



Camera di Commercio
Viterbo

BILANCIO SOCIALE 2011

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	29
3.3 INNOVAZIONE: OPPORTUNITÀ DI CRESCITA PER LE IMPRESE	33
3.4 FORMAZIONE: SUPPORTO ALLE IMPRESE E AL MONDO DEL LAVORO	37
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	49
3.11 INFORMAZIONE ECONOMICA: CONTRIBUTO AL SISTEMA DELLA CONOSCENZA	52
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 ottavo 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. 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 2011 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 2011, 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**.

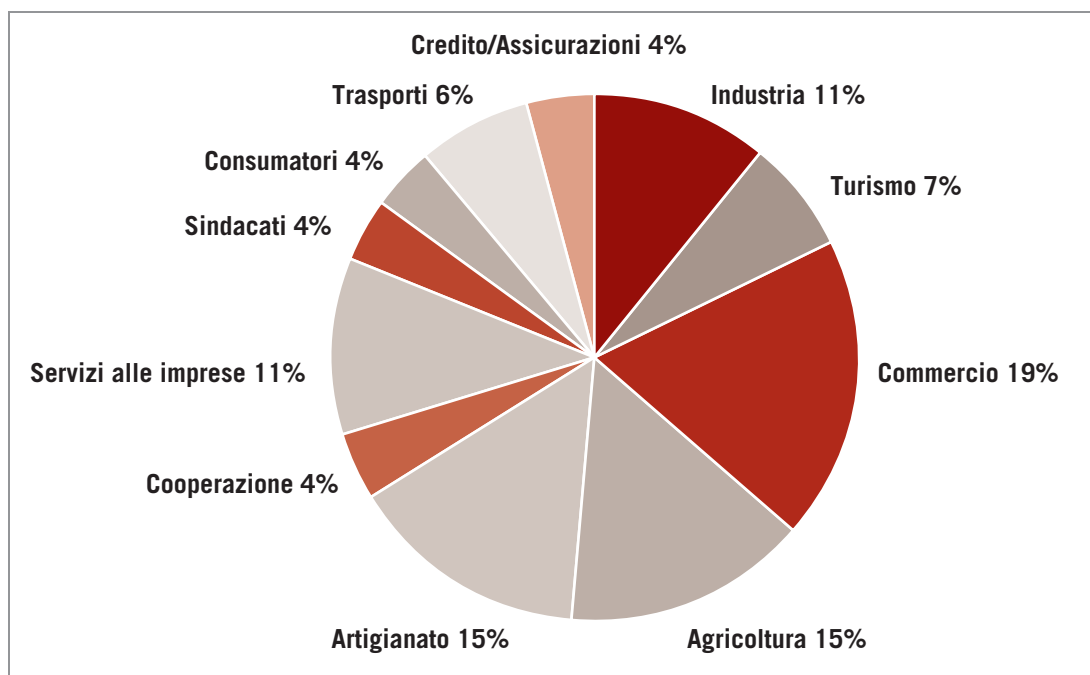
1.4.1 Il Consiglio camerale

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 al 31.12.2011:

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	Tito Nocentini
Servizi alle Imprese	Giuseppe Crea, Sergio Fornai, Roberto Nicola Rajata
Organizzazioni sindacali	Miranda Perinelli
Associazioni dei consumatori	Mauro Belli (<i>sostituito da Rosita Pelecca con D.P. Regione Lazio del 16.04.2012</i>)

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 e da tre membri supplenti, designati rispettivamente dal Ministero dell'Economia e delle Finanze con funzioni di presidente, dal Ministero dello Sviluppo Economico e dal Presidente della Giunta Regionale.

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 2011 è così composto:

Presidente	Patrizi Luciana
Componenti effettivi	Sonia Perà, Franca Marcone (<i>pro tempore in attesa di designazione del sindaco effettivo a cura del Presidente della Regione Lazio</i>)
Componenti supplenti	Carla Casolaro

1.4.5 L'assetto organizzativo

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

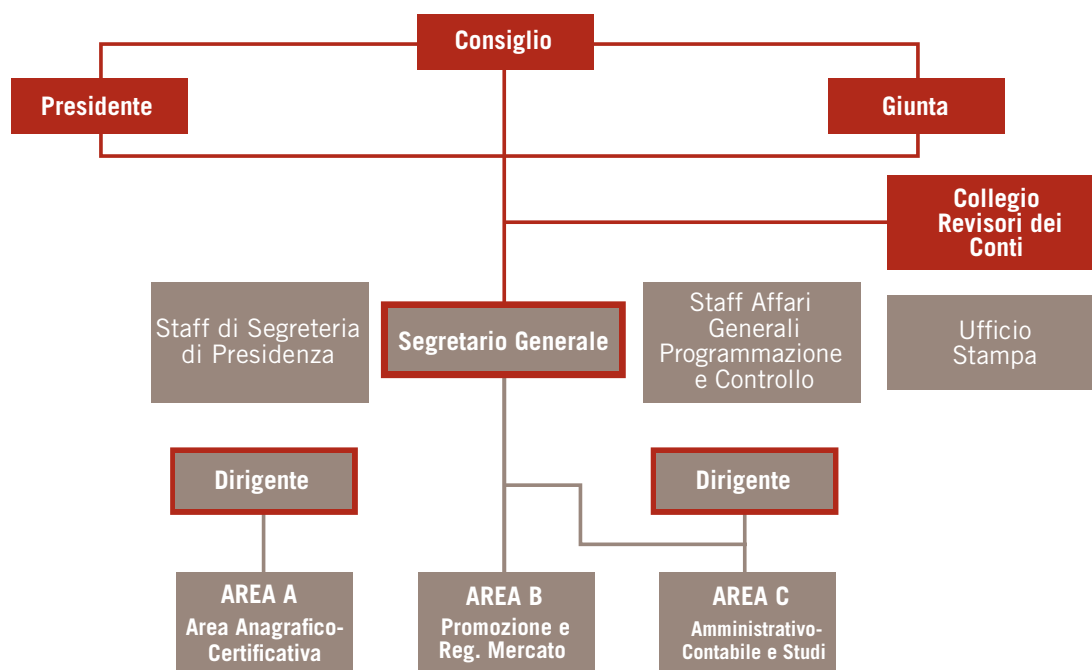
- **Area dirigenziale A “Area Anagrafico-Certificativa”**
- **Area Dirigenziale B “Area Promozione e Regolazione del mercato”**
- **Area Dirigenziale C “Area Amministrativo-Contabile e Studi”**

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

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			
		2010	2011
CdC	Dirigenti	3	2
	Impiegati	52	54
	Totale	55	56
CeFAS	Totale	7	7

Composizione del personale per genere			
		2010	2011
CdC	Donne	27	31
	Uomini	28	25
	Totale	55	56
CeFAS	Donne	4	4
	Uomini	3	3
	Totale	7	7

Nel 2011 il personale di ruolo della Camera di Commercio di Viterbo è stato pari a 56 unità facendo registrare un ulteriore avanzamento del processo di stabilizzazione per effetto delle disposizioni normative in materia di assunzioni e contenimento della spesa pubblica. Il personale del CeFAS è assestato 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
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
2011	CdC	-	-	-	3	12	10	8	10	10	3	-	56
	CeFAS	-	-	-	-	-	1	1	3	2	-	-	7
	Totale	-	-	-	3	12	11	9	13	12	3	-	63

Età media delle risorse umane		
	2010	2011
CdC	48,30	46,61
CeFAS	50,30	51,30

Per quanto riguarda le classi di età, la composizione del personale è concentrata nell'intervallo compreso tra le fasce 35-39 e 50-54. L'età media del personale camerale è pari a 47 anni e quella del personale dell'Azienda Speciale è pari a 51. Hanno contribuito all'abbassamento dell'età media del personale camerale l'ingresso stabile di nuove unità di personale in età compresa fra i 35 e i 44 anni.

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
2010	CdC	5	13	11	6	6	7	7	3	-	55
	CeFAS	1	2	-	-	3	1	-	-	-	7
	Totale	6	15	11	3	9	8	7	3	-	62
2011	CdC	9	12	6	11	8	3	7	-	-	56
	CeFAS	1	2	-	-	3	1	-	-	-	7
	Totale	10	14	6	11	11	4	7	-	-	63

In base all'anzianità di servizio la classe più consistente è quella compresa tra 6 e 10 anni.

Ripartizione del personale della Camera di Commercio per profilo professionale

		2010	2011
Impiegati	Profilo A	2	2
	Profilo B	1	1
	Profilo C	29	31
	Profilo D	20	20
Dirigenti		3	2
Totale		55	56

Composizione del personale per tipologia contrattuale

		A tempo indeterminato			A tempo determinato	Interinale	Altre tipologie	Totale
		full time	part time	Totale				
2010	CdC	53	2	55	21	-	-	76
	CeFAS	6	1	7	-	-	-	7
	Totale	59	3	62	21	-	-	83
2011	CdC	51	5	56	14	-	-	70
	CeFAS	6	1	7	-	-	-	14
	Totale	57	6	63	14	-	-	84

Composizione del personale per titolo di studio

		Scuola dell'obbligo	Licenza media superiore	Laurea	Totale
2010	CdC	10	20	25	55
	CeFAS	1	4	2	7
	Totale	11	24	27	62
2011	CdC	8	21	27	56
	CeFAS	1	4	2	7
	Totale	9	25	29	63

Per quanto concerne il titolo di studio, emerge complessivamente in maniera positiva una percentuale relativamente alta di laureati (46,03%), mentre il 39,68% 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.

Principali società del sistema locale partecipate dalla Camera di Commercio di Viterbo		
Società	Attività	Quota di partecipazione
SAVIT	Sviluppo e gestione impianti Aeroporto Viterbo	33,3%
Società Autostrada Tirrenica	Promozione e progettazione, costruzione ed esercizio di autostrade in concessione	0,0037%
Spal	Promozione di iniziative per lo sviluppo economico e per il rilancio industriale ed occupazionale dell'area dell'Alto Lazio	1,58%
Monti cimini	Gestione dell'impianto di trasformazione delle nocciole di Vignanello	7,5%
Parco scientifico e tecnologico dell'alto Lazio	Promozione di progetti di innovazione tecnologica	7%
Centro Ceramica Civita Castellana	Promozione di programmi di ricerca finalizzati all'innovazione tecnologica, promozione dell'attività di vendita dei prodotti, consulenza tecnico-organizzativa promozione della formazione professionale, a favore delle imprese del polo ceramico	13,63%
Centro agroalimentare di Viterbo	Realizzazione e gestione nel comune di Viterbo di un centro agroalimentare all'ingrosso polivalente di rilevanza provinciale	15%
IG STUDENT	Gestione operativa del programma di formazione permanente Ig students, secondo le linee guida e le direttive dell'omonima fondazione	2,5%

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 *partnership*

con le locali Associazioni di categoria, assumono importanza strategica per l'economia della provincia di Viterbo. In particolare il CeFAS svolge le seguenti funzioni di supporto e promozione 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;
- **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** finalizzato 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)		
	2010	2011
Proventi Gestione corrente CdC	8.230.727,00	8.354.241,00
Proventi Gestione corrente del CeFAS	502.282,00	339.229,00
Oneri Gestione corrente CdC al netto dei trasferimenti del CeFAS	-8.091.161,00	-8.077.670,00
Oneri Gestione corrente CeFAS	-714.394,00	-628.946,00
Risultato Gestione corrente	-72.546,00	-13.146,00
Saldo poste straordinarie (CdC +CeFAS)	153.790,00	299.392,00
Saldo gestione finanziaria	-180,00	19.596,00
Rettifiche di valore attività finanziaria	-59.256,00	-40.534,00
Risultato economico dell'esercizio	21.808,00	265.308,00

(Valori espressi in Euro)

Nell'esercizio 2011 si è registrato un risultato economico positivo notevolmente incrementato rispetto all'anno precedente, principalmente per effetto di un aumento dei proventi da diritto annuale e dei proventi straordinari (sopravvenienze attive) connessi alla esatta quantificazione del diritto annuale dovuto dalle società in base al fatturato.

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 2011 tale grandezza è stata pari a 7,43 milioni di Euro con una riduzione del 2,62% rispetto all'anno precedente, imputabile principalmente ad un incremento dell'accantonamento al Fondo Svalutazione Credito da diritto annuale.

Valore globale della produzione: proventi attività tipica Camera di Commercio (CdC) e CeFAS				
	2010		2011	
Diritto annuale (al netto accantonam. Fondo Svalutazione crediti)	4.877.160,00	63,96%	4.808.588,00	64,72%
Diritti di segreteria e oblazioni	1.149.944,00	15,08%	1.121.297,00	15,09%
Proventi da gestione di servizi	187.517,00	2,45%	230.845,00	3,11%
Contributi e trasferimenti	655.966,00	8,60%	593.376,00	7,99%
Altri proventi	253.587,00	3,32%	314.876,00	4,24%
Ricavi propri CeFAS (al netto dei trasferimenti dalla CdC)	160.149,00	2,10%	58.404,00	0,79%
Altri proventi CeFAS	342.133,00	4,49%	280.826,00	3,78%
Variazioni rimanenze	-1.400,00	-	20.966,00	0,28%
Valore globale della produzione	7.625.056,00	100%	7.429.178,00	100%

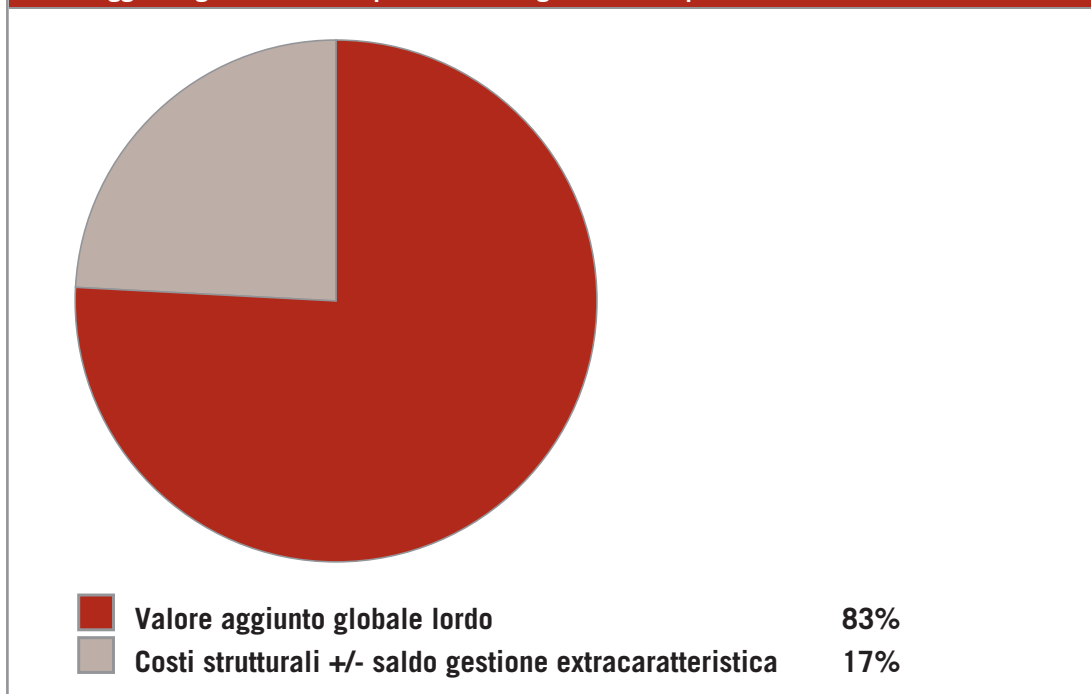
(Valori espressi in Euro)

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 2011 tale valore ammonta a 6,18 milioni di Euro, facendo rilevare un incremento rispetto all'anno precedente correlato principalmente ad una contrazione dei costi per il funzionamento della struttura.

Il prospetto di produzione del Valore aggiunto			
	2010	2011	Variazioni 2010-11
Valore globale della produzione	7.625.056,00	7.429.178,00	-2,56%
Costi per funzionamento struttura	1.617.561,00	1.528.230,00	-5,52%
Valore aggiunto caratteristico lordo	6.007.496,00	5.900.948,00	-1,77%
Saldo gestione accessoria	-49.535,00	-15.732,00	-
Saldo gestione straordinaria	153.791,00	299.392,00	-
Saldo gestione accessoria e straordinaria	104.255,00	283.660,00	-
Valore aggiunto globale lordo	6.111.751,00	6.184.608,00	1,19%

(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			
	2010	2011	Variazione 2010-2011
Risorse per progetti e servizi	5.011.270,00	4.760.707,00	-4,99%
Remunerazione altri Enti del sistema camerale	523.378,00	532.647,00	1,77%
Remunerazione della P.A. (Oneri fiscali)	289.803,00	371.102,00	28,05%
Remunerazione capitale di credito	9.901,00	5,206,00	-47,41%
Remunerazione dell'Ente			
Risultato dell'esercizio (CdC+CeFAS)	21.808,00	265.308,00	
Ammortamenti (CdC+CeFAS)	255.590,00	249.637,00	
Totale	277.398,00	514.946,00	85,63%
Valore aggiunto globale lordo	6.111.751,00	6.184.608,00	1,19%

(Valori espressi in Euro)

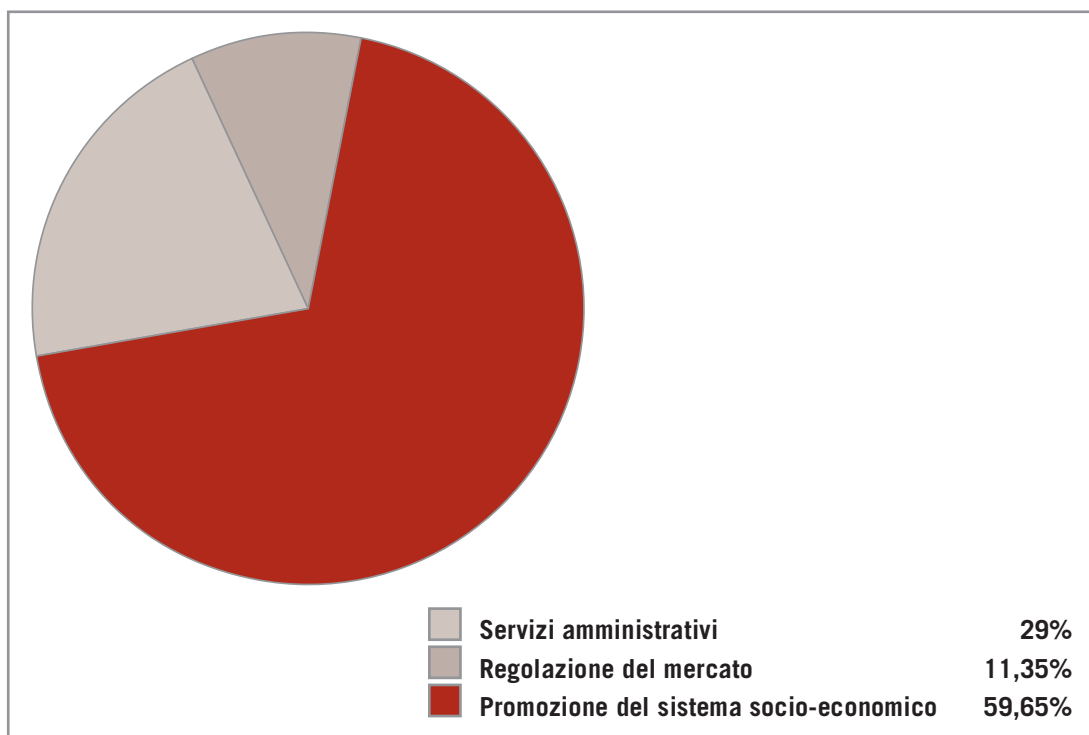
Nell'ambito della distribuzione del Valore Aggiunto, significativo è il dato relativo alle risorse impiegate in progetti e servizi pari nell'anno 2011 a 4,76 milioni di Euro corrispondenti al 77% del Valore Aggiunto Globale Lordo a fronte dell'82% dell'anno 2010. Al riguardo si evidenzia che nell'anno di riferimento sulla flessione delle risorse destinate a progetti e servizi ha inciso un incremento delle risorse destinate alla remunerazione della Pubblica Amministrazione per effetto delle disposizioni sul contenimento della spesa pubblica (D.L. 78/2010) che prevedono il versamento al Bilancio dello Stato dei risparmi imposti sulle spese di funzionamento.

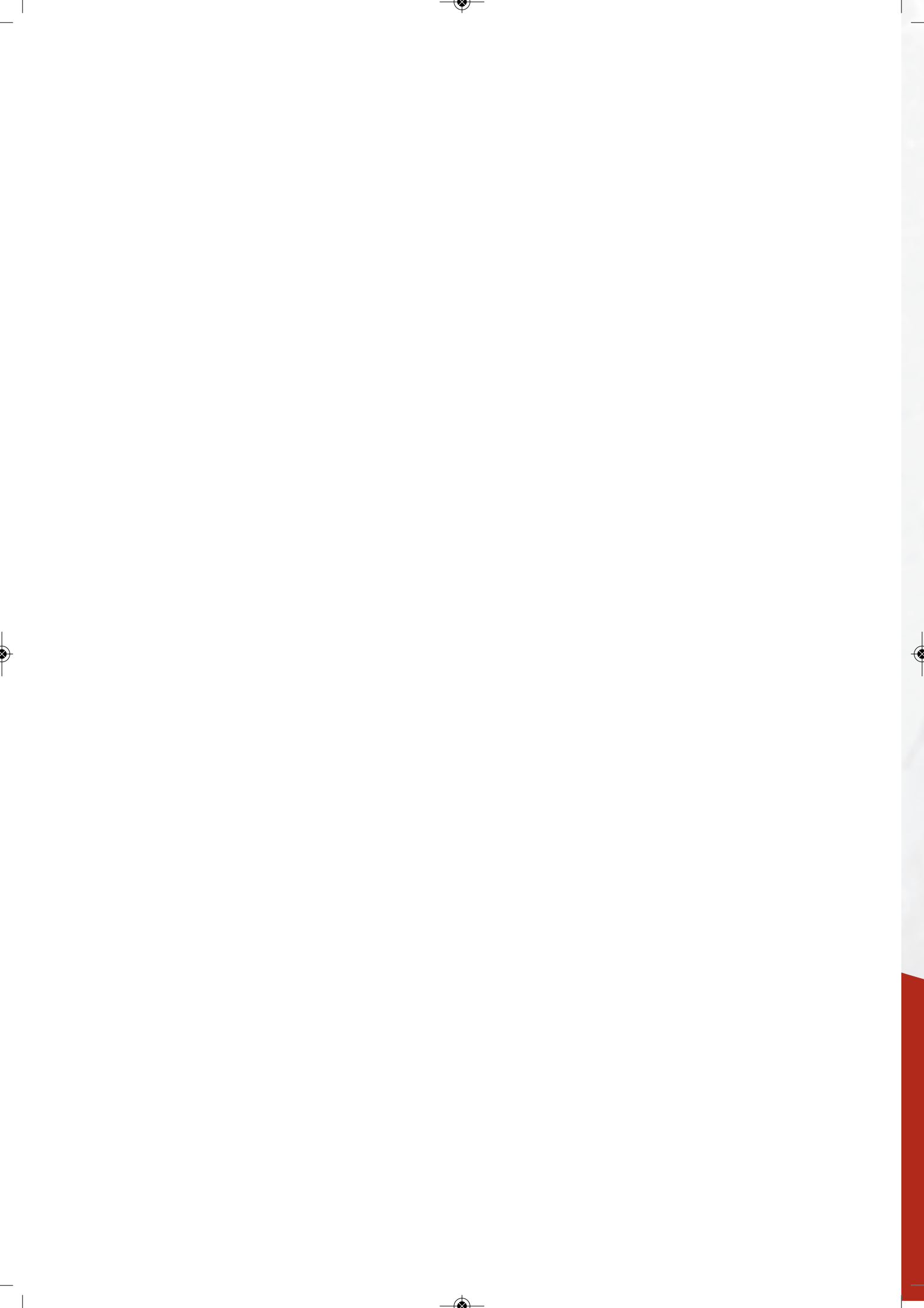
Dettaglio dei costi sostenuti per progetti e servizi nel 2011		
	Risorse	Percentuale sulla remunerazione totale
Servizi amministrativi	1.381.636,00	29%
Regolazione del mercato	540.189,00	11,35%
Promozione del sistema socio-economico	2.838.882,00	59,65%
- Internazionalizzazione	238.200,00	
- Innovazione	481.558,00	
- Studi e informazione economica	236.147,00	
- Formazione, creazione sviluppo e continuità economica	237.420,00	
- Marketing territoriale e sviluppo locale	731.098,00	
- Infrastrutture	99.107,00	
- Accesso al credito, finanza e contributi per le imprese	376.949,00	
- Promozione del turismo	228.447,00	
- Comunicazione istituzionale	209.956,00	
Totale	4.760.707,00	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 (59,65%) e i servizi amministrativi (29%).

Nell'ambito delle iniziative di promozione del sistema socio-economico, si rileva una considerevole incidenza delle risorse destinate al marketing territoriale e sviluppo locale (+25,75%), una buona incidenza delle risorse destinate all'innovazione (16,96%), alla finanza (+13,27%) e alla internazionalizzazione (+8,39%).







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		
	2010	2011
Iscrizioni	2.155	2.260
Cessazioni/Variazioni	8.169	17.245
Totale imprese registrate	38.268	38.430
Visure presso Sportello	4.523	4.047
Certificati presso Sportello	5.317	5.333

La duplicazione del numero delle domande di Cessazione/Variazione è da attribuirsi al flusso delle domande di iscrizione degli indirizzi di Posta Elettronica Certificata, a cui sono state obbligate ad adempiere entro il 29 novembre 2011 tutte le società iscritte.

Nell'ottica della semplificazione, razionalizzazione della spesa e riduzione dei tempi di conclusione dei procedimenti amministrativi, nel corso dell'anno 2011 l'Ufficio Registro delle Imprese ha ulteriormente implementato l'utilizzazione della **Posta Elettronica Certificata** quale strumento principale per l'attività istruttoria correlata alle pratiche telematiche ricevute, e privilegiato la posta elettronica (certificata e non) per lo scambio reciproco di informazioni con le altre Pubbliche Amministrazioni.

Si è rafforzato il ruolo del sito internet quale principale strumento di informazione per gli utenti che possono fruire on line delle informazioni e della modulistica di servizio del Registro delle Imprese. Informazioni e chiarimenti possono essere ottenuti anche rivolgendosi al **Call Center** dedicato, ovvero contattando l'Ufficio agli indirizzi di posta elettronica pubblicati sul sito internet.

È oramai una costante degli ultimi anni l'attività di consulenza specifica sull'evoluzione normativa e sugli adempimenti amministrativi conseguenti che il Registro delle Imprese svolge nei confronti delle Associazioni di categoria, dei professionisti e delle imprese e che si traduce nella organizzazione di workshop, seminari e convegni. Nel corso del 2011 l'avvio del nuovo **Sportello Unico Attività Produttive** e l'intersecarsi degli adempimenti con il Registro delle Imprese, ha determinato inoltre una stretta collaborazione del Registro Imprese anche su questo tema sviluppando una specifica attività di assistenza e consulenza non solo nei confronti di professionisti ed imprese ma anche dei Comuni.

3.1.2 L'Albo Imprese Artigiane

Su 38.268 imprese presenti nella provincia di Viterbo, il 21% appartiene al comparto artigiano.

Principali indicatori riguardanti l'Albo delle Imprese Artigiane (AIA)	
	2011
Iscrizioni	651
Cessazioni	691
Totale soggetti registrati nell'AIA	8.367

Registro delle imprese e Albo Imprese Artigiane: pratiche suddivise per modalità di presentazione								
	Manuale		Informatica		Altre Modalità		Totale	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
2010	2.278	12,33	16.063	86,92	140	0,76	18.481	100
2011	713	2,59	25.072	91,14	1725	6,27	27.510	100

3.1.3 Comunicazione Unica

Nei Servizi Anagrafici (Registro Imprese e Albo Imprese Artigiane) è entrata a pieno regime la "Comunicazione Unica". Attiva dal 1° aprile 2010, consente 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, la nuova procedura di Comunicazione Unica è pienamente utilizzata anche per le istanze rivolte all'Albo delle Imprese 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				
	2010		2011	
	Iscrizioni	Iscritti	Iscrizioni	Iscritti
Ruolo Agenti e rappresentanti	37	2.073	44	2.115
Ruolo Agenti d'affari in mediazione	32	637	24	643
Ruolo conducenti non di linea	15	275	32	307
Ruolo periti ed esperti	6	186	90	192

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 e Mediazione

La Camera di Commercio di Viterbo è abilitata a operare attraverso il proprio Organismo di Mediazione (iscrizione n. 72 al Registro degli Organismi di Mediazione presso il Ministero della Giustizia), per la risoluzione delle controversie civili e commerciali (D.Lgs. n. 28 del 4.3.2010). La normativa prevede l'obbligatorietà della mediazione prima di ricorrere alle tradizionali vie giudiziarie sulle seguenti materie: affitto di aziende; comodato; contratti assicurativi, bancari e finanziari; diritti reali; divisione; locazione; patti di famiglia; successioni ereditarie; risarcimento del danno derivante da diffamazione con il mezzo della stampa o con altro mezzo di pubblicità, responsabilità medica. Per le controversie in ambito condominiale e risarcimento danni causati da incidenti stradali o da circolazione di natanti l'obbligo è scattato dal 20 marzo 2012. Nel 2011 le pratiche di mediazione sono state 180 di cui 157 concluse.

La nuova normativa fa comunque salva l'applicazione delle disposizioni che già disciplinano i procedimenti obbligatori di Conciliazione, che continuano a essere regolamentati dalle disposizioni previgenti. Nell'anno 2011 sono state 141 le domande di conciliazione, di cui 130 concluse, a fronte di 185 nell'anno 2010.

Presso l'Ente camerale sono istituiti l'Elenco dei Mediatori e l'Elenco dei Conciliatori.

Nel 2011 in collaborazione con Universitas Mercatorum (società del sistema camerale) è stata promossa un'ampia attività di formazione dedicata alla "Mediazione civile e commerciale" diretta al personale interno e ai conciliatori iscritti nell'elenco camerale.

Domande per la risoluzione di controversie			
2010		2011	
Presentate	Concluse	Presentate	Concluse
184	89	321	287

Indicatori riguardanti lo Sportello di conciliazione		
	2010	2011
Procedure attivate	184	321
- di cui tra imprese	94	60
- di cui tra imprese e consumatori	90	138
- di cui tra privati		123
- di cui tra privati e enti vari		-
Procedure concluse	89	287
Valore medio controversie tra imprese	€ 4.651,00	580.126,00
Valore medio controversie tra imprese e consumatori	€ 1.422,20	997.092,80
Valore medio controversie tra privati		797.674,00
Valore medio controversie tra privati ed enti vari		-

Elenco Conciliatori		
	2010	2011
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.

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		
	2010	2011
Nominativi inseriti	4.816	4.997
Nominativi cancellati su istanza prima della scadenza quinquennale	362	530

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.

Al fine di accrescere la trasparenza sui costi pagati dal sistema delle micro, piccole e medie imprese, nel corso dell'anno 2011 la Camera di Commercio si è attivata sul fronte del monitoraggio delle tariffe dell'energia elettrica pagate dalle imprese. In modo particolare sono state rilevate le tariffe secondo una modalità standard di approvvigionamento e consumo, ed è stata condotta una indagine puntuale in base alle caratteristiche specifiche del territorio provinciale.

Tali dati sono stati ulteriormente arricchiti delle informazioni scaturenti dai questionari somministrati ad un campione significativo di imprese.

L'elaborazione e l'analisi delle informazioni raccolte hanno consentito la profilazione delle imprese per "consumatore tipo".

Infine i risultati dell'indagine sono stati pubblicati sul sito della Camera di Commercio.

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

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		
	2010	2011
Bacino utenti	5.230	5.559
Controllo produzione ditte orafe	11	9
N. sopralluoghi presso il domicilio degli utenti per la verifica periodica degli strumenti metrici	646	651
N. marchi d'identificazione per la punzonatura dei metalli preziosi	27	27
- Nuove concessioni	-	2
- Rinnovi	27	25

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		
	2010	2011
Accessi funzionario camerale	11	5

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		
	2010	2011
Ordinanze emesse	311	338
Ispezioni	23	62

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		
	2010	2011
Invenzioni	9	14
Modelli di utilità	9	6
Marchi	166	179
Marchi internazionali	-	-
Disegni e modelli	7	16
Istanze varie	6	5
Annotazioni	4	14
Trascrizioni	5	2
Totale	206	236
Informazioni rilasciate presso il PIP	500	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'**Eurosportello** e lo **Sportello Innovazione** con la funzione di offrire al sistema delle imprese notizie e aggiornamenti sui principali strumenti di supporto alla crescita e allo sviluppo.

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

L'attività dello Sportello Innovazione nell'anno 2011 ha riguardato principalmente le iniziative riconducibili al settore agricolo e nello specifico alla coltura del nocciolo e del castagno, in continuità con le attività già avviate nel 2010, finalizzate a sviluppare iniziative derivanti dalla ricerca scientifica che possano avere immediato riscontro operativo per i produttori locali. Nel corso del 2011 sono stati gestiti una serie di incontri con i rappresentanti di filiera al fine di consolidare i rapporti con gli attori locali. È stata altresì curata, mediante la raccolta di 8 contributi tecnico scientifici, la pub-

blicazione del n. 1/2011 della rivista **Corylus & Co.** di approfondimento dei temi inerenti la coltura del nocciolo e del castagno. Sono stati raccolti 7 contributi scientifici oggetto di pubblicazione del n. 1/2012 della rivista.

Con la collaborazione dell'Università della Tuscia e CReSO è stata realizzata una giornata di studio sul trasferimento tecnologico relativo alla "Potatura meccanizzata del nocciolo, sicurezza e recupero delle biomasse".

Si è prestata inoltre particolare attenzione al processo di comunicazione e diffusione dei più significativi progetti di ricerca in essere, con particolare riferimento a quelli rivolti alle filiere agroalimentari. A tal fine sono state create banche dati settoriali di imprese interessate a ricevere informative e sono state realizzate 17 infonews circa avvisi pubblici, nazionali e comunitari.

È stato infine avviato il progetto "**Tuscia Sostenibile**" che prevede azioni di formazione, informazione e affiancamento delle imprese per lo sviluppo della *Green Economy* e proprio sul tema "Innovazione e sostenibilità", due parole chiave per il futuro sviluppo economico e sociale, alla fine dell'anno 2011 è stato organizzato un convegno.

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 nel l'anno 2011 sono pari ad 84.

Incentivi erogati nel 2011		
Tipo incentivo	Imprese beneficiarie	Importo (in Euro)
ISO 9001	21	69.375,47
SOA	60	118.910,83
FPC (Piano di controllo produzione di fabbrica)	-	-
EMAS 2	3	1.110,00
Totale contributi	84	189.386,30

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 2011 è stato implementato il *data base*, organizzato per codici di attività e numero addetti, delle aziende della provincia di Viterbo da poter coinvolgere nel progetto Responsabilità Sociale.

È stata gestita la campagna di sensibilizzazione sul tema della Responsabilità Sociale d'Impresa con la realizzazione di un primo seminario informativo cui hanno partecipato 15 aziende. Il seminario è stato realizzato con la collaborazione dell'Università della Tuscia – Dipartimento DEIM e con l'Ufficio Punto di Contatto Nazionale Italia (PCN) del Ministero dello Sviluppo Economico.

È stata inoltre avviata la collaborazione con 7 aziende partecipanti al Premio per il supporto e l'assistenza ai fini della redazione del Bilancio Sociale 2010 al fine di conferire alle imprese uno strumento per far conoscere la loro storia, i loro valori, la loro attenzione nei confronti delle risorse umane, del clima aziendale, dell'ambiente, della collettività e del territorio.

Come nell'anno 2010 è stato pubblicato il bando per il Premio CSR per il quale hanno presentato domanda di partecipazione 22 aziende. La cerimonia di premiazione si è svolta nel mese di febbraio 2012 con l'assegnazione dei premi a 4 aziende. Nel corso della cerimonia sono stati consegnati alle sette aziende coinvolte nel progetto i **Bilanci Sociali** realizzati a cura del **CeFAS** e del gruppo di ricerca "Noise" dell'Università degli Studi della Tuscia.

Nel 2012 l'attività dedicata alla Responsabilità Sociale da parte della Camera di Commercio di Viterbo sarà rafforzata attraverso il CeFAS con l'avvio di un progetto di formazione, informazione e assistenza sul tema della **Green Economy**, puntando quindi l'attenzione sulle tematiche ambientali.

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, corredata 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 2011			
Argomento	N. Corsi	Durata in giorni	N. Partecipanti
Corso: "Aggiornamento per i Coordinatori della Sicurezza nei cantieri mobili e temporanei Art. 98 e All. XIV del D. Lgs. 81/08 e s.m.i."	1	3	21
Seminario: "Protezione dei lavoratori dalle radiazioni ottiche alla luce del D. Lgs. 81/08"	1	1	17
Seminario: "Gestione dei rischi nell'uso delle apparecchiature meccaniche alla luce della nuova direttiva macchine e degli aggiornamenti relativi alle verifiche periodiche"	1	1	19
Corso: "Degustazione del vino"	1	8	11
Seminario: "Valutazione e gestione del rischio da stress lavoro-correlato alla luce delle nuove linee guida dell'INAIL"	1	1	21
Seminario: "Le verifiche ispettive da parte degli Enti Territoriali di controllo e sorveglianza: le procedure di svolgimento, gli adempimenti aziendali ed il sistema sanzionatorio"	1	1	18
Corso: "Gestione delle risorse umane: azioni di supporto per il miglioramento dei livelli di performance aziendali"	5	20	20

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 2011 l'attività del Comitato si è focalizzata in particolare su un'indagine sull'imprenditoria femminile della provincia i cui risultati sono stati sinteticamente illustrati in occasione della presentazione del Rapporto sull'economia della Tuscia Viterbese 2010.

Lo studio è stato oggetto della pubblicazione "Rapporto sull'imprenditoria femminile nella Tuscia" dal 2001 al 2010, contenente la storia dei primi 10 anni di attività del Comitato.

Nel mese di Ottobre, inoltre, è stato realizzato in collaborazione con BIC Lazio un corso di formazione per le imprenditrici sul tema del web marketing e commercio elettronico.

Manifestazioni / Seminari organizzati dal Comitato per l'Imprenditoria femminile nel 2011		
Titolo	N. corsi	N. partecipanti
Web marketing e Commercio elettronico	1	27

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 2011 hanno riguardato:

- La gestione di incontri tra Banche e Confidi per l'analisi e l'approfondimento di tematiche di comune interesse.
- Il rifinanziamento del Fondo rotativo di garanzia, secondo quanto previsto dalla convenzione in essere fra Camera di Commercio e Confidi, disponendo la possibilità di utilizzo del fondo a supporto delle difficoltà riscontrate dalle imprese a causa dei ritardi nei pagamenti della Pubblica Amministrazione.

Sostegno ai Consorzi fidi nel 2011	
Contributi accordati	315.000,00

(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 2011 sono state 44 le aziende che hanno beneficiato del Progetto Sostegno e Promozione d’Impresa. Di queste, 24 sono imprese di nuova costituzione ed 8 sono licenziatarie del Marchio Collettivo Tuscia Viterbese. Le giornate di tutoraggio erogate nell’anno sono state 56 per un totale di 407 ore di intervento.

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 2011		
Valore aggiunto provinciale	Imprese della filiera agricoltura-lavorazione alimentare	Percentuale di esportazione
5,4%	36,4%	16,6%

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		
	2010	2011
Consistenza iscritti	985	951
Ettari di terreno	1.129.79,25	993.41,79

Albo Vigneti vini IGT		
	2010	2011
Consistenza iscritti	1.105	1.139
Ettari di terreno	1.419.79,41	1.467.96,15

Commissioni degustazioni Vini DOP		
	2010	2011
Riunioni effettuate	10	11
N. campioni degustati	82	64

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.

Olio extravergine d'oliva DOP Canino		
	2010	2011
Iscrizioni - nuovi assoggettamenti	2	7
Consistenza iscritti	1.021	914
Ettari di terreno	1756.67.66	1.632.09,15
Quintali di olive denunciate	13.458,18	7.609,31
N. campioni analizzati	26	26

Olio extravergine d'oliva DOP Tuscia		
	2010	2011
Iscrizioni - nuovi assoggettamenti	24	7
Consistenza iscritti	144	149
Ettari di terreno	468.32.24	4.968.524
Quintali di olive denunciate	5.527,55	7.201,57
N. campioni analizzati	18	23

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 2011	
Iscrizioni	/
Consistenza iscritti	40
Ettari di terreno	109.00.05

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 2011	
Iscrizioni	/
Consistenza iscritti	17
Ettari di terreno	49.60.38
Quintali di nocciole denunciate	/
N. campioni analizzati	2

3.7.5 Interventi camerali a favore dell'agroalimentare

Nel 2011 è stato mantenuto lo stesso format del precedente anno supportando in modo particolare la promozione di alcuni prodotti tipici della Tuscia quali l'**asparago** e il **formaggio**.

È stata inoltre gestita la partecipazione di 25 aziende locali al “Concorso dell'Olio extravergine regionale DOP regionale”, di 10 aziende al “Concorso dei formaggi” e di 19 aziende al “Premio Roma – Sezione Formaggio e Pane”.

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.

Nel mese di febbraio 2011 è stato emanato il bando “Welcome in Tuscia” inerente la prosecuzione delle attività già avviate nel biennio precedente e finalizzate alla promozione del turismo integrato.

In particolare, sulla base di quanto previsto dal bando, che ha fatto registrare l'adesione di 77 imprese sono state realizzate le seguenti attività progettuali:

- a) Realizzazione di un Laboratorio con le strutture ricettive al fine di divulgare il progetto e condividere le possibili iniziative da intraprendere a cura delle imprese aderenti;
- b) Messa a punto di un “Portale” sul turismo integrato e sostenibile della Tuscia Viterbese: tale portale consente la consultazione diretta delle strutture ricettive coinvolte nel progetto suddivise per tipologia. Inoltre contiene notizie sul territorio, annuncio e calendario di eventi e/o iniziative di forte attrattività turistica, mappa virtuale e offerte di turismo integrato proposte dalle stesse strutture ricettive;
- c) Azioni di web marketing per il portale “Welcome in Tuscia” in modo che possa collocarsi nelle prime posizioni dei motori di ricerca;
- d) Gestione del widget contenente la segnalazione di eventi ed iniziative che si svolgono nel territorio della Tuscia Viterbese nel corso dell'anno;

- e) Assistenza tecnica inerente la presenza del widget sui siti delle strutture ricettive;
- f) Progettazione di una cartina del territorio digitale diretta alla promozione dell'offerta culturale, enogastronomica e artigianale della provincia;
- g) Pubblicità regionale e nazionale delle offerte di turismo integrato proposte dalle strutture ricettive in concomitanza agli eventi e/o iniziative promossi dall'Ente camerale;
- h) Inserzioni pubblicitarie su testate nazionali specializzate sul turismo, con cui veicolare il portale e le strutture ricettive in esso inserite;
- i) Fornitura di materiale informativo relativo alla Tuscia Viterbese (cartine, brochure sul territorio, sui suoi prodotti, sulle iniziative promosse dall'Ente camerale) completo di apposito espositore;
- l) Promozione delle strutture ricettive aderenti al Progetto che parteciperanno ai workshop proposti dalla Camera di Commercio, tra cui: BTSA, VisiTuscia e Buy Lazio.

Sulla base delle adesioni al progetto, a fine anno è stata avviata l'istruttoria finalizzata al riconoscimento di un Premio alle strutture ricettive che si sono particolarmente distinte nella realizzazione di offerte di turismo integrato. L'istruttoria si è conclusa nel corso del I trimestre dell'anno 2012 con la conseguente assegnazione del Premio.

3.8.2 Coordinamento Feste del Vino, Castagna e Olio della Tuscia

L'Ente camerale gestisce un'attività progettuale diretta da anni alla promozione unitaria delle Feste che nella Tuscia sono dedicate alle 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.

Per l'anno 2011 l'iniziativa ha visto il coinvolgimento di 17 Comuni di cui 6 per le Feste del Vino (Castiglione in Teverina, Civitella D'Agliano, Gradoli, Montefiascone, Tarquinia, Vignanello), 7 per le Feste della Castagna, (Canepina, Caprarola, Carbognano, Latera, Soriano nel Cimino, Vallerano, Viterbo) 4 per le Feste dell'Olio (Blera, Canino, Tuscania, Vetralla). L'azione dell'Ente si è incentrata su un piano di comunicazione forte e di ampio raggio finalizzato a promuovere la conoscenza dei Comuni partecipanti, che rappresentano per quantità di prodotto, ettari coltivati e numero di aziende impiegate nella raccolta, lavorazione e trasformazione, importanti realtà con un'identità di rilievo rispetto allo specifico prodotto. Il Piano si è articolato nelle seguenti attività: affissioni in Viterbo, realizzazione di depliant, affissione metro Roma, pubblicità su testate giornalistiche, web, radio e guide di carattere turistico, conferenze stampa.

3.8.3 Partecipazione a manifestazioni locali e regionali di promozione turistica

Nel I semestre dell'anno si è partecipato alla **Borsa Internazionale del Turismo Sociale ed Associato**. Si è registrata una grande risposta di partecipazione per le imprese turistiche della provincia di Viterbo all'evento; un terzo degli operatori della provincia accreditati alla BTSA è composta da strutture che aderiscono sia al Marchio Tuscia Viterbese

sia al progetto Welcome in Tuscia, iniziative promosse dall'Ente camerale per lo sviluppo del turismo locale.

Nel mese di settembre è stata organizzata la partecipazione a due altre importanti manifestazioni di promozione turistica: Buy Lazio e Visituscia. Il **Buy Lazio**, che si è tenuto a Frosinone, ha offerto a 136 seller laziali accreditati, di incontrare 75 buyer europei. Per la Tuscia hanno partecipato 5 operatori. In data 17 e 18 settembre 14 buyer hanno preso parte al mini tour organizzato dall'Ente camerale, in collaborazione con l'assessorato al turismo della Provincia in visita ad Orte, Viterbo, Bagnai, Castiglione in Teverina, Lubriano e Bagnoregio per conoscere sia il patrimonio turistico provinciale sia le opportunità del turismo enogastronomico.

La manifestazione **Visituscia**, che ha visto il coinvolgimento dell'Ente camerale in collaborazione con la Provincia, il Comune di Viterbo e l'ENIT, e l'adesione di 200 aziende, si è articolata nei seguenti eventi: workshop per i seller, con incontri one to one; educational tour per i buyer, press tour riservato ai giornalisti della stampa di settore provenienti da varie regioni italiane, alcuni specializzati nell'enogastronomia.



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 licenziatrici.

Nel 2011 sono state rilasciate 12 nuove licenze d'uso raggiungendo quota 180 per un totale di 174 imprese licenziatrici (alcune hanno una doppia licenza).

Conformemente alla pianificazione strategica le azioni promosse nell'ambito del progetto "Marchio Collettivo" si sono sviluppate nel 2011 nelle seguenti aree operative:

Marketing e commercializzazione

- Gestione di incontri con i licenziatari in particolare con i caseifici, le strutture ricettive (alberghi e agriturismi) e la ristorazione per concordare e condividere i programmi annuali di promozione sul territorio e l'aggiornamento dei disciplinari di settore;
- Gestione di incontri con i licenziatari di tutti i settori presso la Boscolo Etoile;
- Gestione di incontri con i licenziatari dei prodotti da forno e pasticceria per l'aggiornamento del disciplinare di settore;
- Realizzate iniziative di valorizzazione e promozione dei prodotti a marchio:
 - "Fior di Gusto" in occasione di San Pellegrino in Fiore, con la degustazione e vendita di prodotti tipici locali;
 - "Economenti", in occasione di Caffèina, manifestazione che ha previsto appuntamenti quotidiani con esperti presentati dalle Associazioni di categoria e labo-

ratori del gusto dedicati ai formaggi, all'olio e al vino. Per tutta la durata della manifestazione sono stati offerti in degustazione e venduti prodotti delle aziende licenziatrici;

- "DolceGusto", in occasione delle festività di Santa Rosa, dedicata ai prodotti da forno e della pasticceria del marchio;
- "Gustose Feste", nel periodo dall'8 all'11 dicembre, dedicata a tutti i prodotti del Marchio Tuscia Viterbese e alla Nocciola Tonda Romana Dop.
- Posizionamento di un desk informativo presso la Borsa del Turismo Sociale ed Associato al fine di supportare le aziende licenziatrici del settore turistico e acquisire nuovi licenziatari.

Rafforzamento delle verifiche qualitative sull'applicazione dei disciplinari dei prodotti ed erogazione dei servizi del marchio collettivo

Complessivamente nell'anno 2011 le verifiche realizzate sono state 92

Adozione nuovi disciplinari

- È stato revisionato il disciplinare dei prodotti da forno e pasticceria. Sono stati inoltre elaborati i nuovi disciplinari delle strutture agrituristiche, della ristorazione, delle strutture alberghiere, e dell'artigianato artistico, approvati nei primi mesi dell'anno 2012.

Prodotti e servizi per i quali si può ottenere la licenza d'uso del Marchio Collettivo Tuscia Viterbese 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 e Prodotti Apistici
- Olio extravergine d'oliva DOP Canino
- Olio extravergine d'oliva DOP Tuscia
- Pasticceria e prodotti da forno
- Patata dell'Alto Lazio
- Prodotti caseari
- Ceramiche artistiche
- Vini DOC e IGT
- 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 2011 è stata gestita la presenza di 54 imprese alle seguenti manifestazioni:

Manifestazioni fieristiche nazionali nel 2011			
Fiere	Sede	Settore	Aziende partecipanti
VINITALY 7-11 aprile 2011	Verona	Agroalimentare	25
MOA CASA AUTUNNO 28 ottobre – 7 novembre 2011	Roma	Artigianato	29
BTSA 3-6 marzo 2011	Viterbo	Turismo	71
BUY LAZIO 16 settembre 2011	Frosinone	Turismo	5

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 2011 si evidenzia la compartecipazione alle seguenti manifestazioni:

- **San Pellegrino in Fiore**, tradizionale evento floreale che arricchisce le vie del centro storico di Viterbo. In occasione di tale manifestazione, al fine di rafforzare il legame tra eventi e prodotti tipici per rendere più attrattivo il territorio, la Camera di Commercio ha allestito "Fior di Gusto" con la vendita e la degustazione dei prodotti tipici locali. L'evento che si è svolto presso la ex chiesa San Salvatore di Piazza San Carlucio, ha consentito di promuovere le eccellenze del territorio a Marchio Tuscia Viterbese.
- **Caffeina Cultura**, iniziativa culturale organizzata nel quartiere San Pellegrino a Viterbo. Durante la manifestazione la Camera di Commercio ha organizzato gli "Economenti" ovvero appuntamenti quotidiani con esperti presentati dalle Associazioni di Categoria e Laboratori del gusto dedicati ai formaggi, all'olio e al vino. Ogni incontro è stato accompagnato dalla degustazione e vendita di prodotti tipici di qualità in abbinamento ai vini DOC e IGT, il tutto rigorosamente a Marchio Tuscia Viterbese.
- **Santa Rosa**, tradizionale festa patronale della città di Viterbo, che si svolge ogni anno la prima settimana del mese di settembre. In occasione di tali festività la Camera di Commercio, nell'ambito dell'allestimento "**Dolce Gusto**" ha favorito la promozione dei prodotti da forno e della pasticceria del 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 Incoming e manifestazioni fieristiche

Sono state intraprese iniziative di valorizzazione delle peculiarità locali sui mercati della Russia e della Cina. In particolare sono stati curati gli adempimenti propedeutici alla partecipazione dell'Ente camerale ad un incoming di operatori russi promosso nell'ambito delle iniziative del sistema camerale e svoltosi a Firenze dal 1 al 2 dicembre "Italia@Casa2011". All'iniziativa hanno aderito 10 imprese della Tuscia e, sulla base dell'analisi di prefattibilità avviata dal desk Russia sono state ammesse a partecipare 6 aziende di cui 1 licenziataria del marchio Collettivo Tuscia Viterbese.

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 112 aziende.

3.10.3 Sportello per l'Internazionalizzazione

Presso la Camera di commercio di Viterbo sono attivi:

- lo **Sportello Regionale Internazionalizzazione** – Sprint Lazio importante riferimento per le piccole e medie imprese che hanno l'opportunità di conoscere e selezionare i mercati esteri di maggior interesse, di individuare le prospettive di investimento ed i partner esteri, di conoscere gli strumenti e le agevolazioni comunitarie, nazionali e regionali.
- lo **Sportello SprinTuscia** ovvero lo sportello provinciale di Sprint Lazio (Sportello Regionale per l'Internazionalizzazione) attivo a Viterbo ed ha il compito di promuovere i servizi per l'internazionalizzazione del proprio territorio. Ha una cura particolare delle imprese piccole e medie della Tuscia Viterbese che vogliono orientarsi verso i mercati esteri offrendo loro l'opportunità di accedere, tramite un unico ufficio fisicamente presente sul proprio territorio, ai servizi di tutti gli Enti che si occupano di internazionalizzazione ed assistenza alle imprese operanti con l'estero. Lo Sportello SprinTuscia si pone come obiettivo anche quello di stimolare le imprese della Tuscia Viterbese che già non lo facciano ad operare al di fuori dei confini nazionali.

Allo scopo svolge attività di informazione, promozione e consulenza di base nelle tematiche del commercio e del marketing internazionale, cooperazione e finanza. Lo sportello inoltre consente l'accesso delle imprese viterbesi a GLOBUS, il nuovo servizio telematico delle Camere di Commercio dedicato all'Internazionalizzazione delle imprese: GLOBUS è il sito dove ogni azienda può trovare risposta alle problematiche che nascono quando si opera con l'Estero.

Sono state inoltre divulgate iniziative promosse dal sistema camerale, in particolare:

- Missione in India 19-26/2/2011- settore: ambiente, beni strumentali, edilizia, costruzioni;
- Missione in Repubblica Ceca 4-7/4/2011- settore agroalimentare;
- Missione in Grecia 28-29/4/2011- Multisetoriale;
- Incoming Cina "Italia a tavola" 16-17/5/2011: settore agroalimentare;
- Missione in Israele 18-20/6/2011; settore agroalimentare, energia, sistema casa;
- Missione in Canada 4-7/7/2011: settore agroalimentare, mezzi di trasporto, sistema casa, turismo;
- Incoming Cina Ottobre 2011 "Progetto 100 finestre" settore: aziende sistema moda, calzature;
- Missione in Turchia, 2-8/10/2011; multisetoriale;
- Missione in Canada, USA 13-18 novembre settori. Energia, tecnologie-energie rinnovabili, energie tradizionali;
- Missione in Argentina, Brasile 20-26 novembre 2011; multisetoriale.

Sul sito www.sprintuscia.it è stata inoltre realizzata una sessione dedicata alle PMI interessate a progetti di esportazione in Cina ed è stato attivato **Sprintexport**, un servizio di consulenza on line dedicato alle PMI interessate ai progetti di esportazione.

All'**Eurosportello** è demandata la funzione di offrire al sistema delle imprese notizie e aggiornamenti sui principali strumenti di supporto alla crescita e allo sviluppo:

- Informare, con notizie attendibili, tempestive e personalizzate, avvalendosi di documentazione tecnica, banche dati ed esperienze di altri enti circa la normativa e bandi di carattere Comunitario, Nazionale e Regionale;
 - Assistere, fornendo risposte ai quesiti e nella corretta interpretazione dei bandi e delle procedure tecniche;
 - Incentivare le cooperazione ed il partenariato tra imprese di differenti nazioni.
-

N. di accessi/utenti allo Sportello internazionalizzazione suddivisi per le discipline d'interesse	
Servizi	N. accessi
Nominativi esteri (servizio banche dati: D&B ecc.)	86 quesiti
Partecipazione ai seminari e/o convegni	85 partecipanti
Totale accessi/utenti	171

Quesiti richiesti allo Sportello Internazionalizzazione e loro ripartizione per materia	
Materie dei quesiti	2011
Ricerca partner	-
Informazioni specialistiche	29
Paesi/settori/mercati	10
Strumenti finanziari per l'internazionalizzazione	-
Fiere all'estero	5
Opportunità di Business	-
Altro	42
Totale quesiti	86

Iniziative seminariali per l'internazionalizzazione realizzate dalla Camera di Commercio nel 2011		
Titolo seminario	Data	N. partecipanti
Seminario formativo IntFormatevi "Focus Paese Federazione Russa. Strategie di ingresso nel mercato russo" Civita Castellana, 14 aprile 2011	14.04.2011	35
Seminario formativo IntFormatevi "Focus Paese: Cina, Come affrontare il mercato Cina" Camera di Commercio di Viterbo, 15 giugno 2011	15.06.2011	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		
	2010	2011
Certificato d'origine	1.216	1.224
Visti di legalizzazione firma	26	49
Visti su fatture	481	741
Rilascio codici meccanografici	0	3
Totale atti e certificati	1.723	2.017

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 camerale, 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 2011, 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 l'**11° Rapporto sull'Economia della Tuscia Viterbese**, con una sezione di approfondimento dedicata alla situazione dell'imprenditoria femminile.

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		
	2010	2011
N. richieste	1.100	1.000

Studi e pubblicazioni per aree tematiche e anni di pubblicazione nel 2011	
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. 1/2011

3.11.1 La Biblioteca

La Camera di Commercio di Viterbo dispone di una Biblioteca per la diffusione di un'informazione specializzata, a carattere giuridico-economico-statistico. 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 8.000 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

Il “Focus Impresa e Lavoro”, è l’organismo istituito nel 2010 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. Nel 2011 sono state organizzate due riunioni: una dedicata alle infrastrutture locali e l’altra all’incontro con i vertici dell’Interporto Centro Italia di Orte.

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		
	2010	2011
N. dichiarazioni MUD presentate	2.324	2.144
- di cui in modalità informatica/telematica	1.767	1.656
- di cui in modalità cartacea	557	488

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.

L’art. 52 del D.L. 22 giugno 2012, n. 83 (“Misure urgenti per la crescita del Paese”), ha sospeso il termine di entrata in operatività del nuovo sistema di tracciabilità dei rifiuti. Il nuovo termine per l’entrata in operatività del SISTRI sarà fissato con decreto del Ministro dell’ambiente e della tutela del territorio e del mare.

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
132	160	292

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	2010	2011
Fondo perquativo	172.289,00	172.000,00
Unione Nazionale	158.139,60	147.864,20
Unione Regionale	159.905,00	177.437,04
Associazione interregionale	4.505,63	4.907,92
Retecamere	1.582,40	1.577,34
Universitas Mercatorum	2.931,24	2.528,32
ISNART	4.700,00	1.000,00
Infocamere	18.826,00	24.226,00
Mondimpresa	499,499	856,27
Dintec	0,00	250,00
Totale	523.378,36	532.647,09

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 ero-

gatrice di servizi in conformità al ruolo che gli interventi normativi richiedono alle Camere di Commercio in termini di sviluppo dei criteri quali la **flessibilità, modernità e professionalità**.

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

	2011
Quota media di retribuzione (euro)	30.490,86
Quota media di produttività (Euro)	3.576,52
N. richieste di trasferimento ad altre amministrazioni	0

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		
	2010	2011
Risorse investite nella formazione interna (Euro)	7.429	13.149,62
N. Corsi	48	37
N. Partecipanti	34	31
N. Risorse umane coinvolte nelle attività formative	18	28
N. Ore di formazione	568	471

Aree tematiche dei Corsi di formazione del personale interno della Camera di Commercio						
Area tematica	2010			2011		
	Numero di Partecipanti	Numero di Giornate	N. Corsi	Numero di Partecipanti	Numero di Giornate	N. Corsi
Giuridica e normativa generale	14	13	13	2	6	2
Organizzazione e personale	1	2	1	4	5	2
Manageriale	2	2	2	1	1	1
Comunicazione	0	0	0	0	0	0
Economia e finanza	5	5	4	0	0	0
Controllo di gestione	1	2	2	1	2	1
Informative e telematica	1	10	6	0	0	0
Linguistico	0	0	0	1	2	1
Tecnico-specialistica	10	20	20	22	30	30
Totale	34	54	48	31	46	37

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 delle scrivanie elettroniche.

La dematerializzazione della documentazione prodotta nell'ambito dell'attività della Pubblica Amministrazione rappresenta 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 di risparmi diretti (carta, spazi, ecc..) ed 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 di un progetto, iniziato nel 2010, che troverà la propria conclusione con la conservazione sostitutiva dei documenti.

Nell'anno 2011 in particolare è stata condotta un'analisi delle novità introdotte dal Nuovo Codice dell'Amministrazione Digitale ed, in attesa dell'emanazione delle nuove regole tecniche per la conservazione sostitutiva, si è fornita assistenza agli uffici nell'avvio della nuova procedura per la gestione dei flussi documentali al fine di pervenire all'integrale fascicolazione informatica.

In concreto le attività progettuali realizzate nell'anno hanno riguardato:

- **La fascicolazione informatica** dei documenti inerenti i procedimenti amministrativi gestiti dai singoli uffici, in conformità al Piano di Fascicolazione.
- **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 della firma digitale.
- **Implementazione dell'uso della Posta Elettronica Certificata (PEC)**, nelle relazioni con gli stakeholder conseguendo la totale sostituzione delle raccomandate A.R. per quanto concerne le pratiche di Comunicazione Unica facenti capo all'Ufficio Registro delle Imprese, alle pratiche dell'Albo Imprese Artigiane e agli atti istruttori delle società che hanno dichiarato il loro indirizzo di Posta Elettronica Certificata;
- Utilizzazione del **sistema "Legal Pay"** per i pagamenti attraverso il mandato informatico;
- **La gestione informatica delle procedure contabili** (contabilità analitica, controllo di gestione, e mandato elettronico), **e del personale** sia con riferimento al trattamento

giuridico (presenze, richieste di autorizzazioni, ferie, permessi, missioni, malattie), che al trattamento economico (cedolini relativi agli stipendi, CUD);

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

Sul fronte della misurazione delle performance e dello stato di perseguimento degli obiettivi operativi e strategici è stata avviata la completa informatizzazione delle procedure per la redazione del piano della performance, il monitoraggio dei processi, la redazione di una rendicontazione trimestrale e la relazione annuale.

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	
	2011
N. affidamenti di incarico nell'esercizio	38
- di cui N. contratti	38
- di cui N. ordini	-
Valore affidamenti di incarico nell'esercizio (Euro)	217.763
N. gare/esplorazioni di mercato	7
Valore gare/esplorazioni di mercato (Euro)	77.224

Provenienza dei fornitori	
	2011
N. affidamenti di incarico nell'esercizio	38
- di cui a Fornitori della provincia	22
- di cui a Fornitori di altre province della regione	10
- di cui a Fornitori extra-regionali	4
Valore affidamenti di incarico nell'esercizio (in euro)	217.763,00
- di cui Valore affidamenti a Fornitori della provincia	164.693
- di cui Valore affidamenti a Fornitori di altre province della regione	8.520
- di cui Valore affidamenti a Fornitori extra-regionali	44.550

Albo Fornitori		
	2010	2011
N. soggetti iscritti all'Albo Fornitori (31/12)	354	427

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			
		2010	2011
N. fatture totali ricevute da fornitori		740	999
- di cui pagate entro 90 gg.		714	888
- di cui pagate oltre 90 gg.		26	111

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 2010	Accessi 2011
www.vt.camcom.it	95.000	130.188
www.tusciaeconomica.it	40.000	38.000
www.tusciaviterbese.it	73.129	141.246
www.welcomeintuscia.it	-	20.000
Sito Azienda speciale CeFAS		
	Accessi 2010	Accessi 2011
www.cefas.org	18.152	15.980

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 ottava 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 camerali

Nella rivista **Tuscia economica** sono descritti i servizi camerali e le principali iniziative poste in essere dall'Ente e vengono fornite informazioni su modifiche legislative aventi riflessi sul sistema delle imprese della provincia. La rivista è distribuita mensilmente.

te 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 camerali 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	2011
Periodicità	mensile	mensile
Tiratura (N. Copie)	1.700	2.250

Altri strumenti e canali di comunicazione esterna		
	2010	2011
N. Comunicati stampa	101	121
N. Conferenze stampa	5	3

Attività dell'URP		
	2010	2011
N. contatti totali	400	370
N. reclami presentati	20	2



GRUPPO DI LAVORO

A cura di:

Daniela Camera
(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 Luglio 2012
presso la tipografia Agnesotti
di Viterbo
