessuto socio-economico della Tuscia.

In dettaglio, nell'anno 2010 i comunicati stampa diramati sono stati 101 facendo rilevare un incremento rispetto al biennio precedente che presenta una media di 88 comunicati. Sono state inoltre organizzate n. 5 conferenze con la stampa sui seguenti temi: Arbitrato, Agricoltura, Feste del Vino, della Castagna e dell'Olio della Tuscia.

Rivista camerale "Tuscia Economica"	
	2010
Periodicità	mensile
Tiratura (N. Copie)	1.700

Altri strumenti e canali di comunicazione esterna	
	2010
N. Comunicati stampa	101
N. Conferenze stampa	5

Attività dell'URP		
	2009	2010
N. contatti totali	600	400
N. reclami presentati	20	0



GRUPPO DI LAVORO

Analisi ed elaborazione documento

Federica Ghitarrari
(Responsabile dello Staff Affari Generali,
Programmazione e Controllo
della Camera di Commercio di Viterbo)

Editor

A cura dell'Ufficio Stampa
della Camera di Commercio di Viterbo

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

Impaginazione grafica

Claudio Fortugno

Finito di stampare
nel mese di Settembre 2011
presso la tipografia Quatrini
di Viterbo