



Camera di Commercio
Viterbo

BILANCIO SOCIALE 2012

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	31
3.3 INNOVAZIONE: OPPORTUNITÀ DI CRESCITA PER LE IMPRESE	35
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	40
3.6 CREAZIONE, SVILUPPO E CONTINUITÀ DELLE IMPRESE	41
3.7 AGROALIMENTARE: SERVIZI E PROGETTI PER ORIENTARE LE IMPRESE ALLA QUALITÀ	41
3.8 TURISMO: INIZIATIVE PER FAR CRESCERE LA CAPACITÀ DI ACCOGLIENZA DA PARTE DELLE IMPRESE	44
3.9 MARKETING TERRITORIALE E SVILUPPO LOCALE	47
3.10 INTERNAZIONALIZZAZIONE: PROIETTARE LE IMPRESE SUI MERCATI ESTERI	49
3.11 INFORMAZIONE ECONOMICA: CONTRIBUTO AL SISTEMA DELLA CONOSCENZA	53
3.12 GOVERNARE IL TERRITORIO: COLLABORAZIONI CON LE ISTITUZIONI LOCALI	54
3.13 ALTRE AZIONI PER LA COLLETTIVITÀ	55
3.14 AGIRE IN RETE: INIZIATIVE CONDIVISE CON IL SISTEMA CAMERALE	57
3.15 SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE DELLA CAMERA	58
3.16 COMUNICAZIONE, ATTIVITÀ TRASVERSALE PER GLI STAKEHOLDER	62

INTRODUZIONE

Negli ultimi anni il concetto di Trasparenza è divenuto uno dei principi fondamentali a cui si ispira l'attività della Pubblica Amministrazione.

La trasparenza costituisce il livello essenziale delle prestazioni erogate dalle Amministrazioni Pubbliche secondo quanto previsto dall'articolo 117, co. 2, lett. m, della Costituzione.

Trasparenza intesa come "accessibilità totale delle informazioni concernenti l'organizzazione, la gestione, l'utilizzazione delle risorse, i risultati dell'attività", secondo il paradigma della libertà di informazione, dell'*open government* di origine statunitense, al fine di favorire forme diffuse di controllo del rispetto dei principi di buon andamento ed imparzialità.

La trasparenza è anche il mezzo mediante il quale prevenire ed eventualmente palesare situazioni in cui possono annidarsi forme di illecito e di conflitto di interessi, quindi strumento essenziale per la lotta alla corruzione e alla illegalità.

Il Bilancio Sociale si colloca, unitamente al Programma triennale per la Trasparenza, al Piano triennale Anticorruzione e al Piano e Relazione sulla Performance, tra gli strumenti utilizzati dall'Ente Camerale per garantire ai propri *stakeholder* la conoscibilità del proprio operato in termini di *mission*, servizi erogati e risorse utilizzate.

La redazione del Bilancio Sociale, giunto alla nona edizione, rappresenta ormai un'attività ordinaria della Camera di Commercio di Viterbo che, anticipando i tempi "degli obblighi di legge" in termini di trasparenza e legalità, ha riconosciuto in questo strumento il suo valore strategico avendo le potenzialità per contribuire a orientare azioni e *mission*.

Con il Bilancio Sociale si realizza infatti un vero e proprio *reporting* sociale non fine a se stesso ma funzionale a stimolare negli interlocutori riflessioni circa le scelte programmatiche e gestionali, allo scopo di contribuire al miglioramento futuro dell'operato dell'Ente nell'ottica di una sempre più crescente integrazione con il ciclo della *performance*.

In definitiva il Bilancio Sociale rappresenta una delle modalità con cui l'Amministrazione si apre all'esterno. È la concreta attuazione della rendicontazione in modo leggibile e trasparente delle priorità, degli interventi programmati e dei risultati conseguiti.

Il Presidente
Ferindo Palombella

NOTA METODOLOGICA

Il Bilancio sociale 2012 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 2012, 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**
 - **Trasparenza**
 - **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**.

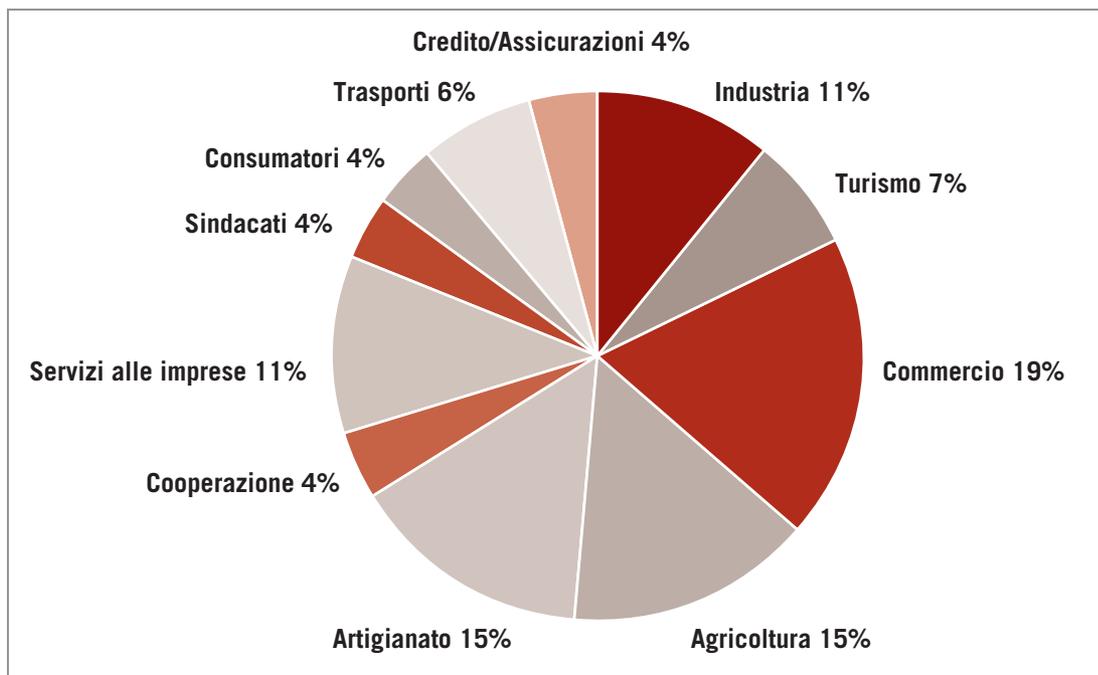
1.4.1 Il Consiglio camerale

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 26 membri, così ripartiti al 31.12.2012:

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,
Organizzazioni sindacali	Miranda Perinelli
Associazioni dei consumatori	Rosita Pelecca

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 2012 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:

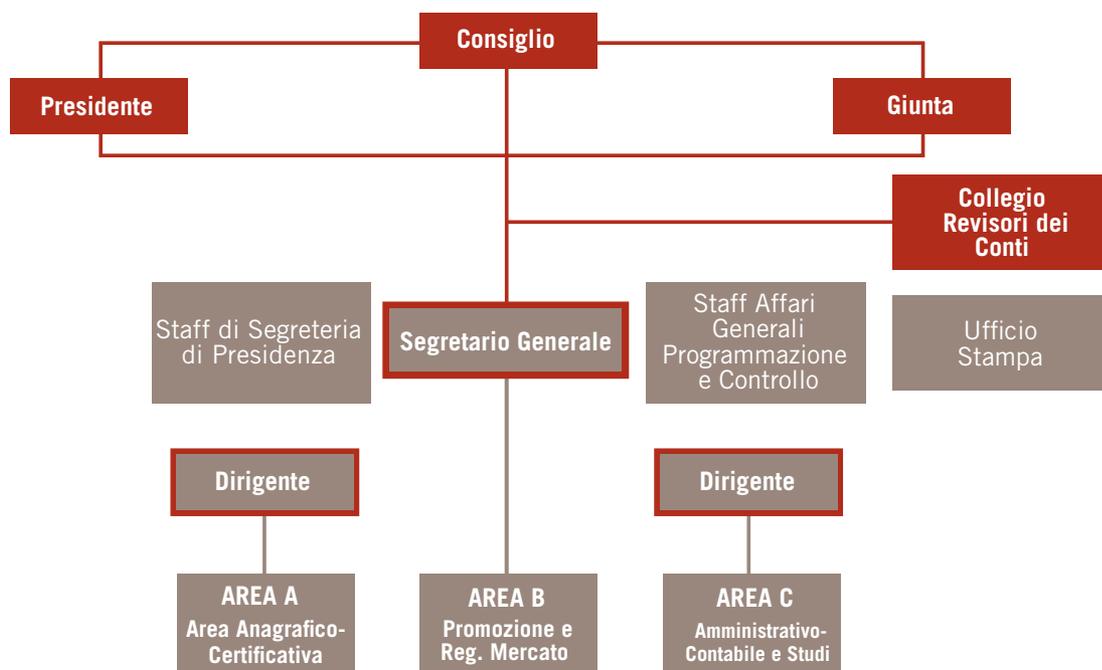
- **Area dirigenziale A “Area Anagrafico-Certificativa”**
- **Area Dirigenziale B “Area Promozione e Regolazione del mercato”**
- **Area Dirigenziale C “Area Amministrativo-Contabile e Studi”**

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			
		2011	2012
CdC	Dirigenti	2	2
	Impiegati	54	57
	Totale	56	59
CeFAS	Impiegati	7	7
CeFAS	Totale	7	7

Composizione del personale per genere			
		2011	2012
CdC	Donne	31	32
	Uomini	25	27
	Totale	56	59
CeFAS	Donne	4	4
	Uomini	3	3
	Totale	7	7

Nel 2012 il personale di ruolo della Camera di Commercio di Viterbo è stato pari a 59 unità facendo registrare un ulteriore avanzamento del processo di stabilizzazione per effetto delle disposizioni normative in materia di assunzioni e contenimento della spesa pubblica attraverso il reclutamento di 3 unità di personale di categoria C mediante le procedure di mobilità. 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
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
2012	CdC	-	-	-	3	13	11	8	8	13	3	-	59
	CeFAS	-	-	-	-	-	1	1	3	2	-	-	7
	Totale	-	-	-	3	13	12	9	11	15	3	-	66

Età media delle risorse umane		
	2011	2012
CdC	46,61	47,00
CeFAS	51,30	52,30

Per quanto riguarda le classi di età, la composizione del personale è concentrata nell'intervallo compreso tra le fasce 35-39 e 55-59. L'età media del personale camerale è pari a 47 anni e quella del personale dell'Azienda Speciale è pari a 52. L'innalzamento dell'età media del personale è attribuibile allo scarso ricambio generazionale con conseguente aumento dell'età del personale operante in pianta stabile nell'Ente.

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
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
2012	CdC	12	4	14	10	9	3	4	3	-	59
	CeFAS	1	1	1	-	1	2	1	-	-	7
	Totale	13	5	15	10	10	5	5	3	-	66

In base all'anzianità di servizio la classe più consistente è quella compresa tra gli 11 e 15 anni.

Ripartizione del personale della Camera di Commercio per categoria professionale

		2011	2012
Impiegati	Categoria A	2	2
	Categoria B	1	1
	Categoria C	31	34
	Categoria D	20	20
Dirigenti		2	2
Totale		56	59

Composizione del personale per tipologia contrattuale

		A tempo indeterminato			A tempo determinato	Interinale	Altre tipologie	Totale
		full time	part time	Totale				
2011	CdC	51	5	56	14	-	-	70
	CeFAS	6	1	7	-	-	-	7
	Totale	57	6	63	14	-	-	77
2012	CdC	58	1	59	15	-	2	76
	CeFAS	6	1	7	-	-	-	7
	Totale	64	2	66	15	-	2	83

14

Composizione del personale per titolo di studio

		Scuola dell'obbligo	Licenza media superiore	Laurea	Totale
2011	CdC	8	21	27	56
	CeFAS	1	4	2	7
	Totale	9	25	29	63
2012	CdC	8	22	29	59
	CeFAS	1	4	2	7
	Totale	9	26	31	66

Per quanto concerne il titolo di studio, emerge complessivamente in maniera positiva una percentuale relativamente alta di laureati (46,97%), mentre il 39,39% 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	33,33%
Società Autostrada Tirrenica	Promozione e progettazione, costruzione ed esercizio di autostrade in concessione	0,0038%
Spal	Promozione di iniziative per lo sviluppo economico e per il rilancio industriale ed occupazionale dell'area dell'Alto Lazio	1,57%
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	13,65%

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 promo-

nali, 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 stakeholders.

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)		
	2011	2012
Proventi Gestione corrente CdC	8.354.241,00	8.198.281,00
Proventi Gestione corrente del CeFAS	339.229,00	337.241,00
Oneri Gestione corrente CdC al netto dei trasferimenti del CeFAS	-8.077.670,00	-8.555.246,00
Oneri Gestione corrente CeFAS	-628.946,00	-644.145,00
Risultato Gestione corrente	-13.146,00	-663.869,00
Saldo poste straordinarie (CdC +CeFAS)	299.392,00	4.729,00
Saldo gestione finanziaria	19.596,00	5.695,00
Rettifiche di valore attività finanziaria	-40.534,00	-15.007,00
Risultato economico dell'esercizio	265.308,00	- 668.453,00

(Valori espressi in Euro)

Nell'esercizio 2012 si è registrato un risultato economico negativo connesso, in particolare, ad un incremento degli oneri correnti principalmente per effetto dell'introduzione dell'IMU a decorrere dal 1/1/2012 e dell'incremento della quota da versare al bilancio dello Stato a titolo di economie per effetto delle disposizioni della legge 122/2010 e 135/2012 in materia di contenimento della spesa pubblica. Sul fronte dei proventi, rispetto al dato dell'anno 2011, si registra, in particolare:

- una flessione nei diritti di segreteria imputabile principalmente alle disposizioni legislative adottate nell'anno 2012 in materia di semplificazione che esonerano le imprese a produrre certificazioni pubbliche alle pubbliche amministrazioni con l'obbligo, per queste ultime, di dialogare tra loro senza oneri a carico delle imprese;
- una contrazione dei contributi e trasferimenti per effetto dal fatto che, a decorrere dall'anno 2012, l'Ente camerale non è più beneficiario del contributo per rigidità di bilancio riconosciuto in passato da Unioncamere in quanto, sulla base del nuovo Regolamento in materia, l'Ente non è in possesso dei requisiti per ottenere tale beneficio.

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 2012 tale grandezza è stata pari a 6,99 milioni di Euro con una riduzione del 5,88% rispetto all'anno precedente, imputabile principalmente ad un incremento dell'accantonamento al Fondo Svalutazione Crediti da diritto annuale ed alla contrazione dei diritti di segreteria.

Valore globale della produzione: proventi attività tipica Camera di Commercio (CdC) e CeFAS				
	2011		2012	
Diritto annuale (al netto accantonam. Fondo Svalutazione crediti)	4.808.588,00	64,72%	4.605.151,00	65,86%
Diritti di segreteria e oblazioni	1.121.297,00	15,09%	1.081.718,00	15,47%
Proventi da gestione di servizi	230.845,00	3,11%	242.300,00	3,46%
Contributi e trasferimenti	908.252,00	12,22%	730.261,00	10,44%
Ricavi propri CeFAS (al netto dei trasferimenti dalla CdC)	58.404,00	0,79%	97.201,00	1,39%
Altri proventi CeFAS	280.826,00	3,78%	240.040,00	3,43%
Variazioni rimanenze	20.966,00	0,28%	- 4.724,00	- 0,05%
Valore globale della produzione	7.429.178,00	100%	6.991.947,00	100%

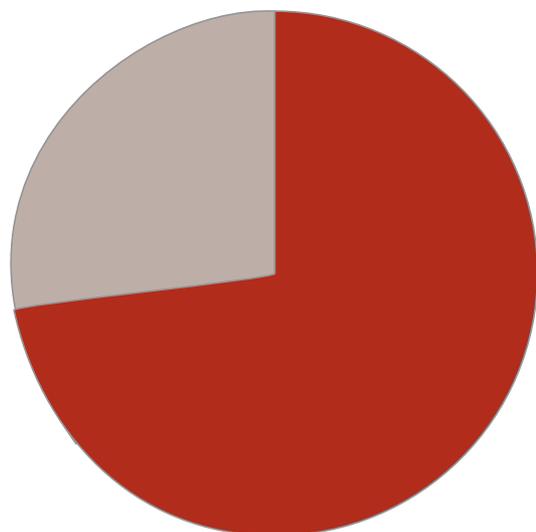
(Valori espressi in Euro)

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. 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 2012 tale valore ammonta a 5,16 milioni di Euro, facendo rilevare un decremento rispetto all'anno precedente correlato ai fattori sopra evidenziati.

Il prospetto di produzione del Valore aggiunto			
	2011	2012	Variazioni 2011-12
Valore globale della produzione	7.429.178,00	6.991.947,00	-5,88%
Costi per funzionamento struttura	1.528.230,00	1.828.577,00	19,65%
Valore aggiunto caratteristico lordo	5.900.948,00	5.163.370,00	-12,50%
Saldo gestione accessoria	-15.732,00	-5.816,00	-
Saldo gestione straordinaria	299.392,00	4.729,00	-
Saldo gestione accessoria e straordinaria	283.660,00	1.087,00	-
Valore aggiunto globale lordo	6.184.608,00	5.162.283,00	-16,53%

(Valori espressi in Euro)

Valore aggiunto globale lordo rispetto al valore globale della produzione



	Valore aggiunto globale lordo	74%
	Costi strutturali +/- saldo gestione extracaratteristica	26%

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

	2011	2012	Variazione 2011-2012
Risorse per progetti e servizi	4.760.707,00	4.496.540,00	-5,54%
Remunerazione altri Enti del sistema camerale	532.647,00	577.996,00	+8,51%
Remunerazione della P.A. (Oneri fiscali)	371.102,00	497.473,00	+34,05%
Remunerazione capitale di credito	5,206,00	3.497,00	-32,82%
Remunerazione dell'Ente			
Risultato dell'esercizio (CdC+CeFAS)	265.308,00	-668.453,00	
Ammortamenti (CdC+CeFAS)	249.637,00	255.230,00	
Totale	514.946,00	-413.223,00	
Valore aggiunto globale lordo	6.184.608,00	5.162.283,00	-16,53%

(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 2012 a 4,5 milioni di Euro corrispondenti all'87% del Valore Aggiunto Globale Lordo a fronte del 77% dell'anno 2011.

Al riguardo si evidenzia come, pur essendo diminuito rispetto all'anno 2011 l'ammontare del Valore aggiunto globale lordo a seguito di minori proventi e maggiori oneri, l'Ente ha incrementato la percentuale destinata a favore delle imprese e del territorio rispetto alle altre destinazioni della ricchezza complessiva prodotta.

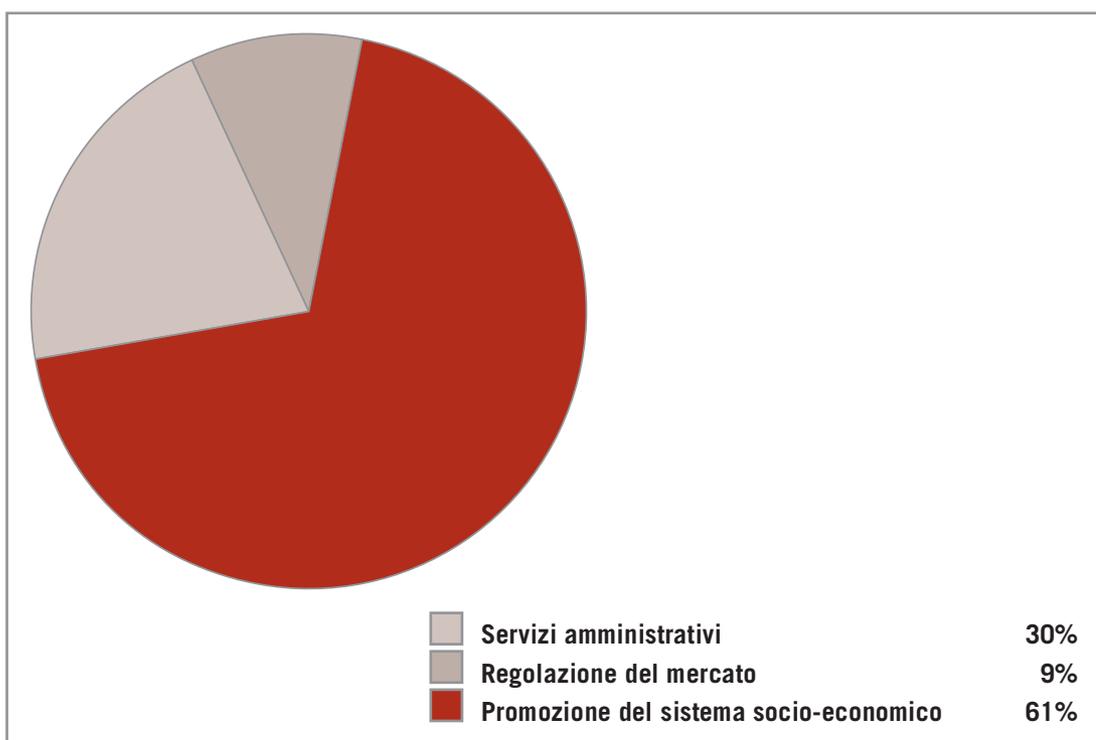
Dettaglio dei costi sostenuti per progetti e servizi nel 2012

	Risorse	Percentuale sulla remunerazione totale
Servizi amministrativi	1.333.961,00	29,66%
Regolazione del mercato	434.187,00	9,65%
Promozione del sistema socio-economico	2.728.392,00	60,69%
- Internazionalizzazione	326.490,00	
- Innovazione	384.808,00	
- Studi e informazione economica	328.910,00	
- Formazione, creazione sviluppo e continuità economica	259.242,00	
- Marketing territoriale e sviluppo locale	537.879,00	
- Infrastrutture	22.683,00	
- Accesso al credito, finanza e contributi per le imprese	472.689,00	
- Promozione del turismo	222.784,00	
- Comunicazione istituzionale	172.907,00	
Totale	4.496.540,00	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 (61%) e i servizi amministrativi (30%).

Nell'ambito delle iniziative di promozione del sistema socio-economico, si rileva una considerevole incidenza delle risorse destinate al marketing territoriale e sviluppo locale (+20%), e alla finanza (18%), mentre risulta pressochè paritaria l'incidenza delle risorse destinate all'internazionalizzazione, all'innovazione ed agli studi ed informazione economica.





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 6 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.
- **speciale dei soggetti che esercitano Direzione e Coordinamento di Società ai sensi dell'articolo 2497 bis c.c.**
- **speciale** delle società tra professionisti ai sensi dell'articolo 16 D.lgs.96/2011. Questa sezione è stata istituita al momento di recepire la normativa comunitaria in materia di esercizio della professione di avvocato. La società tra avvocati rimane ad oggi l'unica ipotesi di società tra professionisti espressamente disciplinata dalla legge.
- **speciale delle imprese sociali ai sensi dell'articolo 5 D.Lgs.155/2006**
- **speciale degli atti di società di capitali in lingua comunitaria diversa dall'italiano.** L'articolo 2250 c.c., come modificato dall'articolo 42 della legge 88/2009, ha previsto la facoltà per le società di capitali di pubblicare in questa sezione la versione in lingua comunitaria diversa dall'italiano gli atti iscritti o depositati nel Registro delle Imprese.

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

	2011	2012
Iscrizioni	2.260	2.360
Cessazioni/Variazioni	17.245	10.596
Totale imprese registrate	38.430	38.192
Visure presso Sportello	4.047	4.951
Certificati presso Sportello	5.333	2.808

Spicca il dimezzamento del numero dei certificati erogati allo sportello da attribuirsi principalmente al processo di “decertificazione” in attuazione delle politiche di semplificazione della Pubblica Amministrazione.

Nel corso del 2012, in particolare, proprio per rispondere alle esigenze di decertificazione, Unioncamere ha reso disponibile, con il supporto tecnico di Infocamere, il portale “**VerifichePA**” a cui possono liberamente accedere tutte le P.A. che hanno necessità di acquisire i dati in possesso del sistema camerale, senza chiederli direttamente all’interessato.

Risulta particolarmente elevato il numero delle domande Cessazione/Variazione da attribuirsi ancora principalmente al flusso delle domande di iscrizione degli indirizzi PEC a cui sono tenute tutte le imprese costituite in forma societaria. Il termine per adempiere, inizialmente fissato al 29 novembre 2011, è stato infatti prorogato all’anno 2012 con conseguente trascinarsi del flusso di pratiche che ha riguardato complessivamente circa 12.000 imprese.

Nell’ottica della semplificazione, razionalizzazione della spesa e riduzione dei tempi di conclusione dei procedimenti amministrativi, nel corso degli ultimi due anni l’Ufficio Registro delle Imprese ha dirottato la maggior parte della corrispondenza con le imprese sulla **Posta Elettronica Certificata** che è divenuta lo strumento principale per l’attività istruttoria correlata alle pratiche telematiche ricevute.

Anche nei rapporti con le altre Pubbliche Amministrazioni finalizzati in modo particolare allo scambio reciproco di informazioni è stato privilegiato l’uso dello strumento Posta Elettronica certificata e/o ordinaria.

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 principalmente rivolgendosi al **Call Center** dedicato, ovvero contattando l’Ufficio agli indirizzi di posta elettronica istituzionale 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 2012 tale attività si è concentrata prevalentemente sugli adempimenti inerenti lo **Sportello Unico Attività Produttive**. L’intersecarsi degli adempimenti con il Registro delle Imprese, ha determinato infatti 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 rispetto ai quali si è avviato un percorso di implementazione della medesima piattaforma informatica per la gestione delle pratiche al fine di garantire la più ampia omogeneità delle procedure soprattutto a beneficio degli utenti.

3.1.2 L'Albo Imprese Artigiane

Su 38.192 imprese presenti nella provincia di Viterbo, il 21,32% appartiene al comparto artigiano. Si osserva come gli effetti della crisi economica si siano riflessi particolarmente sul dato concernente le cessazioni delle imprese artigiane in incremento di 170 unità rispetto al 2011. In lieve calo anche le iscrizioni con conseguente diminuzione del numero complessivo delle imprese iscritte per cui si passa da 8367 a 8142 unità.

Principali indicatori riguardanti l'Albo delle Imprese Artigiane (AIA)		
	2011	2012
Iscrizioni	651	636
Cessazioni	691	861
Totale soggetti registrati nell'AIA	8.367	8 142

3.1.3 Comunicazione Unica e Sportello Unico Attività Produttive

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.

La Comunicazione Unica evita all'impresa di rivolgersi ad una pluralità di amministrazioni o di recarsi fisicamente presso di loro, nonché di utilizzare procedimenti e formalità spesso molto diversi fra loro.

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. Dopo una prima fase sperimentale, la nuova procedura di Comunicazione Unica è pienamente utilizzata anche per le istanze rivolte all'Albo delle Imprese Artigiane.

Dal 1° aprile 2010 al 31 marzo 2012 sono arrivate alla Camera di Commercio di Viterbo oltre 35.000 pratiche transitate esclusivamente sul canale telematico anziché in forma cartacea.

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.

In tema di semplificazione amministrativa va inoltre sottolineato come lo Sportello Unico Attività Produttive sia divenuto a livello provinciale una realtà presente nel 90% dei Comuni, di cui 5 delegati alla Camera di Commercio, su cui ricadono il 95% delle imprese (dati superiori al trend nazionale).

Si tratta di un risultato importante che ha visto l'Ente camerale impegnato sin dal 1999 attraverso un progetto specifico denominato "Sportello Unico Toscana" divenuto strumento di informazione, consulenza e formazione rivolto specificatamente ai funzionari comunali attraverso incontri, seminari, newsletter con aggiornamenti continui sulle novità normative.

3.1.4 Albi Ruoli e Registri

Tra le competenze della Camera di Commercio va certamente ricordata la tenuta dei Ruoli ed Elenchi e del controllo dei requisiti per imprese operanti in settori disciplinati dalla legge.

Attraverso questa attività si svolge un'importante funzione di garanzia nelle relazioni fra gli operatori economici e i consumatori.

Con l'attuazione della Direttiva relativa ai servizi nel mercato interno che ha previsto una serie di semplificazioni amministrative per le imprese e per coloro che intendono intraprendere nuove attività di impresa, dal 12 maggio 2012 risultano definitivamente soppressi il ruolo Agenti e Rappresentanti di Commercio e il Ruolo Agenti Affari in Mediazione. È stata istituita una apposita sezione del REA in cui sono iscritti tutti coloro che sono in possesso dei requisiti professionali e morali previsti dalla legge per l'esercizio dell'attività. Al 31 dicembre 2012 le consistenze degli agenti e rappresentanti e agenti affari in mediazione per i quali l'Ente Camerale ha accertato il possesso dei requisiti previsti dalla legge abilitandoli all'esercizio dell'attività sono le seguenti:

Agenti e Rappresentanti: dati generali				
	2011		2012	
	Iscrizioni	Iscritti	Iscrizioni	Iscritti
Agenti e rappresentanti	42	4.507	60	4.567
Mediatori Immobiliari	20	1.100	20	1.120

Albi, Ruoli, Elenchi: dati generali				
	2011		2012	
	Iscrizioni	Iscritti	Iscrizioni	Iscritti
Ruolo conducenti non di linea	32	358	31	389
Ruolo periti ed esperti	9	192	7	233

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 ha previsto 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. Allo scopo di individuare un modello di riferimento da applicare a tutte le procedure di conciliazione camerale in materia di contratti assicurativi, risarcimento del danno derivante dalla circolazione di veicoli e natanti, risarcimento del danno derivante da responsabilità medica e telecomunicazioni, e avviare una collaborazione volta a contribuire alla diffusione della mediazione come strumento per l'effettiva tutela degli utenti e delle imprese del settore, la Camera di Commercio di Viterbo ha aderito ai protocolli d'intesa siglati tra ANIA, Agicom e Unioncamere, ha inoltre siglato una apposita convenzione con l'Ordine dei Medici della provincia di Viterbo.

Nel 2012 le pratiche di mediazione sono state 279 di cui 272 concluse.

Oltre la mediazione obbligatoria nelle materie di cui sopra, rimangono in essere le disposizioni che già disciplinano i procedimenti di Conciliazione inerenti le telecomunicazioni e la subfornitura, che continuano a essere regolamentati dalle disposizioni previgenti. Nell'anno 2012 sono state 48 le domande di conciliazione, di cui 46 concluse, a fronte di 141 nell'anno 2011.

Presso l'Ente camerale sono istituiti l'Elenco dei Conciliatori e l'Elenco dei Mediatori revisionato nel corso del 2012.

Nel 2012 sono stati gestiti 740 tirocini assistiti obbligatori per i mediatori iscritti, inoltre nell'ottica della semplificazione ed informatizzazione delle procedure si è provveduto alla formazione dei mediatori rispetto all'utilizzazione dell'applicativo informatico ConciliaCamera.

Domande per la risoluzione di controversie			
2011		2012	
Presentate	Concluse	Presentate	Concluse
321	287	327	318

Indicatori riguardanti lo Sportello di conciliazione		
	2011	2012
Procedure attivate	321	327
- di cui tra imprese	60	30
- di cui tra imprese e consumatori	138	84
- di cui tra privati	123	214
- di cui tra privati e enti vari	-	-
Procedure concluse	287	318
Valore medio controversie tra imprese	580.126,00	155.118,00
Valore medio controversie tra imprese e consumatori	997.092,80	243.757,00
Valore medio controversie tra privati	797.674,00	1.396.061,00
Valore medio controversie tra privati ed enti vari	-	-

Elenco Conciliatori		
	2011	2012
Iscritti	64	43

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 Informativo dei Protesti cambiari

Il Registro Informativo 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 de-

terminato 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		
	2011	2012
Nominativi inseriti	4.997	4.876
Nominativi cancellati su istanza prima della scadenza quinquennale	530	392

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.

33

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		
	2011	2012
Bacino utenti	5.559	5.549
Controllo produzione ditte orafe	9	4
N. sopralluoghi presso il domicilio degli utenti per la verifica periodica degli strumenti metrici	651	545
N. marchi d'identificazione per la punzonatura dei metalli preziosi	27	27
- Nuove concessioni	2	-
- Rinnovi	25	27

3.2.6 Concorsi a premio

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

Attività del Responsabile della tutela del consumatore e della fede pubblica nei Concorsi a premio		
	2011	2012
Accessi funzionario camerale	5	12

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		
	2011	2012
Ordinanze emesse	338	516
Ispezioni	62	11

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		
	2011	2012
Invenzioni	14	9
Modelli di utilità	6	10
Marchi	179	182
Marchi internazionali	-	-
Disegni e modelli	16	6
Istanze varie	5	22
Annotazioni	14	3
Trascrizioni	2	-
Totale	236	232
Informazioni rilasciate presso il PIP	500	400

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 2012 ha riguardato principalmente le iniziative riconducibili ai temi della sostenibilità ambientale e green economy, andando a rafforzare il progetto avviato nel 2011 **"Tuscia Sostenibile"**. Con il supporto dell'Università degli studi della Tuscia ed in collaborazione con l'Associazione Nazionale di Ingegneria Agraria, sono state attivate iniziative specifiche di informazione, formazione ed assistenza alle imprese con lo scopo di promuovere e consolidare la conoscenza sui temi dell'innovazione e della sostenibilità ambientale, due parole chiave per il futuro sviluppo economico e sociale.

Merita certamente una menzione particolare la **"Summer School"**, percorso formativo sulle **"Fonti energetiche rinnovabili e l'uso razionale di energia"**, programma che ha avuto la sponsorizzazione della Comunità Europea nell'ambito della Sustainable Energy Week. È stato pubblicato il n. 1/2012 della rivista **Corylus & Co.** in cui sono approfonditi i temi inerenti la coltura del nocciolo e del castagno.

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.

Le pratiche complessivamente gestite nell'anno 2012 sono pari ad 77.

Incentivi erogati nel 2012		
Tipo incentivo	Imprese beneficiarie	Importo (in Euro)
ISO 9001	23	84.877,09
SOA	48	94.607,68
FPC (Piano di controllo produzione di fabbrica)	2	2.910,50
EMAS 2	4	8.686,93
Totale contributi	77	191.082,20

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 catego-

rie 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 2012 la campagna di sensibilizzazione sul tema della Responsabilità Sociale d'Impresa ha coinvolto complessivamente 25 aziende che hanno partecipato anche alla giornata formativa sulle energie rinnovabili nell'ambito della Summer School.

È stata inoltre avviata la collaborazione con 2 aziende partecipanti al Premio 2011 per il supporto e l'assistenza per la redazione del Bilancio Sociale 2011 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 2012 è stato pubblicato il bando per il Premio CSR per il quale hanno presentato domanda di partecipazione 14 aziende. La cerimonia di premiazione si è svolta nel mese di aprile 2013 con l'assegnazione dei premi a 13 aziende. Nel corso della cerimonia sono stati presentati i **Bilanci Sociali** delle due aziende coinvolte nel progetto realizzati a cura del **CeFAS** e del gruppo di ricerca "Noise" dell'Università degli Studi della Tuscia.

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**.

Nel 2012 con il progetto "**Scuola elevata al lavoro**", iniziativa promossa da Unioncamere a livello nazionale e realizzata localmente dal Cefas, la Camera di Commercio

ha proposto agli studenti delle scuole medie superiori, università, IFTS e ITS presenti nella Toscana una formazione sul campo consentendo loro di cogliere gli insegnamenti pratici del mondo lavorativo e dell'impresa attraverso due differenti formule di orientamento al lavoro: da un lato il Job Day, ovvero l'affiancamento per un giorno intero di un giovane al lavoratore in azione; dall'altro la partecipazione a stage in contesti lavorativi internazionali.

Hanno aderito al progetto complessivamente 60 giovani studenti provenienti da 4 istituti superiori della provincia, di cui 31 hanno avuto la possibilità di vivere esperienze lavorative in aziende e istituzioni.

Nel mese di novembre è stato celebrato l'evento conclusivo del progetto con il "Job Day: Giornata del Lavoro e del Fare Impresa" in occasione della quale è stato presentato anche il Rapporto Excelsior sull'occupazione nella Toscana, fornendo il quadro provinciale sulla realtà lavorativa e formativa da cui è emerso un dato paradossale: oltre il tasso di disoccupazione superiore rispetto al dato nazionale, in molti casi la domanda e l'offerta di lavoro non s'incontrano ovvero le aziende spesso fanno fatica a riscontrare i requisiti professionali richiesti. In una fase di contrazione dell'occupazione, soprattutto giovanile, progetti come quello realizzato dall'Ente nel 2012 assumono rilevanza fondamentale al fine di consolidare il legame del mondo economico con la scuola e valorizzando la funzione formativa delle imprese.

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, corredate 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.

La scorsa annualità si è arricchita inoltre di corsi di formazione professionale specificatamente dedicati alla Green Economy e alla Gestione finanziaria a audit esterno dedicato alla rendicontazione dei progetti europei, a partire dalla definizione del budget, alla gestione contabile, fino alla rendicontazione.

Corsi di Formazione professionale nel 2012			
Argomento	N. Corsi	Durata in giorni	N. Partecipanti
Seminario di aggiornamento per RSPP e ASPP “La nuova normativa sulla prevenzione incendi D.P.R. 151/2011”	1	1	20
Seminario di aggiornamento per RSPP e ASPP “Approcci ergonomici nella organizzazione delle attività lavorative per la prevenzione dei rischi per la salute e sicurezza” (Sollevamento e Trasporto, Spinta e Traino)	1	1	9
Seminario di aggiornamento per RSPP e ASPP “Metodologie di analisi degli incidenti e degli infortuni ai fini della valutazione dei rischi della gestione delle misure preventive”	1	1	13
Seminario di aggiornamento per RSPP e ASPP “Approcci ergonomici nella organizzazione delle attività lavorative per la prevenzione dei rischi per la salute e sicurezza” (Rischio biomeccanico delle posture e della fatica muscolare)	1	1	9
Corso: “Avviare e consolidare l’attività di e-commerce”	1	7	22
Corso di “Aggiornamento per i coordinatori della sicurezza per la progettazione e per l’esecuzione dei lavori ai sensi dell’allegato XIV del D. Lgs. 81/2008	1	10	40
Corso: Summer School – Le Fonti Energetiche Rinnovabili e l’uso razionale dell’Energia”	1	5	23
Corso: “Gestione Finanziaria e Audit Esterno per i Progetti di Ricerca 7PQ”	1	2	12

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.

Nel 2012 si è insediato il nuovo Comitato ed è stato nominato il nuovo Presidente Serenella Papalini ricevendo il testimone da Vita Sozio che lo ha presieduto sin dalla sua costituzione.

Il Nuovo Comitato si è subito attivato definendo un programma di attività orientato a far emergere le problematiche e le opportunità delle imprenditrici, delle lavoratrici autonome e delle dirigenti che operano in tutti i settori economici della provincia.

Negli obiettivi del Comitato anche la dichiarata necessità di intensificare le relazioni con le associazioni di categoria, le organizzazioni sindacali, le istituzioni locali e regionali affinché si operi unitariamente per ridurre la discriminazione di genere e l'affermazione delle donne secondo il merito.

È stata da subito attivata la pagina facebook raggiungibile all'indirizzo web www.facebook.com/ImprenditoriaFemminileViterbo, quale ulteriore possibilità di aprirsi al confronto e scambiarsi informazioni.

Nel mese di Novembre, è stato realizzato un incontro dal titolo "La scrittura è un'impresa?" durante il quale la scrittrice e blogger Antonella Cilento ha illustrato la propria esperienza e le opportunità lavorative che la sua passione per la scrittura le ha permesso di cogliere.

Manifestazioni / Seminari organizzati dal Comitato per l'Imprenditoria femminile nel 2012

Titolo	N. corsi	N. partecipanti
"La scrittura è un'impresa?": incontro organizzato con la scrittrice Antonella Cilento	1	100

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.

Nel 2012, anche in considerazione delle problematiche derivanti dal credit crunch è stata definita la nuova convenzione con i Confidi in cui sono state definite 3 linee di intervento.

- Incremento del Fondo Rischi e del patrimonio di garanzia di ciascun Confidi.
- Prestazione di una co-garanzia aggiuntiva a quella già prestata dal Confidi.
- Erogazione di contributi per l'abbattimento del tasso di interesse sui finanziamenti bancari ricevuti dalle imprese.

All'interno delle 3 linee di intervento è stata prevista anche una specifica misura a supporto delle imprese in difficoltà a causa dei ritardati pagamenti della Pubblica Amministrazione.

Sintetizzando i dati relativi all'anno 2012 le tipologie di investimenti cui sono stati destinati i fondi possono essere così riassunti:

1. Supporto alle imprese in difficoltà nella misura del 30%;
2. Consolidamento delle passività con una percentuale del 40%;
3. Investimenti (acquisto di beni strumentali e attrezzature) nella misura del 30%.

Sostegno ai Consorzi fidi nel 2012

Contributi accordati	450.000,00
----------------------	------------

(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).

Sono state complessivamente erogate 52 giornate di tutoraggio per un totale di 414 ore di intervento.

Il Progetto Sostegno e Promozione d’Impresa (SPIV), oltre ad individuare le eventuali criticità, permette a quanti ne prendono parte di orientarsi nella costruzione di un concreto piano di sviluppo aziendale. Si tratta di uno strumento particolarmente apprezzato dagli imprenditori in quanto consente loro una formazione specificatamente centrata sulle reali esigenze dell’impresa.

Nel 2012 sono state assistite complessivamente 64 aziende. Di queste, 46 sono imprese nuove che hanno chiesto per la prima volta di beneficiare del Progetto Sostegno e Promozione d’Impresa. In corso d’anno sono confluite nel progetto anche le aziende che hanno aderito al “Progetto Matricole” finalizzato a favorire la penetrazione delle aziende locali nei mercati esteri.

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

Il comparto agroalimentare costituisce una parte importantissima dell’economia viterbese, con specializzazioni, soprattutto nella produzione di vino e olio, ma anche pani e formaggi come dimostrano i prestigiosi riconoscimenti ai prodotti delle aziende della Tuscia.

Al centro delle politiche strategiche della Camera di Commercio anche con interventi promozionali che puntano allo sviluppo delle imprese e delle eccellenze enogastronomiche della Tuscia sul **mercato nazionale ed internazionale**.

Nel 2012 gli olii extravergine della Tuscia si sono particolarmente distinti nell’ambito del concorso Regionale “Olii del Lazio” collezionando ben nove premi confermando il livello qualitativo raggiunto dalle produzioni locali.

Alcune produzioni hanno ricevuto il massimo riconoscimento delle “tre foglie” nella guida Olii d’Italia del Gambero Rosso e la classificazione più alta nella Guida Slow

Food agli extravergini 2012 nella sezione “extravergini eccellenti” riservata agli olii che si distinguono per pregio organolettico, aderenza al territorio e cultivar autoctone.

Importanti traguardi anche per i nostri vini. Tra i migliori vini regionali nel concorso enologico “Calix Aureus” sono stati premiati anche i vini della Tuscia. Complessivamente sono stati 10 i vini vincitori del prestigioso premio regionale, fra i quali 7 della provincia di Viterbo.

Eccellenti anche le performance dei prodotti caseari e dei prodotti da forno premiati al concorso regionale e nazionale per formaggi, prodotti da forno e mieli “Premio Roma”.

VINI A DENOMINAZIONE D'ORIGINE PROTETTA

Est! Est!! Est!!! di Montefiascone

Aleatico di Gradoli

Colli Etruschi Viterbesi

Tarquini

Vignanello

Orvieto

Cerveteri

VINI AD INDICAZIONE GEOGRAFICA PROTETTA

Civitella D'Agliano

Colli Cimini

Lazio

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 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

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 del 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		
	2011	2012
Iscrizioni - nuovi assoggettamenti	7	5
Consistenza iscritti	929	169
Ettari di terreno	1.654.16.15	510.05.95
Quantità prodotto certificato (Q.li)	1.091,75	1.084,10
N. campioni analizzati	26	24

Olio extravergine d'oliva DOP Tuscia		
	2011	2012
Iscrizioni - nuovi assoggettamenti	7	1
Consistenza iscritti	150	77
Ettari di terreno	496.02.24	325.73.85
Quantità prodotto certificato (Q.li)	758,68	572,24
N. campioni analizzati	23	22

3.7.3 Albo Oliveti DOP Canino e DOP Tuscia

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 2012	
Iscrizioni	0
Consistenza iscritti	28
Ettari di terreno	46.86.27

L'Albo dei Nocciolati 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 2012

Iscrizioni	3
Consistenza iscritti	13
Ettari di terreno	74.72.15
Quintali di nocciole denunciate	326,20
N. campioni analizzati	2

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 marzo 2012 è stato emanato il bando “Welcome in Tuscia” inerente la prosecuzione delle attività già avviate negli anni precedenti e finalizzate alla promozione del turismo integrato.

In particolare, sulla base di quanto previsto dal bando, che ha fatto registrare l'adesione di 89 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) Aggiornamento del “**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) **Realizzazione 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 partecipanti ai workshop turistici proposti dalla Camera di Commercio**, tra cui: BTSA, VisiTuscia e Buy Lazio.

Da quest'anno il progetto si evolve andando ad intercettare anche l'interesse dei tantissimi turisti stranieri che visitano la nostra regione ed in particolare la Tuscia. A tal fine il progetto assume la nuova denominazione Tuscia Welcome e anche il portale dedicato si adatta ovvero è reso disponibile anche in lingua inglese.

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.

Nel 2012 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), 6 per le Feste della Castagna, (Canepina, Caprarola, Latera, Soriano nel Cimino, Vallerano, Viterbo-San Martino) 5 per le Feste dell'Olio (Blera, Canino, Gallese, Vignanello, 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:

- Realizzazione e diffusione a livello provinciale e alle strutture aderenti al progetto "Welcome in Tuscia" di materiali divulgativi quali manifesti, locandine, pieghevoli etc;
- Affissione di manifesti, maxi poster a livello locale e sulla Metro di Roma;
- Interviste, redazionali e spot radio a diffusione regionale;
- Elaborazione e pubblicazione di inserzioni pubblicitarie e articoli pubblici redazionali su quotidiani e periodici locali, interregionali e nazionali;
- Banner pubblicitari su testate on line, locali e regionali, di settore e sui siti camerale;
- Pubblicazione di contenuti e delle immagini dedicati sul portale WelcomeTuscia.it;
- Aggiornamento della pagina facebook di Welcome in Tuscia con inserimenti di contenuti ed immagini;
- Invio news da spazio Twitter di Welcome in Tuscia.

3.8.3 Manifestazioni locali e regionali di promozione turistica

Nel I semestre dell'anno si è partecipato alla **Borsa Internazionale del Turismo Sociale ed Associato**. La **BTSA** da anni rappresenta per l'economia turistica della provincia di Viterbo un momento di fondamentale importanza per il numero di operatori presenti, per la presenza qualificata della stampa di settore e per i temi sviluppati che riguardano la situazione attuale e le prospettive di sviluppo future. Nel segmento delle Borse Turistiche si è posta all'attenzione degli operatori per il suo spiccato orientamento volto alla destagionalizzazione dei flussi turistici nonché al carattere sociale considerata la possibilità da parte delle famiglie a basso reddito di utilizzare i "buoni vacanza" istituiti dal Ministero del Turismo.

Si è registrata una grande risposta di partecipazione per le imprese turistiche della provincia di Viterbo all'evento; quasi la metà degli operatori accreditati alla BTSA era composta da strutture della Tuscia.

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 Monteporzio Catone (RM), ha offerto a 110 seller laziali accreditati, la possibilità di incontrare 92 buyer europei. Per la Tuscia hanno partecipato 7 operatori. Il 15 e 16 settembre, in collaborazione con l'Assessorato al Turismo della Provincia di Viterbo è stato organizzato il soggiorno nella provincia di Viterbo con visite finalizzate a favorire la conoscenza dell'offerta turistica della Tuscia. Grazie ai minitour con visite a Palazzo Farnese di Caprarola, alle Terme dei Papi, al Centro Storico di Viterbo, al Lago di Bolsena, i 18 buyers provenienti d Francia, Danimarca, Germania, Regno unito, Norvegia, Paesi Bassi, Spagna, Russia, Lettonia e Slovenia, hanno avuto contatti direttamente con gli operatori turistici locali.

La VI edizione della manifestazione **Visituscia** ha visto la partecipazione di 110 aziende del comparto ricettivo che hanno incontrato 50 buyers italiani ed esteri oltre che giornalisti di settore specializzati. Tra le aziende partecipanti circa 30 quelle aderenti al marchio collettivo Tuscia Viterbese e al progetto Welcome in Tuscia.

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 in cui sono riportate le informazioni sull'attività di sportello e la documentazione inerente al Marchio, ai prodotti e alle aziende licenziatricie.

Nel 2012 sono stati iscritti ulteriori 19 licenziatari per un totale di 193 imprese licenziatricie.

Conformemente alla pianificazione strategica, nell'ambito del progetto "Marchio Collettivo" nel 2012 sono state sviluppate azioni nelle seguenti aree operative:

1. **Marketing e Commercializzazione** al fine di migliorare il grado di penetrazione nel mercato dei prodotti delle aziende licenziatricie anche attraverso accordi con le aziende distributrici ed per il comparto agroalimentare con le aziende della ristorazione. È stato inoltre revisionato il sito dedicato al Marchio www.tusciaviterbese.it con lo scopo di implementarne la funzione di vetrina promozionale delle imprese licenziatricie e dei loro prodotti;
2. **Formazione** delle imprese licenziatricie al fine di migliorarne le capacità organizzative e gestionali al fine di garantire risultati più soddisfacenti;
3. **Promozione** dei prodotti del marchio anche mediante la realizzazione di iniziative di promozione dedicati a specifiche categorie di prodotto inserite all'interno di eventi più ampi che vedono il coinvolgimento delle altre istituzioni pubbliche ed enti privati operanti nella provincia:
 - a. **"Gustandolio"**, appuntamento con i sapori genuini presso le "Botteghe del Gusto" nel centro storico di Viterbo. In questa occasione è stato possibile apprezzare con degustazioni guidate le qualità degli olii DOP Canino e Tuscia nei più svariati abbinamenti;

b. **“Fiordigusto”, “Profumi e Sapori”, “Gustose Feste”** iniziative volte a valorizzare e promuovere tutti i prodotti del marchio collettivo dall’agroalimentare all’artigianato artistico.

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

Complessivamente nell’anno 2012 le verifiche realizzate sono state 42.

Adozione nuovi disciplinari

- Al fine di ampliare il paniere dei prodotti che possono fregiarsi del Marchio Collettivo Tuscia Viterbese sono stati elaborati i disciplinari de “I prodotti dell’Alta Tuscia” (fagioli, ceci, lenticchie, aglio, farro) e della “Nocciola dei Cimini”. I disciplinari sono stati definitivamente approvati ad inizio 2013.

Prodotti e servizi per i quali si puo’ 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
- Prodotti dell’Alta Tuscia
- Nocciola dei Cimini
- 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 2012 è stata gestita la presenza di 111 imprese alle seguenti manifestazioni:

Manifestazioni fieristiche nazionali nel 2012			
Fiere	Sede	Settore	Az. partec.
Arti e Mestieri e Agroalimentare 13/16 Dic. 2012	Roma	Artigian. e Agroalim.	14
SOL – Salone Internazionale dell'Olio extravergine di qualità 25/28 Mar. 2012	Verona	Agroalimentare	3
Progetto GDO 20 Sett.-10 Ott. 2012	Lazio	Agroalimentare	6
Vinitaly 25-28 Marzo 2012	Verona	Agroalimentare	16
Cibo e Dintorni 24-25 sett 2012	Salerno	Agroalimentare	6
Idea Regalo ed. Primavera 12-13 Maggio 2012	Roma	Artigianato	9
Moa Casa Autunno 27 Ott.-4 Nov. 2012	Roma	Artigianato	28
Olio in Piazza 28-29 Aprile 2012	Roma	Agroalimentare	6
Cibus 7/10 maggio 2012	Parma	Agroalimentare	5
Roma Cavalli 2012 12/15 aprile	Roma	Artigian. e Agroalim.	13
Salone del Gusto 2012	Torino	Agroalimentare	5
BTSA Borsa del Turismo Sociale ed Associato 3/6 marzo 2012	Viterbo	Turismo	70
BUY LAZIO 14/16 sett 2012	Monteporzio C.(RM)	Turismo	7
Visituscia 6/8 ottobre 2012	Viterbo	Turismo	110

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.

È stato inoltre avviato un progetto specificatamente dedicato all' **“attrazione delle imprese matricole”** al fine di accompagnare le imprese oltre i confini nazionali, aumentare la loro propensione all'export e farle emergere sui mercati internazionali, mediante specifiche azioni di assistenza e tutoraggio ad opera di consulenti esperti.

3.10.1 Incoming e manifestazioni fieristiche

Sono state intraprese iniziative di valorizzazione delle peculiarità locali sui mercati di Russia, Cina, India, Canada e Stati Uniti. In particolare è stata gestita la partecipazione ad una missione esplorativa in California a Los Angeles nell'ambito dell'Italian Opera Festival, kermesse musicale viterbese, durante la quale sono stati allestiti banchi di degustazione dei prodotti agroalimentari della Tuscia Viterbese, in particolare olio e vino, con percorsi enogastronomici di "olive oli & wine tasting".

È stata inoltre gestita la partecipazione al Salone Internazionale dell'Alimentazione "Cibo e... Dintorni", iniziativa finalizzata a creare concrete opportunità di commercializzazione dei prodotti attraverso incontri mirati con buyer italiani e stranieri, questi ultimi, selezionati dalle Camere di Commercio Italiane all'estero o da partners esteri, provenienti da Francia, Giappone, Belgio, Olanda, Spagna, USA, Israele, Inghilterra, Romania e Bulgaria.

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

- Fiera Agroalimentare Summer Fancy Food – Washington 17-19 giugno 2012
- Incoming buyer internazionale settore aerospaziale (autunno 2012);
- Ecobuilding Matchmaking a Londra – 21 marzo 2012 – settore edilizia sostenibile;
- The Big Five Show – Dubai – 5/8 novembre 2012 – settore costruzioni;
- Home and Italian Style – Chicago – Houston – 24/30 giugno 2012 – settore arredamento;
- Incoming Italia@Casa2 (Buyer Cina e Giappone);
- Incoming Italy & Med (Buyers Paesi del Mediterraneo) Settore edilizia, lapideo e macchinari;
- Lazio Delicatessen 2012 – settore agroalimentare;
- The Hotel Show – Dubai 15/17 maggio 2012 – XIII Edizione: il più importante evento del Medio Oriente e del Nord Africa dedicato al settore alberghiero e alla ristorazione;
- SIAL – Fiera Agroalimentare – Parigi;
- Partecipazione ad una collettiva di aziende ad un incontro con una delegazione di operatori cinesi della provincia di Heilongjiang del settore agroalimentare.

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 115 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. 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.)	96 quesiti
Partecipazione ai seminari e/o convegni	112 partecipanti
Totale accessi/utenti	208

Quesiti richiesti allo Sportello Internazionalizzazione e loro ripartizione per materia

Materie dei quesiti	2012
Ricerca partner	-
Informazioni specialistiche	21
Paesi/settori/mercati	41
Strumenti finanziari per l'internazionalizzazione	1
Fiere all'estero	12
Opportunità di Business	1
Altro	20
Totale quesiti	96

Iniziative seminariali per l'internazionalizzazione realizzate dalla Camera di Commercio nel 2012

Titolo seminario	Data	N. partecipanti
Workshop "FOCUS PAESE NORD AMERICA". Normativa e certificazioni per l'agroindustria. La proprietà industriale"	16.05.2012	51
Workshop "La Cultura dell'internazionalizzazione: Strategie di marketing e modelli organizzativi per i mercati internazionali"	15.06.2012	61

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 Toscana attive all'estero.

Atti e certificati per il commercio estero

	2011	2012
Certificato d'origine	1.224	1.216
Visti di legalizzazione firma	49	41
Visti su fatture	741	455
Rilascio codici meccanografici	3	-
Totale atti e certificati	2.017	1.712

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 2012, analogamente agli anni passati, è stata svolta un'attività di analisi e monitoraggio delle caratteristiche dell'economia locale nell'ottica di un processo di apertura verso nuovi mercati. Su tale fronte nel mese di maggio è stato presentato il **12° Rapporto sull'Economia della Tuscia Viterbese**, con una sezione di approfondimento dedicata al "credito".

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		
	2011	2012
N. richieste	1.000	500

Studi e pubblicazioni per aree tematiche e anni di pubblicazione nel 2012

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 2011
	Tuscia Economica Rivista semestrale di Economia e tecnica n. 1/2012

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.

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		
	2011	2012
N. dichiarazioni MUD presentate	2.144	2.004
- di cui in modalità informatica/telematica	1.656	1.589
- di cui in modalità cartacea	488	415

55

3.13.2 I Servizi Innovativi

I servizi innovativi proposti dalla Camera di Commercio hanno lo scopo di fornire a cittadini e imprese gli strumenti conoscitivi e tecnologici necessari per la progressiva digitalizzazione dei rapporti con la P.A.

In particolare una struttura dedicata si occupa delle seguenti attività:

- Rilascio dispositivi di firma digitale;
- Accesso al registro imprese on line
- Rilascio carte cronotachigrafiche

Dispositivi di firma digitale e contratti telemaco 2012	
N. dispositivi di firma digitale rilasciati (CNS/BK)	961
Contratti Telemaco attivati	97

3.13.3 Call Center - 800.993022

Al fine di supportare gli utenti nella presentazione delle istanze al registro delle imprese la Camera di Commercio di Viterbo istituisce un call center specializzato nel fornire risposte sui seguenti temi:

1. Compilazione della modulistica cartacea per imprese individuali e soggetti REA;
2. Compilazione della modulistica fedra per pratica telematica;
3. Atti ed allegati necessari ai fini del completamento della pratica;
4. Deposito dei bilanci di esercizio ed elenchi soci;
5. Requisiti necessari per l'avvio di un'attività d'impresa;
6. Predisposizione delle denunce di inizio attività per autoriparatori, impiantisti, imprese di facchinaggio e di pulizia, commercio all'ingrosso;
7. Soggetti legittimati alla presentazione delle istanze;
8. Utilizzo del software di firma digitale;
9. Attivazione e utilizzazione del collegamento telematico con le Camere di Commercio per la spedizione delle pratiche e l'interrogazione delle banche dati;
10. Gestione amministrativa del prepagato Telemaco Pay;
11. Informazioni sullo stato di avanzamento della pratica e dei motivi dell'eventuale sospensione;
12. Visure, certificati, copie atti ed elenchi;
13. Vidimazione libri sociali;
14. Diritto Annuale.

Il Call Center della Camera di Commercio di Viterbo è attivo dal **lunedì al venerdì - ore 9.00-13.00; 14.00-17.00.**

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	2011	2012
Fondo perquativo	172.000,00	169.596,75
Unione Nazionale	147.864,20	----
Unione Regionale	177.437,04	4.964,14
Associazione interregionale	4.907,92	179.870,73
Retecamere	1.577,34	1.576,33
Universitas Mercatorum	2.528,32	149.892,261
ISNART	1.000,00	3.500,00
Infocamere	24.226,00	29.240,00
Mondimpresa	856,27	856,27
Dintec	250,00	500,00
Contributo solidarietà terremotati Emilia	-	38.000,00
Totale	532.647,09	577.996,48

Valori espressi in Euro

3.15 SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE DELLA CAMERA

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

3.15.1 La gestione del personale interno

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

Il personale viene orientato sempre più in un logica di servizio alle imprese e ai consumatori di tipo aziendalistico. Accanto a conoscenze di tipo amministrativo e normativo, vengono sviluppate competenze specialistiche, capacità di programmazione, abilità relazionali, capacità di ascolto del mercato, orientamento al risultato e al raggiungimento degli obiettivi. L'obiettivo è quello di fornire risposte rapide e concrete ai 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	
	2012
Quota media di retribuzione (euro)	30.986
Quota media di produttività (Euro)	3.841
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		
	2011	2012
Risorse investite nella formazione interna (Euro)	13.149,62	40.439,79
N. Corsi	37	28
N. Partecipanti	31	50
N. Ore di formazione	471	440

Aree tematiche dei Corsi di formazione del personale interno della Camera di Commercio						
Area tematica	2011			2012		
	Numero di Partecipanti	Numero di Giornate	N. Corsi	Numero di Partecipanti	Numero di Giornate	N. Corsi
Giuridica e normativa generale	2	6	2	88	74	5
Organizzazione e personale	4	5	2	3	3	2
Manageriale	1	1	1	1	2	1
Comunicazione	0	0	0	0	0	0
Economia e finanza	0	0	0	2	2	2
Controllo di gestione	1	2	1	0	0	0
Informative e telematica	0	0	0	0	0	0
Linguistico	1	2	1	1	10	1
Tecnico-specialistica	22	30	30	34	54	17
Totale	31	46	37	129	145	28

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, un'analisi puntuale dei singoli processi tenendo conto dei riflessi sull'organizzazione del lavoro.

Ad oggi l'Ente opera:

- **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.
- **mediante 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;
- Utilizzando il **sistema "Legal Pay"** per i pagamenti attraverso il mandato informatico;
- **Attraverso 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 camerale, 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.

Nel 2012 la rete intranet è stata estesa anche all'Azienda Speciale.

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	
	2012
N. affidamenti di incarico nell'esercizio	124
- di cui N. contratti	66
- di cui N. ordini	139
Valore affidamenti di incarico nell'esercizio (Euro)	25.712,50
N. gare/esplorazioni di mercato	21

Provenienza dei fornitori	
	2012
N. affidamenti di incarico nell'esercizio	90
- di cui a Fornitori della provincia	65
- di cui a Fornitori di altre province della regione	12
- di cui a Fornitori extra-regionali	13
Valore affidamenti di incarico nell'esercizio (in euro)	144.205,96
- di cui Valore affidamenti a Fornitori della provincia	73.589,22
- di cui Valore affidamenti a Fornitori di altre province della regione	41.043,14
- di cui Valore affidamenti a Fornitori extra-regionali	29.573,60

Albo Fornitori		
	2011	2012
N. soggetti iscritti all'Albo Fornitori (31/12)	427	100

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			
		2011	2012
N. fatture totali ricevute da fornitori		999	1.155
- di cui pagate entro 90 gg.		888	884
- di cui pagate oltre 90 gg.		111	271

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, alla 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, la struttura del sito istituzionale è orientata a stimolare il dialogo e l'interattività con gli interlocutori camerali.

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. È inoltre stato inserito un box dedicato a **Tuscia Welcome** con rimando diretto al sito in cui è possibile avere informazioni tempestive su tutte le iniziative di attrazione turistica della Tuscia con le offerte e i pacchetti turistici promossi dalle aziende aderenti al progetto.

Siti camerali		
	Accessi 2011	Accessi 2012
www.vt.camcom.it	130.188	166.047
www.tusciaeconomica.it	38.000	26.557
www.tusciaviterbese.it	141.246	63.620
www.welcomeintuscia.it	20.000	84.000
Sito Azienda speciale CeFAS		
	Accessi 2011	Accessi 2012
www.cefas.org	15.980	18.125

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 Il 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 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 2012 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 2012 i comunicati stampa diramati sono stati 103 facendo rilevare un incremento rispetto al biennio precedente che presenta una media di 88 comunicati. Sono state inoltre organizzate n. 4 conferenze con la stampa sui seguenti temi: Feste del Vino, della Castagna e dell'Olio della Tuscia, Resoconto di fine anno sull'attività camerale a cura del Presidente Ferindo Palombella e del Segretario Generale Francesco Monzillo.

Rivista camerale "Tuscia Economica"		
	2011	2012
Periodicità	mensile	mensile
Tiratura (N. Copie)	2.250	2.200

Altri strumenti e canali di comunicazione esterna		
	2011	2012
N. Comunicati stampa	121	103
N. Conferenze stampa	3	4

Attività dell'URP		
	2011	2012
N. contatti totali	370	120
N. reclami presentati	2	0

Supplemento al n. 6/2013 di Tuscia Economica,
mensile informativo della Camera di Commercio di Viterbo
Direttore responsabile: Francesco Monzillo
Autorizzazione del Tribunale di Viterbo n. 2 del 27.3.1948
Via Fratelli Rosselli n. 4, tel. 0761.2341
www.vt.camcom.it

IL BILANCIO SOCIALE 2012 È STATO REALIZZATO A CURA DI:

Daniela Camera, Responsabile dello Staff Affari Generali,
 Programmazione e Controllo della Camera di Commercio di Viterbo

Editor: 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 2013 presso la Tipolitografia Quatrini, Viterbo