



Camera di Commercio
Viterbo

BILANCIO SOCIALE 2014

Camera di Commercio di Viterbo
CAMERA DELLE ECONOMIE E DELLE IMPRESE



BILANCIO SOCIALE 2014

Camera di Commercio di Viterbo
CAMERA DELLE ECONOMIE E DELLE IMPRESE

Indice

INTRODUZIONE	3
NOTA METODOLOGICA	4
1 L'IDENTITÀ	
1.1 La missione	6
1.2 I valori	6
1.3 Gli obiettivi strategici	7
1.4 L'assetto istituzionale e organizzativo	7
1.5 Il sistema camerale	12
1.6 La mappatura degli stakeholder	13
2 IL RENDICONTO ECONOMICO	
2.1 la destinazione delle risorse	15
3 LA RELAZIONE SOCIALE	
3.1 Capacità di servizio per imprese e professionisti	20
3.2 Regolazione del mercato: tutela di imprese e consumatori	23
3.3 Innovazione: opportunità di crescita per le imprese	26
3.4 Formazione: supporto alle imprese e al mondo del lavoro	28
3.5 Contributi e accesso al credito: facilitare i rapporti tra imprese e sistema finanziario	31
3.6 Agroalimentare: servizi e progetti per orientare le imprese alla qualità	31
3.7 Turismo: iniziative per far crescere la capacità di accoglienza da parte delle imprese	34
3.8 Marketing territoriale e sviluppo locale	37
3.9 Internazionalizzazione: proiettare le imprese sui mercati esteri	39
3.10 Informazione economica: contributo al sistema della conoscenza	40
3.11 Governare il territorio: collaborazioni con le istituzioni locali	41
3.12 Altre azioni per la collettività	41
3.13 Agire in rete: iniziative condivise con il sistema camerale	42
3.14 Sviluppo delle risorse umane della Camera	42
3.15 Comunicazione, attività trasversale per gli stakeholder	45

INTRODUZIONE

Uno dei principi fondamentali a cui si ispira l'attività della Pubblica Amministrazione è certamente la Trasparenza intesa come "accessibilità totale delle informazioni concernenti l'organizzazione, la gestione, l'utilizzazione delle risorse, i risultati dell'attività", al fine di favorire forme diffuse di controllo del rispetto dei principi di buon andamento ed imparzialità. La trasparenza costituisce il livello essenziale delle prestazioni erogate dalle Amministrazioni Pubbliche secondo quanto previsto dall'articolo 117, co. 2, lett. m, della Costituzione.

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 stakeholders la conoscibilità del proprio operato in termini di mission, servizi erogati e risorse utilizzate.

La redazione del Bilancio Sociale, 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, giunto alla nona edizione, si realizza un vero e proprio reporting sociale di valore strategico, funzionale a stimolare negli interlocutori riflessioni circa le scelte programmatiche e gestionali, allo scopo di contribuire al miglioramento futuro dell'azione dell'Ente.

Il Presidente

Domenico Merlani

Nota metodologica

Il Bilancio sociale 2014 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 2014, 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 camerale.

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

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 Ce.F.A.S., 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



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.

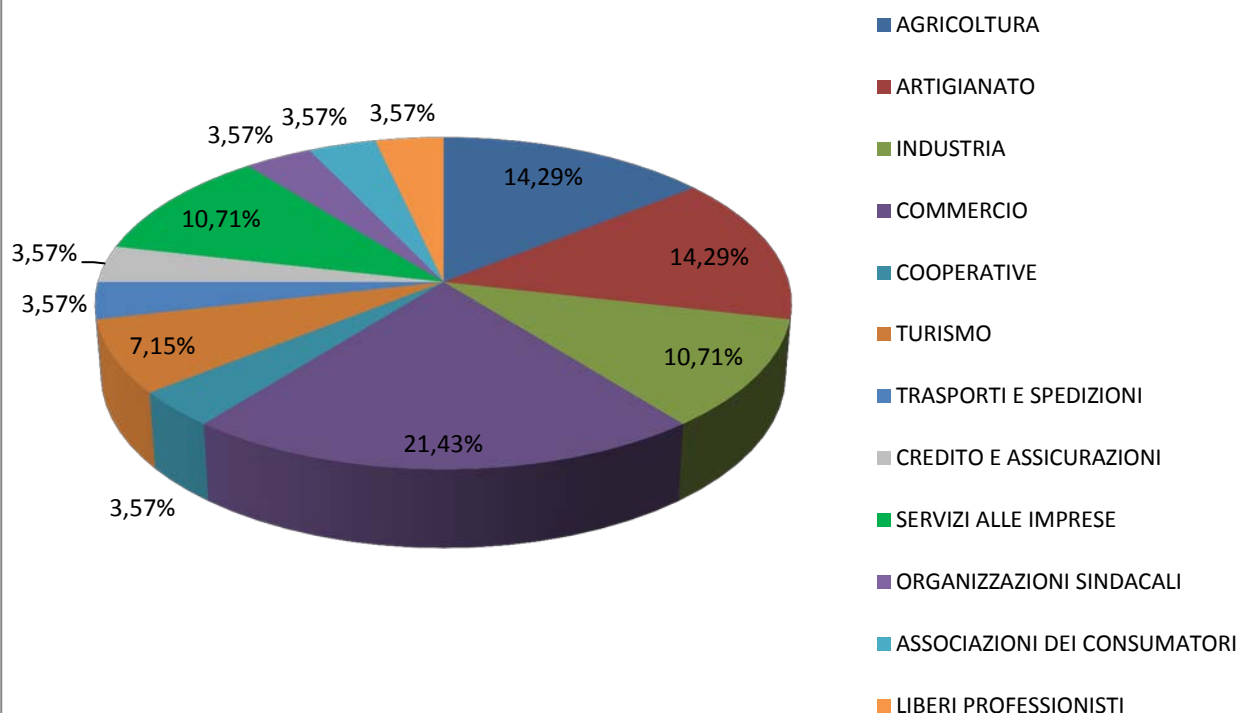
1.4.1 Il Consiglio camerale

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. 15336 del 11.09.2014. Si compone di 28 membri, così ripartiti al 31.12.2014:

Settore di appartenenza	Consiglieri
Agricoltura	Petronio Coretti, Rita Favero, Mauro Pacifici, Ermanno Mazzetti (dal 23.12.2014)
Artigianato	Simone Bianchini, Palmiro Masini, Luigia Melaragni, Stefano Signori
Industria	Gabriela Capoccioni Scuderi, Marco Giuliani, Rino Orsolini
Commercio	Novella Bentivoglio, Sergio Cesarini, Tiziana Fanti, Gaetano Picchioni, Pierpaolo Soggiu, Gianfranco Tonetti
Cooperazione	Bruna Rossetti
Turismo	Mauro Barlozzini, Vincenzo Peparello
Trasporti	David Delli Iaconi
Credito/Assicurazioni	Maurizio Longhi
Servizi alle Imprese	Giuseppe Crea, Domenico Merlani, Angelo Pieri
Organizzazioni sindacali	Giancarlo Turchetti
Associazioni dei consumatori	Pietro Vacca
Liberi Professionisti	Marco Santoni

RAPPRESENTANZA 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 28.10.2014 ed è così composta:

Presidente	Domenico Merlani
Vice-Presidente	Luigia Melaragni
Componenti	Novella Bentivoglio, Petronio Coretti, Mauro Pacifici, Marco Giuliani, Rino Orsolini, Stefano Signori, 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 2014 è così composto:

Presidente	Patrizi Luciana
-------------------	-----------------

Componenti effettivi	Emilio Bianchini, Sonia Perà
-----------------------------	------------------------------

Componenti supplenti	Pasquale Basilicata, Carla Casolaro, Franca Marcone
-----------------------------	---

1.4.5 L'assetto organizzativo

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

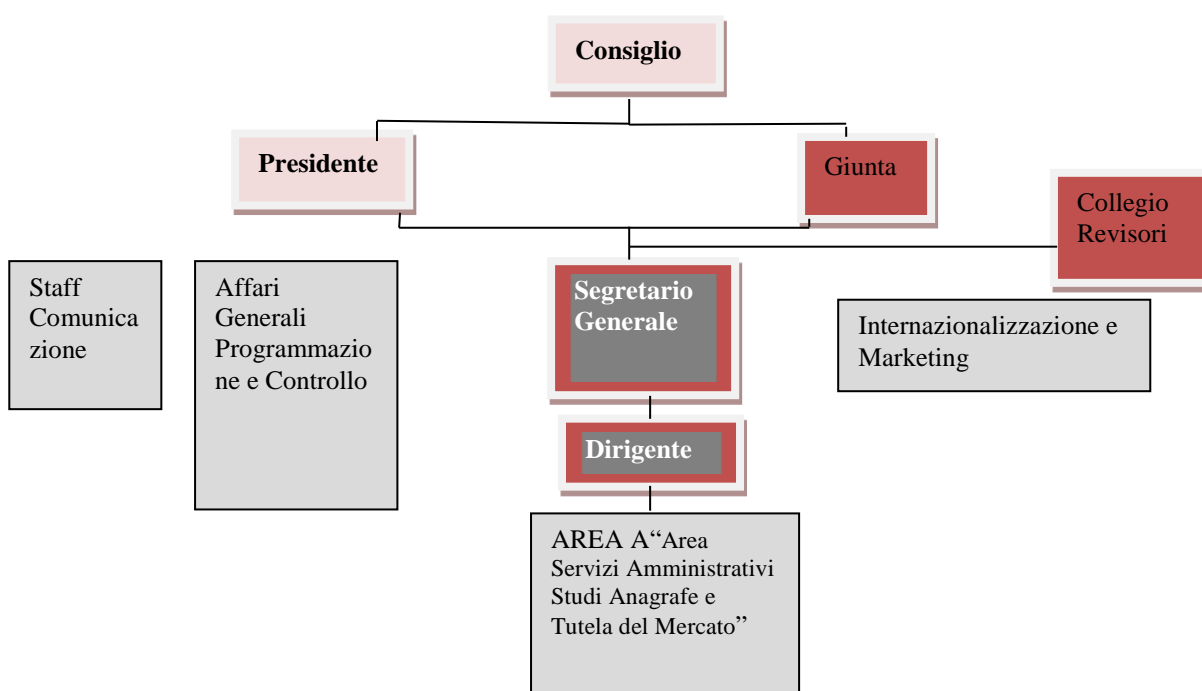
- **Area dirigenziale A "Servizi Amministrativi Studi Anagrafe e Tutela del Mercato"**

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 Internazionalizzazione e Marketing**
- **Ufficio Stampa**

Segretario Generale	Francesco Monzillo
----------------------------	---------------------------



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 Ce.F.A.S. per analizzarne le principali caratteristiche:

Camera di Commercio	Dirigenti	1
	Impiegati	59
	Totale	60
CeFAS	Impiegati	6
	Totale	6

Camera di Commercio	Categoria	donne	uomini
	Dirigenza	1*	1
	D	15	3
	C	17	20
	B	0	1
	A	1	1
	Totale	34	26
CeFAS	Totale	4	2

Categoria	Camera di Commercio		CeFAS	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne
fino a 30 anni	0	0		
30-34 anni	0	1		
35-39 anni	2	5		
40-44 anni	9	3		
45-49 anni	1	11		1
50-54 anni	5	8	2	1
55-59 anni	5	2		1
60-64 anni	4	2		1
65 e oltre	0	0		
TOTALE	26	34	2	4

Per quanto riguarda le classi di età, la composizione del personale è concentrata nell'intervallo compreso tra le fasce 40-44 e 50-54. L'innalzamento dell'età media del personale è attribuibile all'assenza di ricambio generazionale derivante dal persistere dei vincoli assunzionali.

Composizione del personale per anzianità di servizio											
	0-5	6-10	11-15	16-20	21-25	26-30	31-35	36-40	41-43	44 e oltre	Totale
Camera di Commercio	2	11	11	11	7	9	5	4	0	0	60
Ce.F.A.S.		1	2		1	1	1				6

In base all'anzianità di servizio le classi più consistenti corrispondono a quelle comprese tra gli 11 e 15 anni.

Composizione del personale per titolo di studio							
	Fino alla scuola dell'obbligo	Licenza media superiore	Laurea breve	Laurea	Specializzazione post laurea/ dottorato di ricerca	Altri titoli post laurea	Totale
Camera di Commercio	8	22	1	23	0	6	60
Ce.F.A.S		4		2			6

Per quanto concerne il titolo di studio, emerge complessivamente in maniera positiva una percentuale relativamente alta di laureati e diplomati pari complessivamente al 78,78% equamente distribuiti. 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.

Società del Sistema Locale partecipate dalla Camera di Commercio di Viterbo		
Società	Attività	Quota di partecipazione
Centro Ceramica di Civita Castellana s.r.l	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	5,01%

1.5.1 L'Azienda speciale Ce.F.A.S.

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 Ce.F.A.S. svolge le seguenti funzioni di supporto e promozione alle imprese in coerenza con la missione affidata e con le strategie dell'Ente camerale:

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

1.6 LA MAPPATURA DEGLI STAKEHOLDER

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



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 Ce.F.A.S. 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.

Nell'esercizio 2014 si è registrato un risultato economico negativo di € 390.678,21 eguagliando sostanzialmente il dato consuntivo dell'anno 2013.

Su tale risultato hanno inciso, in particolare, da un lato la riduzione dei proventi di natura corrente connessi in particolare al diritto annuale e ai diritti di segreteria imputabili, il primo prevalentemente al tasso di natalità/mortalità delle imprese che vede comunque persistere un andamento decrescente delle iscrizioni, oltre che alla riduzione dei volumi di fatturato delle imprese. Il secondo principalmente alla minore movimentazione del registro delle imprese.

La riduzione dei proventi correnti è stata tuttavia compensata dalla riduzione degli oneri correnti i cui fattori determinanti sono attribuibili principalmente alla riduzione degli oneri del personale a seguito della cessazione del rapporto di lavoro di una figura dirigenziale oltre che ad una importante riduzione degli oneri di funzionamento ed in particolare delle spese telefoniche e di cancelleria che mostrano negli anni un andamento progressivamente decrescente man mano che sono implementate le tecnologie dell'informazione e della comunicazione nella gestione dei procedimenti amministrativi.

Principali grandezze del Conto economico consolidato della Camera di Commercio (CdC)		
	2013	2014
Proventi Gestione Corrente CdC	8.111.938,00	7.742.087,03
Proventi Gestione Corrente CeFAS	368.780,00	290.521,67
Oneri Gestione Corrente Cdc	8.527.248,00	8.375.661,03
Oneri Gestione Corrente CeFAS	-589.423,00	-507.487,95
Risultato Gestione Corrente	-635.953,00	-630.540,28
Saldo poste straordinarie (CdC + CeFAS)	247.972,00	244.981,96
Saldo gestione finanziaria	6.848,00	4.831,06
Rettifiche di valore attività finanziaria	-8.389,00	-9.950,95
Risultato economico dell'esercizio	-389.522,00	-390.678,21

(Valori espressi in euro)

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 2014 tale grandezza è stata pari a 6,1 milioni di Euro con una riduzione del 7,9% rispetto all'anno precedente imputabile principalmente alla riduzione dei proventi correnti da diritto annuale e diritti di segreteria e da una contrazione delle risorse acquisite dall'ente a titolo di contributi e trasferimenti.

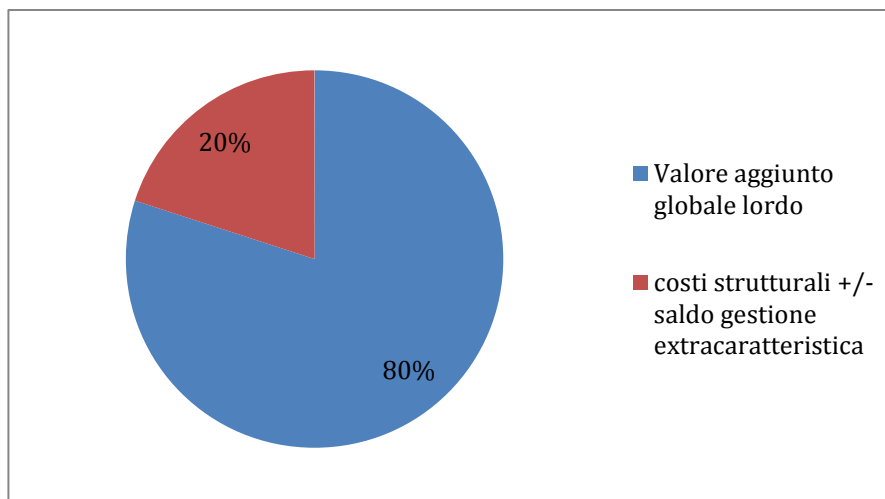
Valore Globale della Produzione: proventi attività tipica Camera di Commercio (CdC) e CeFAS				
	2013		2014	
Diritto Annuale (al netto accantonamenti Fondo Svalutazione Crediti)	4.380.030,00	64,76%	4.133.809,19	67,46%
Diritti di segreteria e oblazioni	1.106.283,00	16,63%	1.019.717,74	16,64%
Proventi da gestione di servizi	174.045,00	2,62%	208.611,31	3,40%
Contributi e trasferimenti	628.702,00	9,45%	470.530,82	7,68%
Ricavi propri CeFAS (al netto dei trasferimenti dalla CdC)	185.988,00	2,80%	129.279,32	2,11%
Altri proventi CeFAS	240.040,00	3,43%	161.242,35	2,63%
Variazione Rimanenze	-5.222,00	-	4.417,97	0,07%
Valore Globale della Produzione	6.652.618,00	100%	6.127.608,70	100,00%

(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 2014 tale valore ammonta a 4,95 milioni di Euro, facendo rilevare un decremento rispetto all'anno precedente del 9,8%. Tale dato evidenzia lo sforzo compiuto dall'Ente in termini di riduzione dei costi per il funzionamento della struttura, non ha consentito di compensare la consistente riduzione del valore globale della produzione determinandosi una sostanziale riduzione delle risorse complessivamente destinate alla remunerazione dei propri stakeholders.

Il Prospetto di produzione del Valore Aggiunto			
	2013	2014	Variazioni 2013-2014
Valore Globale della Produzione	6.652.618,00	6.127.608,70	-7,89%
Costi per funzionamento struttura	1.408.662,00	1.418.105,66	0,67%
Valore Aggiunto Caratteristico Lordo	5.243.856,00	4.709.503,04	-10,19%
Saldo gestione Accessoria	1.001,00	206,78	-79,34%
Saldo gestione Straordinaria	247.972,00	244.981,96	-1,21%
Saldo gestione Accessoria e Straordinaria	248.974,00	245.188,74	-1,52%
Valore Aggiunto Globale Lordo	5.492.929,00	4.954.691,78	-9,80%

(Valori espressi in euro)



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 Ce.F.A.S.;
- **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			
	2013	2014	Variazioni 2013-2014
Risorse per progetti e servizi	4.612.117,00	4.132.325,40	-10,40%
Remunerazioni altri Enti del Sistema Camerale	527.417,00	511.314,62	-3,05%
Remunerazione della P.A. (Oneri fiscali)	509.034,00	480.422,89	-5,62%
Remunerazione Capitale di Credito	2.452,00	5.326,67	117,24%
Remunerazione dell'Ente		0,00	0,00
Risultato dell'esercizio (CdC + CeFAS)	-389.522,00	-390.678,21	0,30%
Ammortamenti (CdC + CeFAS)	231.431,00	215.980,71	-6,68%
Totale	-158.091,00	-174.697,50	10,50%
Valore Aggiunto Globale Lordo	5.492.929,00	4.954.691,78	-9,80%

(Valori espressi in euro)

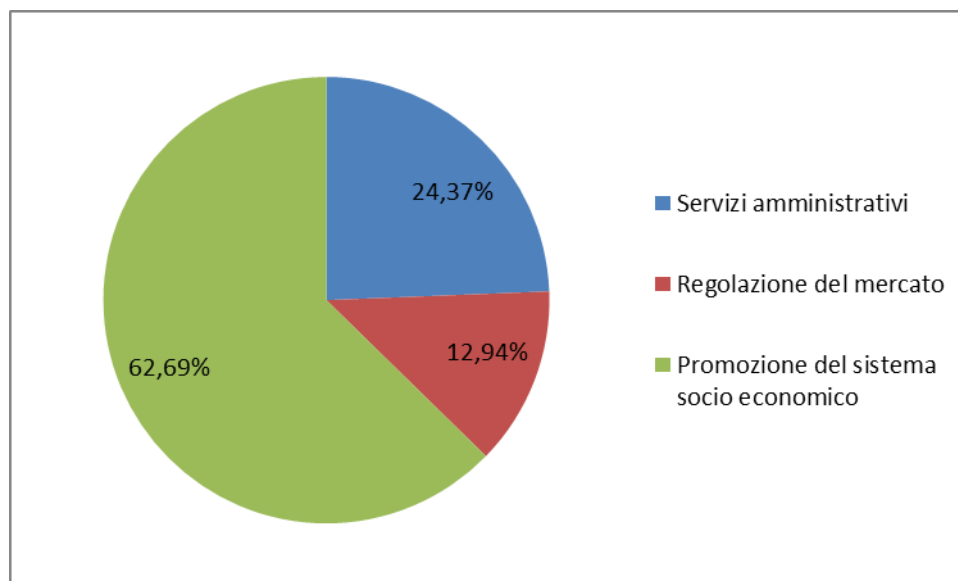
Nell'ambito della distribuzione del Valore Aggiunto, significativo è il dato relativo alle risorse impiegate in progetti e servizi pari nell'anno 2014 a 4,1 milioni di Euro corrispondenti all'83,6% del Valore Aggiunto Globale Lordo, valore che rispecchia in linea di massima le percentuali di destinazione del 2013 ma registra un decremento del 9,80% rispetto alle risorse impiegate nell'anno 2013 per la medesima finalità.

Dettaglio dei Costi sostenuti per progetti e servizi nel 2014		
	Risorse	Percentuale sulla remunerazione totale
Servizi Amministrativi	1.006.893,09	24,37%
Regolazione del Mercato	534.535,95	12,94%
Promozione del Sistema Socio Economico	2.590.895,60	62,69%
Internazionalizzazione	302.230	
Innovazione	155.300,18	
Studi e Informazione economica	165.125,51	
Formazione, creazione, sviluppo e continuità economica	597.267,55	
Marketing territoriale e sviluppo locale	916.711,41	
Infrastrutture	11.204,09	
Accesso al credito, finanza, contributi per le imprese	254.292,80	
Promozione del turismo	96.065,31	
Comunicazione	92.699,01	
Totale	4.132.324,64	100%

(Valori espressi in euro)

L'analisi congiunta delle componenti dirette alla remunerazione dei destinatari delle politiche camerali mette in evidenza, come preminenti, in termini di risorse relative rispetto a tale voce, la promozione del sistema socio-economico (63%) e i servizi amministrativi (24%).

Nell'ambito delle iniziative di promozione del sistema socio-economico, si rileva una considerevole incidenza delle risorse destinate al marketing territoriale e sviluppo locale (33%).



3 La Relazione sociale

3.1 CAPACITÀ DI SERVIZIO PER IMPRESE E PROFESSIONISTI

L'attività anagrafica e certificativa funzione istituzionale di fondamentale importanza per supportare Imprese, Associazioni di categoria e Ordini professionali.

3.1.1 Registro delle Imprese

Il Registro delle Imprese è l'anagrafe delle imprese: si trovano infatti i dati (costituzione, modifica, cessazione) di tutte le imprese con qualsiasi forma giuridica e settore di attività economica, con sede o unità locali sul territorio provinciale. Il Registro delle Imprese fornisce quindi un quadro essenziale della situazione giuridica di ciascuna impresa ed è un archivio fondamentale per l'elaborazione di indicatori di sviluppo economico ed imprenditoriale in ogni area di appartenenza.

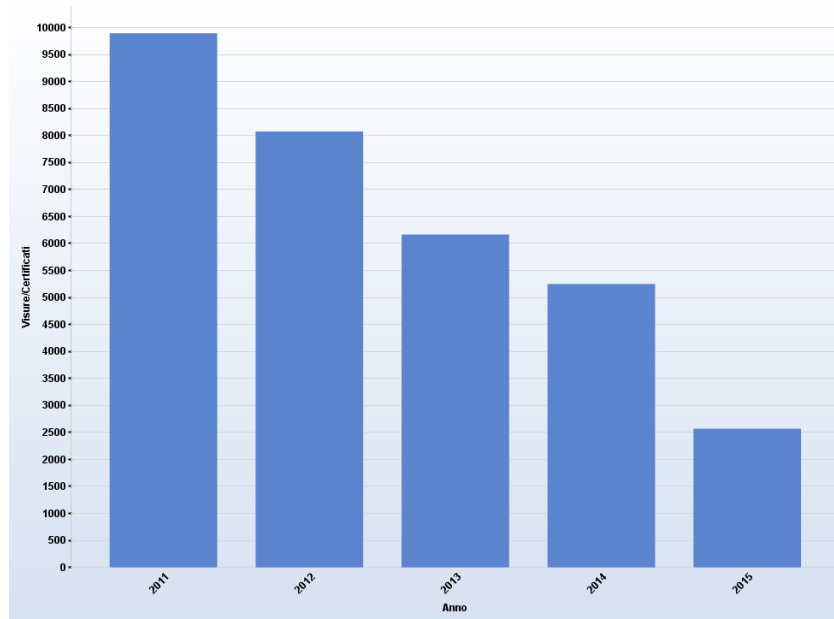
Strumento tipico di pubblicità legale, con valenza economica e giuridica il Registro è gestito sotto la responsabilità di un Conservatore individuato di norma nella figura del Segretario Generale, subordinato alla vigilanza di un giudice nominato dal Tribunale.

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;
- il rilascio di visure e certificati;
- il rilascio di elenchi degli esercenti attività economiche;
- la bollatura e numerazione dei libri e delle scritture contabili.

Il processo di "decertificazione", determinato dalle politiche di semplificazione delle procedure amministrative pubbliche, dal 2012 ha innescato un andamento, che si conferma anche nel 2014, decrescente in termini numerici delle visure e dei certificati erogati.

Le Pubbliche Amministrazioni acquisiscono infatti ormai obbligatoriamente i dati disponibili nelle banche dati pubbliche sotto forma di dichiarazione sostitutiva di certificazione che viene successivamente verificata presso la P.A. titolare del dato. Così anche per i dati disponibili nel Registro delle Imprese che costituiscono oggetto delle dichiarazioni rese dai titolari/legali rappresentanti di impresa. Le P.A. interessate alla verifica infatti possono procedere collegandosi al portale "VerifichePA", reso disponibile, già nel 2012, da Unioncamere con il supporto tecnico di Infocamere proprio per rispondere alle suddette esigenze.



Oltre il collegamento al portale VerifichePA, nel reciproco scambio di informazioni con le altre pubbliche istituzioni è privilegiato l'uso della Posta Elettronica ordinaria o PEC.

Accanto alle attività tipiche evidenziate in precedenza si rileva sempre più consistente e con andamento crescente l'attività di consulenza specifica sull'evoluzione normativa e sugli adempimenti amministrativi conseguenti che svolta a beneficio di associazioni di categoria, professionisti ed imprese. Tale attività trova concretizzazione ogni giorno sia nel front office che nella organizzazione di workshop, seminari e convegni tematici inerenti le novità del panorama normativo e gli adempimenti amministrativi.

Al fine di supportare gli utenti nella presentazione delle istanze al registro delle imprese la Camera di Commercio di Viterbo ha istituito servizio di **call center** che fornisce risposte qualificate sui seguenti temi:

1. Compilazione della modulistica per pratiche telematiche;
2. Atti ed allegati necessari ai fini del completamento della pratica;
3. Deposito dei bilanci di esercizio ed elenchi soci;
4. Requisiti necessari per l'avvio di un'attività d'impresa;
5. Segnalazioni certificate di inizio attività per autoriparatori, impiantisti, imprese di facchinaggio e di pulizia, commercio all'ingrosso;
6. Soggetti legittimati alla presentazione delle istanze;
7. Utilizzo del software di firma digitale;
8. Attivazione del collegamento telematico con le Camere di Commercio per la spedizione delle pratiche e l'interrogazione delle banche dati;
10. Stato di avanzamento della pratica e dei motivi dell'eventuale sospensione;
11. Visure, certificati, copie atti ed elenchi;
12. Vidimazione libri sociali;
13. Diritto Annuale.

Dal 2013 inoltre tramite il Call Center è possibile prenotare appuntamento per l'acquisizione dei dispositivi di firma digitale in modo semplice e veloce, evitando inutili file e i fisiologici tempi di attesa allo sportello.

Registro Imprese Dati Generali		
	2013	2014
Iscrizioni	2.321	2.161
Cessazioni/Variazioni	27.458	14.063
Tot. Imprese Registrate	37.797	37.564
Visure e Certificati	6.165	5.249

Imprese iscritte e tasso di crescita

ANNO	Iscrizioni	Cessazioni	Saldo	Stock al 31.12. 2014	Tasso di crescita
2007 <i>(6 anni fa, prima della crisi)</i>	2646	3990	-1344	38265	-3,39%
2012	2360	2611	-251	38192	-0,6%
2013	2321	2696	-375	37797	0,98%
2014	2161	2353	-192	37564	-0,51

Albo Imprese Artigiane Dati Generali		
	2013	2014
Iscrizioni	614	545
Cessazioni	761	670
Totale imprese iscritte all'AIA	7.995	7.870

Su 37.564 imprese presenti nella provincia di Viterbo, il 20,95% appartiene al comparto artigiano. In calo le iscrizioni, consistente anche il numero delle cessazioni, seppure in calo rispetto al 2013. Si registra conseguentemente un andamento continuamente decrescente del numero complessivo delle imprese iscritte all'albo delle imprese artigiane per cui si passa da 7.995 a 7.870 unità.

3.1.2 Comunicazione Unica e Sportello Unico Attività Produttive

La "Comunicazione Unica", attiva dal 1° aprile 2010, ha unificato in una sola istanza telematica gli adempimenti amministrativi 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 è un esempio concreto di semplificazione amministrativa in quanto 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.

In tema di semplificazione amministrativa deve inoltre essere evidenziato il ruolo attivo e crescente del sistema camerale nell'attuazione del programma SUAP.

Si tratta di un servizio integrato all'interno del portale "impresainungiorno.gov.it", rispetto al quale le statistiche di utilizzazione rilevano il costante aumento delle pagine mensilmente consultate dagli imprenditori.

L'Ente camerale è impegnato sin dal 1999 nel progetto "Sportello Unico Tuscia" divenuto mediante attività di informazione, consulenza e formazione rivolti prevalentemente ai funzionari comunali attraverso incontri, seminari, newsletter con aggiornamenti continui sulle novità normative.

Analizzando l'adesione dei Comuni al progetto SUAP si è potuto verificare una crescita progressiva dei Comuni gestiti dal Sistema Camerale con un conseguente incremento nell'uso della piattaforma informatica di front office.

Alla fine del 2014 risultavano accreditati 22 comuni della provincia, tutti aderenti alla piattaforma informatica unica promossa dal Sistema Camerale che garantisce uniformità ed omogeneità degli adempimenti da parte delle imprese.

L'istituzione della Consulta Provinciale dei Liberi Professionisti presso la Camera di Commercio, secondo quanto previsto dal D.Lgs. 23/2010, ha ulteriormente avvalorato il ruolo dell'Ente nell'ambito dei processi di semplificazione amministrativa avviando un percorso di formazione, informazione e confronto partecipato da tutti gli attori del procedimento e finalizzato e della piena attuazione del SUAP.

L'intersecarsi degli adempimenti SUAP con quelli inerenti il Registro delle Imprese, ha inoltre determinato l'implementazione di una specifica attività di assistenza e consulenza su questi temi anche nei confronti di professionisti ed imprese.

3.1.3 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 per i quali tuttavia la Camera di Commercio mantiene la competenza a verificare il possesso dei requisiti professionali e morali previsti dalla legge per l'esercizio dell'attività e gli stessi sono iscritti in una apposita sezione del Repertorio delle notizie Economiche ed Amministrative.

Al 31 dicembre 2014 le consistenze dei ruoli rispetto ai quali l'Ente Camerale ha accertato il possesso dei requisiti previsti dalla legge abilitando all'esercizio dell'attività chi ne ha fatto richiesta sono le seguenti:

Albi, Ruoli, Elenchi: dati generali				
	2013		2014	
	Iscrizioni	Iscritti	Iscrizioni	Iscritti
Ruolo Conducenti non di Linea	17	288	31	231
Ruolo Periti ed Esperti	8	238	7	206

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.

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.

Nel 2014 sono state gestite 29 domande di conciliazione e 438 pratiche di mediazione.

La Sentenza della Corte Costituzionale n. 272, pubblicata sulla G.U. n. 49 del 12 dicembre 2012, abrogando le norme relative alla obbligatorietà della mediazione, aveva determinato una caduta verticale dell'attività, non solo a livello locale, ma su tutto il territorio nazionale.

Il Decreto del Fare (artt. 84 e 84 bis del D.L. n. 69/2013, convertito dalla legge 98/2013) ha **reintrodotto a partire dal 20 settembre 2013 e per un periodo sperimentale di quattro anni, la mediazione quale condizione di procedibilità** per le seguenti materie: condominio, diritti reali, divisione, successioni ereditarie, patti di famiglia, locazione, comodato, affitto di aziende, risarcimento del danno da responsabilità medica e, in aggiunta, sanitaria, risarcimento del danno da diffamazione con mezzo della stampa o con altro mezzo di pubblicità, contratti assicurativi, bancari e finanziari.

Rimane escluso dalla condizione di procedibilità il risarcimento del danno derivante dalla circolazione di veicoli e natanti.

La normativa fa comunque salva l'applicazione delle disposizioni che già disciplinano i procedimenti obbligatori di conciliazione e di mediazione comunque denominati e che, pertanto, sono esperiti in luogo di quelli previsti dal d.lgs. 28/2010 continuando ad essere disciplinate dalle disposizioni previgenti in tema di conciliazione.

In particolare:

- in materia di telecomunicazioni (delibera n.173/07/CONS e relativo regolamento)
- in materia di subfornitura (legge 18/06/1998, n. 192)

3.2.2 Arbitrato

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

3.2.3 Registro Informatico dei Protesti cambiari

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

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

Iscrizioni e Cancellazioni dall'elenco dei protesti cambiari		
	2013	2014
Iscrizioni	4.229	2.010
Cancellazioni	162	513

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 prezzi 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.

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		
	2013	2014
Bacino utenti	4.500	4500
Controllo produzione ditte orafe	2	1
N. sopralluoghi presso il domicilio degli utenti per la verifica periodica degli strumenti metrici	2.525	1.797
N. marchi d'identificazione per la punzonatura dei metalli preziosi	15	14
<ul style="list-style-type: none"> • Nuove concessioni • Rinnovi 	0	0
	15	14

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		
	2013	2014
Accessi funzionario camerale	5	9

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 Ordinanze (ex UPICA) eseguite		
	2013	2014
N. Ordinanze gestite sui PVA pervenuti	608	186

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.

La crescente valenza strategica della proprietà industriale in un mercato sempre più globalizzato ha indotto il sistema camerale tutto e la Camera di Commercio di Viterbo ad un potenziamento dei servizi offerti.

Una Guida pratica al deposito di Marchi e Brevetti pubblicata nella versione aggiornata nel 2013 si rivela uno strumento agile ed esaustivo per imprese e professionisti introducendoli alla scoperta delle differenze tra proprietà industriale e diritto d'autore, all'individuazione delle classificazioni per tutelare invenzioni e immagine aziendale, alla pratica per conseguire con successo la registrazione di marchi e brevetti in Italia e all'estero.

Sono inoltre normalmente organizzate giornate dedicate alla consulenza specializzata sui brevetti e i segni distintivi quali strumenti per l'innovazione e la competitività.

Nel 2014 sono state complessivamente 6 le giornate dedicate a questo "sportello" da cui sono emerse le seguenti principali tematiche di interesse:

- Opposizione su marchi comunitari depositati;
- Modalità di estensione di brevetto europeo;
- Soluzioni da adottare a seguito di appropriazione di modello utilità da parte di una impresa;
- Brevettabilità di nuovi trovati.

Deposito Marchi e Brevetti		
	2013	2014
<i>Modelli di utilità</i>	7	8
<i>Marchi</i>	213	194
<i>Disegni e modelli</i>	8	19
<i>Istanze varie</i>	14	4
<i>Invenzioni</i>	9	6
<i>Annotazioni</i>	3	4
<i>Trascrizioni</i>	2	11
<i>N. informazioni rilasciate presso il PIP</i>	495	600

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 Ce.F.A.S. 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.

Nel 2014 è proseguita l'attività di Sportello finalizzata alla individuazione dei fabbisogni e delle criticità afferenti l'efficientamento energetico e le fonti di energia rinnovabile.

In particolare è stato gestito il bando “Tuscia Sostenibile-azioni per il risparmio energetico” al quale sono state ammesse 11 imprese, prevedendo la loro partecipazione ad interventi formativi e l'erogazione di voucher per interventi di efficientamento energetico.

Sono inoltre stati realizzati con il CIRDER (struttura che opera in convenzione con CeFAS) 3 workshop formativi cui hanno partecipato complessivamente 26 imprese sui seguenti temi:

- L'analisi energetica e gli interventi di efficientamento e la certificazione energetica;
- Gli impianti fotovoltaici e i sistemi di illuminazione a LED;
- Interventi per l'efficientamento energetico e gli impianti termici industriali.

Sono proseguite altresì le attività legate alle iniziative di supporto alle filiere del castagno e nocciolo.

In particolare è stato organizzato il **VI Convegno nazionale sul Castagno** e sono stati pubblicati 60 abstract scientifici del Convegno nel I° numero 2014 della rivista scientifica di Corylus & Co.

Anche il tavolo tecnico istituzionale sulle problematiche della castanicoltura della provincia di Viterbo, insediato presso la Camera di Commercio nel 2012 in risposta alle sollecitazioni pervenute dalle amministrazioni locali e dalle rappresentanze datoriali dell'agricoltura ha regolarmente proseguito l'attività dedicando particolare attenzione agli aspetti del monitoraggio dei fitofagi del castagno.

Complessivamente sono stati effettuati 10 controlli in campo di cui 6 hanno riguardato la presenza della Pammene Fasciana e 5 la presenza della Cydia fagiglandana. Le risultanze dei monitoraggi sono state inserite in bollettini inviati al Ministero delle Politiche Agricole, alla Regione Lazio – Servizio Fitosanitario, alla Provincia di Viterbo, a tutte le Amministrazioni Comunali castanicole dei Monti Cimini nonché alle Associazioni datoriali agricole della provincia.

3.3.3 Certificazioni di Qualità e Ambientali

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 e Gestione ambientale, EMAS 2, SOA, OHSAS 18001, ISO 9001 | - 22000:2005 – 22005:2008, Coc e per la predisposizione del piano di controllo per la produzione di fabbrica.

Incentivi erogati nel 2014		
Tipo incentivo	Imprese beneficiarie	Importo (in Euro)
ISO 9001	21	61.019,45
SOA	42	84.000,00
FPC (Piano di controllo produzione di fabbrica)	3	1.549,60
OHSAS 18001	13	52.664,75
CoC	2	4.433,18
ISO 22051-22000	2	7.126,54
Totale	83	210.793,52

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 prevalentemente 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 2014 è stato realizzato il progetto "**Scuola ed Impresa, insieme per crescere e mettersi alla prova**", operante all'interno dell'iniziativa di sistema promossa da Unioncamere "Sviluppare le funzioni e attuazione gli accordi di cooperazione in materia di alternanza, competenze e orientamento" che punta a sostenere le politiche per l'occupazione, promuovere l'imprenditorialità e il dialogo scuola-impresa.

Sono stati realizzati 56 incontri relativamente alle aree di intervento Coaching, Economia del territorio e Green economy con un coinvolgimento totale di n. **1380 studenti**.

Definite in collaborazione con ITS Agro –Alimentare e Servizi alle imprese **28 attività di stage presso imprese e Amministrazioni**.

Realizzati **66 Job Day** con il coinvolgimento di **44 imprese**.

In una fase di contrazione dell'occupazione, soprattutto giovanile, laddove dalle statistiche emerge che l'autoimprenditorialità si profila come una valida opportunità occupazionale progetti come quello realizzato dall'Ente assumono rilevanza fondamentale al fine di consolidare il legame del mondo economico con la scuola, valorizzare la funzione formativa delle imprese e stimolare l'imprenditoria giovanile che può rappresentare un importante motore di sviluppo per il sistema economico locale e offrire una spinta innovativa per tutto il sistema economico.

3.4.1 Formazione professionale, sostegno e promozione di impresa

La Camera di Commercio di Viterbo, con il supporto operativo del Ce.F.A.S 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.).

In continuità rispetto a quanto già attuato negli anni precedenti, è proseguita la gestione di uno sportello di prima informazione e orientamento a cui si è affiancata una più specifica attività di assistenza e tutoraggio personalizzate (incontri one to one) e di incontri seminari su tematiche strettamente connesse alla creazione e gestione d'impresa, con sessioni dedicate in particolare allo sviluppo delle competenze commerciali, all'accesso ad innovative formule di credito e alle aggregazioni di impresa (reti)

E' stata realizzata un'azione di **tutoraggio** rivolta complessivamente a **39 imprese** di cui 22 nuove per 50 giornate di tutoraggio complessive.

E' stata inoltre realizzata la seconda edizione del **progetto S.I.R.N.I. - Servizi integrati reali per la nuova imprenditorialità** che ha puntato principalmente a **sostenere l'autoimprenditorialità**, la **creazione di nuove imprese**, lo sviluppo del **micro credito** per offrire accanto a servizi di natura reale anche servizi di natura "finanziaria" per facilitare l'accesso alle fonti di finanziamento.

Sono state realizzate specifiche attività formative a favore dei destinatari del progetto selezionati dalla Camera di Commercio di Viterbo ed è stato emanato un **bando diretto a garantire servizi reali e finanziari nei confronti di 15 beneficiari**.

Sono stati stipulati protocolli d'intesa con i Confidi locali con la finalità di pervenire alla erogazione di alcuni servizi inerenti il micro credito da erogare ai beneficiari del progetto.

A conclusione del percorso formativo i candidati sono stati ulteriormente affiancati nella costituzione di impresa a seguito della quale sono stati erogati incentivi finanziari sia direttamente dall'Ente che per il tramite dei Confidi locali.

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.

Il nuovo Comitato, insediatosi nel 2012, presieduto da Serenella Papalini, ha da subito definito 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.

Nel corso del 2014 sono stati organizzati in collaborazione con Bic Lazio 3 corsi di formazione:

- Business & SN (per imprenditrici)
- Focus Orienta (per aspiranti imprenditrici).
- Ricrea il tuo Business (per imprenditrici).

Sono stati altresì organizzati e gestiti 2 Open Day "Donne che aiutano le donne".

Nell'ambito del progetto S.I.R.N.I. - Servizi Integrati Reali per la Nuova Imprenditorialità, giunto alla seconda annualità, sono stati realizzati interventi di formazione e supporto

imprenditoriale oltre ad azioni dirette ad attivare micro credito ed agevolazioni finanziarie, rivolto ad aspiranti imprenditori e neo imprenditori prevedendo una riserva a favore delle imprese femminili.

Sono state gestite le seguenti ulteriori iniziative:

- Evento moda “Made in Tuscia” diretto alla valorizzazione dei sistemi di qualità e di tracciabilità per la filiera della moda;
- Attivato il servizio di prima accoglienza sulla richiesta di informazioni su incentivi e finanziamenti alle donne per avviare un’impresa;
- Realizzata e pubblicata sul sito internet istituzionale della Camera di Commercio una brochure informativa attinente la composizione del Comitato Imprenditoria Femminile, le funzioni, gli obiettivi ed il programma di attività per l’anno 2014.

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

Il sostegno economico camerale per l’accesso al credito ha rappresentato una delle principali linee di intervento dell’Ente Camerale.

Per il 2014, anche in considerazione delle problematiche connesse all’accesso al credito per le imprese 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 esiste anche una specifica misura a supporto delle imprese in difficoltà a causa dei ritardati pagamenti della Pubblica Amministrazione.

Oltre all’espletamento delle attività connesse alla gestione della Convenzione, in materia creditizia, è stato gestito, attraverso apposito bando, il progetto promosso dal sistema camerale, SIRNI- Servizi Integrati Reali per la Nuova Imprenditorialità, avente lo scopo di sostenere e promuovere la creazione di nuove imprese attraverso un’offerta integrata di servizi reali accompagnati dall’attivazione di forme di microcredito, con il coinvolgimento dei Confidi, attraverso fondi di garanzia e contributi in c/interessi per finanziamenti.

3.6 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.

A confermare il livello qualitativo raggiunto dalle produzioni locali sono i risultati raggiunti dagli olii extravergine della Tuscia che nel 2014 si sono particolarmente distinti nell’edizione speciale del **Concorso regionale Orii del Lazio – Capolavori del gusto** nell’ambito del quale la provincia di Viterbo fa il pieno di premi grazie alle sue aziende che nonostante un’annata

fortemente caratterizzata dalle avversità atmosferiche, e non solo, hanno portato a casa ben dieci premi.

Spiccano in maniera particolare i premi assegnati nella categoria speciale **Latium Premium List Award**, alle imprese con una storia di eccellenza testimoniata da un'alta frequenza di premi conseguiti negli ultimi dieci anni, sia a livello regionale che nel concorso nazionale, a conferma del fatto che la qualità messa in campo dalle nostre imprese negli ultimi anni ha raggiunto livelli assolutamente importanti.

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"**.

3.6.1 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", "Nocciola Romana", "Patata dell'Alto Viterbese".

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.

La Tuscia Viterbese inoltre si fregia di diverse DOP e IGP nel settore vitivinicolo:

DOP settore vitivinicolo
Est! Est!! Est!!! di Montefiascone
Aleatico di Gradoli
Colli Etruschi Viterbesi
Tarquini
Vignanello
Orvieto
Cerveteri

IGP settore vitivinicolo
Civitella D'Agliano
Colli Cimini
Lazio

3.6.2 Albo Oliveti DOP Canino e DOP Tuscia

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

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

Albo oliveti DOP Canino		
	2013	2014
Iscrizioni	9	2
Consistenza iscritti	161	154
Ettari di terreno	468.68.79	469.55.86
Olio certificato (Q.li)	938,42	723,06
N. Campioni certificati	21	15

Albo oliveti DOP Tuscia		
	2013	2014
Iscrizioni	1	3
Consistenza iscritti	73	72
Ettari di terreno	279.24.02	285.85.66
Olio certificato (Q.li)	656,83	360,21
N. Campioni certificati	28	14

3.6.3 Albo Castagneti DOP Castagna di Vallerano, DOP Nocciola Romana e Patata IGP Alto Viterbese

L'Ente camerale svolge inoltre la funzione pubblica di controllo per i prodotti DOP relativi alla Castagna di Vallerano e alla Nocciola Romana, e per la Patata IGP dell'Alto Viterbese.

L'iscrizione dei terreni agli Albi pubblici relativi alle DOP e IGP di cui sopra è obbligatoria per la commercializzazione dei prodotti provenienti dai quei terreni che, rispettando i disciplinari di produzione, possono fregiarsi dei marchi DOP e IGP.

A seguito della sensibile riduzione della produzione collegata alla presenza del parassita Cinipide del Castagno e delle recenti misure fitosanitarie rese obbligatorie dalla Regione Lazio per combatterlo, nel mese di ottobre 2013 il MIPAAF, accogliendo le istanze dei produttori di cui la Camera di Commercio, quale Organismo di Controllo, unitamente alle Associazioni di Categoria interessate, si è fatta portavoce, ha disposto la temporanea sospensione del sistema dei controlli per la DOP "Castagna di Vallerano".

Albo Castagneti DOP Castagna di Vallerano		
	2013	2014
Iscrizioni	0	0
Consistenza iscritti	23	23
Ettari di terreno	39.00.87	39.00.87

Albo Nocciolati DOP Nocciola Romana	2013	2014
Iscrizioni	3	0
Consistenza iscritti	9	5
Ettari di terreno	46.97.98	7.95.09

Patata IGP Alto Viterbese	2013	2014
Iscrizioni	89	86
Consistenza iscritti	89	86
Ettari di terreno	219.35.85	352.70.24
Quintali di patate certificate	57.383,99	113.269,13
N. campioni certificati	16	31

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

3.7.1 Il progetto "Tuscia Welcome"

Il progetto nasce nell'anno 2009 con l'intento di 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.

Si tratta di un progetto che cresce e si consolida di anno in anno focalizzando l'attenzione sul turista in cerca di esperienze, arricchimento e memoria.

L'obiettivo è costituire una rete territoriale composta da strutture ricettive, operatori turistici, aziende agroalimentari, risorse artistico-culturali, eventi folcloristici ed istituzioni.

Le imprese aderenti al progetto fruiscono gratuitamente dei seguenti servizi:

- a) Pubblicazione della struttura sul sito internet TusciaWelcome.it, "Portale" sul turismo integrato e sostenibile della Tuscia Viterbese.
Nel portale, oltre le informazioni inerenti le strutture aderenti, è possibile reperire notizie sul territorio, news e calendario di eventi e/o iniziative di forte attrattività turistica, mappa virtuale e pacchetti turistici integrati proposte dalle stesse imprese visualizzabili anche nella pagina facebook e nel sito della singola struttura.

Al fine di favorire l'accesso ai turisti stranieri è disponibile anche la versione in lingua inglese e sono realizzate campagne di webmarketing finalizzate a comparire nelle prime posizioni dei motori di ricerca.

- b) Pubblicazione del widget contenente la segnalazione di eventi ed iniziative che si svolgono nel territorio della Tuscia Viterbese nel corso dell'anno;
- c) Partecipazione a specifici corsi di formazione e laboratori organizzati dall'Ente camerale su tematiche di particolare interesse per le imprese operanti nel settore.

- d) Inserzioni pubblicitarie su testate regionali e nazionali specializzate sul turismo, con cui veicolare il portale e le strutture ricettive in esso inserite;
- e) 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;
- f) Promozione delle strutture aderenti al progetto partecipanti ai workshop turistici proposti dalla Camera di Commercio.

Nel corso dell'anno l'Ente Camerale si è adoperato in particolare per stimolare la crescita quantitativa e qualitativa delle proposte turistiche integrate in occasione delle Feste del Vino, della Castagna e dell'Olio. I Comuni e le Associazioni Pro Loco sono stati invitati a sollecitare le imprese dei territori coinvolti nella ricerca di forme di collaborazione ed integrazione delle loro offerte utilizzando le Feste quale veicolo per la promozione non solo dei prodotti agroalimentari e artigianali tipici ma anche del territorio e delle sue attrattive.

Nel 2014 il numero delle strutture aderenti si è notevolmente incrementato raggiungendo le **151 unità con ulteriori 19 adesioni** rispetto alla precedente annualità. Nel corso dell'anno sono state proposte e pubblicate **54 offerte turistiche integrate e 48 pacchetti**.

Sette le aziende premiate per aver interpretato ed espresso nel modo migliore il concetto di turismo integrato mediante la migliore proposta di offerte e pacchetti turistici.

Si tratta di numeri progressivamente crescenti che anno dopo anno confermano la validità dell'idea progettuale e della strategia messa in campo dall'Ente, come confermano anche i risultati delle indagini di customer satisfaction condotte in corso d'anno.

3.7.2 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 2014 l'iniziativa ha visto il coinvolgimento di 18 Comuni di cui 8 per le Feste del Vino (Castiglione in Teverina, Civitella d'Agliano, Gradoli, Montefiascone, Tarquinia, Vignanello, Lubriano, Acquapendente), 6 per le Feste della Castagna, (Canepina, Caprarola, Latera, Soriano nel Cimino, Vallerano e Viterbo-San Martino al Cimino) 4 per le Feste dell'Olio (Blera, Canino, Gallese e Vignanello).

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 principali attività:

- Realizzazione e diffusione a livello provinciale e alle strutture di Tuscia Welcome dei materiali divulgativi: manifesti, locandine, pieghevoli;

- Affissione fissa manifesti e maxi poster su diversi formati a livello locale e sulla Metro di Roma;
- Interviste, redazionali e spot Radio diffusione regionale, Servizio per Geo & Geo per le Feste della Castagna;
- Elaborazione e pubblicazione inserzioni pubblicitarie e articoli pubbliredazionali su quotidiani e periodici locali, interregionali e nazionali;
- Banner pubblicitari su testate on line e locali e regionali e di settore, e su siti camerali;
- Pubblicazione contenuti e immagini dedicati sul portale tusciawelcome.it;
- Aggiornamento pagina Facebook di Tuscia Welcome con inserimenti di contenuti e immagini;
- Invio news da spazio Twitter di Tuscia Welcome.

3.7.3 Manifestazioni di promozione turistica

La Camera di Commercio vanta una pluriennale esperienza nella promozione della partecipazione delle imprese operanti nel settore alle manifestazioni di promozione turistica gestite a livello locale, regionale e nazionale, anche in compartecipazione ad altri Enti ed Organismi operanti sul territorio.

Tra le principali iniziative di promozione turistica organizzate dalla Regione Lazio e compartecipate da Unioncamere Lazio alle quali la Camera di Commercio ha aderito consentendo la presenza complessiva di **32 imprese** della Tuscia si annoverano la **BIT di Milano, il TTI di Rimini e il Buy Lazio**.

Dal **18 al 21 settembre** si è svolta la diciassettesima edizione del Workshop turistico internazionale **Buy Lazio**, organizzato da Unioncamere Lazio, Enit-Agenzia Nazionale del Turismo, Assessorato al Turismo della Regione Lazio, Camere di Commercio del Lazio e Associazioni di categoria del turismo, con il patrocinio del Ministero per gli Affari Regionali, il Turismo, e lo Sport e di Expo 2015.

La manifestazione, considerata dai *buyer* come l'evento regionale di riferimento per una conoscenza diretta dell'offerta turistica di qualità, rappresenta ormai da anni una piattaforma d'affari di alto profilo, in grado di andare incontro alle diverse esigenze dei mercati esteri.

Il Buy Lazio è una vetrina che permette di entrare in contatto in maniera mirata con potenziali acquirenti interessati alla loro offerta ricettiva. Inoltre si è rivelata una occasione straordinaria per promuovere il settore dell'ospitalità soprattutto in vista di **Expo 2015**.

Nell'ambito di tale manifestazione 85 buyer stranieri hanno incontrato 146 seller delle cinque province del Lazio, tra cui 18 della Tuscia.

L'evento, oltre al workshop, si è caratterizzato anche per attività di promozione diretta sul territorio attraverso visite guidate sia per gli operatori turistici provenienti da vari paesi europei sia per i giornalisti specializzati accreditati a seguire i lavori. Gli operatori esteri hanno potuto partecipare a 4 specifici tour organizzati nelle diverse province del Lazio durante i quali hanno avuto l'occasione di visitare, conoscere e apprezzare le maggiori attrattive del nostro territorio.

Nel Viterbese il tour, organizzato dalla Camera di Commercio in collaborazione con l'Assessorato al Turismo della Provincia e del Comune di Viterbo, si è focalizzato soprattutto sulla promozione dell'Alta Tuscia, area ricca di caratteristiche storiche, ambientali e culturali. Coinvolti i comuni di **Proceno, Acquapendente, Grotte di Castro, Bolsena e Piansano**, per terminare nella splendida **Villa Lante della Rovere di Bagnaia**.

3.8 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.**

3.8.1 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.

Lo Sportello Marchio Tuscia Viterbese, gestito dall'Ente Camerale in collaborazione con l'Azienda Speciale Ce.F.A.S. fornisce le necessarie informazioni alle imprese, supporta il Comitato di gestione e controllo sull'uso del Marchio e gestisce gli aspetti promozionali e di comunicazione.

Nel portale dedicato www.tusciaviterbese.it sono reperibili le informazioni sull'attività dello sportello, la documentazione inerente il Marchio, i prodotti e le aziende licenziatrici.

Il numero delle **imprese aderenti** al Marchio cresce di anno in anno e alla fine del 2014 si attesta a **216**.

La Camera di Commercio ha concentrato le proprie azioni prevalentemente nella promozione dei prodotti del marchio anche mediante la realizzazione di iniziative dedicate inserite all'interno di eventi più ampi che vedono il coinvolgimento delle altre istituzioni pubbliche ed enti privati operanti nella provincia:

- **Fiore della Tuscia, Caffèina, ARTI & MESTIERI NELLA TUSCIA**, sono tra le manifestazioni che la Camera di Commercio ha direttamente organizzato ovvero alle quali ha partecipato, al fine di valorizzare e promuovere i prodotti del marchio collettivo dall'agroalimentare all'artigianato artistico che si caratterizzano per l'allestimento di spazi dedicati all'esposizione e vendita delle eccellenze del territorio.

Con il patrocinio di Arsial, Slow Food e Touring Club l'Ente Camerale ha inoltre organizzato la seconda edizione di **"Piacere Etrusco"**, dedicato alla migliore produzione tipica enogastronomica e dell'artigianato artistico della provincia di Viterbo.

L'iniziativa si è svolta a Roma dal 21 novembre al 28 novembre 2014.

Inaugurata presso la Sala del Tempio di Adriano, per proseguire in una serie di appuntamenti di degustazione, in totale 30, nei più noti ristoranti, enoteche e botteghe del gusto della capitale, in cui protagonisti assoluti sono stati i produttori a Marchio Tuscia Viterbese di **olio, vino, formaggi, pane, legumi, salumi, carni, patate, miele, nocciole, dolci, vini, pesce di lago**. Sono state inoltre organizzate due intere giornate a **Eataly**, in collaborazione con **Slow Food Viterbo**, con **laboratori del gusto, banchi d'assaggio e show cooking**, gustosi incontri con i produttori e i cuochi dei ristoranti della Tuscia.

La **Città dell'Altra Economia** ha ospitato una giornata di incontri degustazione tra i produttori della Tuscia e gli operatori del settore della capitale, inoltre per l'intero periodo di svolgimento della manifestazione presso **Eataly** è stato allestito un corner di vendita dei prodotti della Tuscia Viterbese. La scelta di Eataly come location chiave della manifestazione risponde ad una precisa scelta della Camera di Commercio di Viterbo: quella di andare incontro ad un consumatore attento e capace di apprezzare la qualità del Made in Tuscia.

29 le aziende licenziatarie della Tuscia che hanno preso parte all'evento, oltre 7000 contatti, 8 giorni di appuntamenti in cui sono stati protagonisti assoluti i prodotti del Marchio conquistando la stima di tanti operatori enogastronomici che hanno apprezzato la qualità del progetto, delle location e dei prodotti divenendo loro stessi i primi testimonial della Tuscia e gettando le basi per future collaborazioni.

Ottimo anche l'impatto mediatico e grande apprezzamento per l'iniziativa anche da parte di molti produttori che hanno colto l'opportunità di entrare in contatto con chi potrebbe essere un futuro cliente.

Il paniere dei prodotti che possono fregiarsi del Marchio Collettivo Tuscia Viterbese è stato ulteriormente ampliato con l'adozione del **nuovo disciplinare dei "Prodotti ittici del lago di Bolsena"**.

Prodotti e servizi per i quali si può ottenere la licenza d'uso del Marchio Collettivo Tuscia:

- Artigianato Artistico Tradizionale
(metalli comuni, metalli pregiati-pietre, preziose-pietre dure-lavorazioni affini, legno e vetro)
- 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
- Prodotti ittici del lago di Bolsena
- Nocciola dei Cimini
- Ceramiche artistiche
- Vini DOC e IGT
- Prodotti Biologici
- Alberghi
- Ristoranti
- Agriturismo

3.8.2 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 2014 è stata gestita la presenza delle imprese alle seguenti manifestazioni:

Manifestazioni fieristiche nazionali 2014			
Fiere	Sede	Settore	N. aziende partecipanti
Big Blu	Roma	Nautica	4
Vinitaly	Verona	Agroalimentare	18
Fuorisalone 2014	Milano	Design	9
Olio in piazza	Roma	Agroalimentare	5
Cibus	Parma	Agroalimentare	9
Vinoforum	Roma	Agroalimentare	3
Festa dell'Altra Economia	Roma	Economia equa e solidale	2
Salone del Gusto	Torino	Agroalimentare	13
MOA Casa Autunno	Roma	Arredamento e design	29
Biolife	Bolzano	Biologico	1
Arti e Mestieri Expo	Roma	Agroalimentare e Artigianato	26
BIT (Borsa Internazionale del Turismo)	Milano	Turismo	6
TTI (Travel Trade Italia)	Rimini	Turismo	7
Buy Lazio	Rieti	Turismo	19

3.9 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 spaziano dalla prima informazione alla consulenza specialistica attraverso lo Sportello Specializzato per le Imprese esportatrici e gli operatori potenzialmente interessati ad operare sui mercati internazionali, la formazione, la promozione della 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.

Proprio per stimolare sempre più l'orientamento all'internazionalizzazione delle imprese del territorio, prosegue l'impegno dell'Ente Camerale nel 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.

Nell'anno 2014 hanno aderito al progetto 22 nuove imprese. Sono state complessivamente seguite 33 imprese di cui 11 partecipanti al progetto dal 2013. Delle 33 aziende seguite 11 hanno preso parte attivamente anche alle iniziative promozionali.

E' inoltre operativo lo sportello certificativo per le imprese della Tuscia attive per l'estero.

Nel 2013 è stato implementato il servizio di **richiesta on line dei certificati di origine** con consegna diretta in azienda. Il servizio, realizzato con la collaborazione di Infocamere, consente alle imprese localizzate nei comuni del distretto industriale di Civita Castellana, previo pagamento on line, di ricevere direttamente in Ufficio il certificato richiesto.

Nel 2014 sono stati **erogati complessivamente 1454 certificati di origine di cui 71 on line.**

Incoming e Manifestazioni fieristiche internazionali 2014			
Fiere/Incoming	Sede	Settore	N. aziende partecipanti
Baku Build	Azerbaijan	Edilizia	7
Summer Fancy Food	New York	Agroalimentare	2
The Big 5 Show	Dubai	Edilizia e Costruzioni	1
Lazio Deli2 B2B Incoming	Roma	Agroalimentare	2
Lusso in Russia	Kaliningrad, Sochi San Pietroburgo	Moda, arredo e abbigliamento	2
Progetto SIAFT V Edizione:			
B2B Incoming Wine	Chieti	Agroalimentare	3
B2B Incoming Oil	Campobasso	Agroalimentare	3
B2B Food	Fiuggi	Agroalimentare	2
B2B Turismo	Matera	Turismo	3

Attività formativa per l'internazionalizzazione 2014	
Iniziative seminari/workshop	N. aziende partecipanti
Focus Paese: Federazione Russa	21
Requisiti per l'export: focus sulle certificazioni agroalimentari	11

3.10 INFORMAZIONE ECONOMICA: CONTRIBUTO AL SISTEMA DELLA CONOSCENZA

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 nella predisposizione di servizi informativi quali il rapporto **Excelsior**, 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**.

Nel 2014, analogamente agli anni precedenti, 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 giugno è stato presentato il **14° Rapporto sull'Economia della Tuscia Viterbese**. Nel corso dell'evento sono stati presentati i principali dati macroeconomici della provincia di Viterbo per il 2013, rapportati con quelli regionali e nazionali, oltre **un'analisi economica degli ultimi 15 anni** il cui approfondimento è stato curato dall'Università degli Studi della Tuscia. Il Rapporto economico è stato ampiamente diffuso in diverse modalità, telematica, web e cartacea a tutti i possibili interessati, privati cittadini ed istituzioni pubbliche e private.

3.11 GOVERNARE IL TERRITORIO: COLLABORAZIONI CON LE ISTITUZIONI LOCALI

3.11.1 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 ALTRE AZIONI PER LA COLLETTIVITÀ

3.12.1 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

3.12.2 La rete e la digitalizzazione delle imprese

All'interno del piano "strategie e linee di sviluppo del sistema camerale per il periodo 2012-2015", la Camera di Commercio di Viterbo ha aderito alle progettualità messe in campo per il recupero del gap digitale tra le diverse aree del Paese, impegnandosi nella diffusione della cultura dell'innovazione digitale presso le micro e piccole imprese, attraverso un programma nazionale di informazione circa le nuove tecnologie e di sensibilizzazione all'impiego efficiente dei servizi ICT resi disponibili dalla banda larga. Allo stesso ambito di attività possono essere ricondotte a pieno titolo anche tutte le iniziative sviluppate negli ultimi anni nel campo della promozione dell'utilizzo di servizi ICT avanzati, in quanto importante fattore per la velocizzazione delle informazioni e, dunque, delle transazioni economiche fra le imprese.

In quest'ambito, negli ultimi 2 anni è stata sviluppata una serie di attività con la collaborazione di Google, finalizzate a favorire la digitalizzazione delle imprese operanti all'interno del distretto industriale di Civita Castellana e nei settori di produzione collegati alla tipicità del territorio, con particolare riferimento ai settori di punta del made in Italy e alle filiere caratterizzanti l'immagine della provincia compresa quella turistica nel rispetto di quanto indicato dall'agenda digitale europea. Il successo delle iniziative fino a oggi realizzate ("Distretti sul web" nel 2013 ed "Eccellenze in Digitale" nel 2014) è stato possibile anche grazie all'impegno profuso e le competenze di giovani talenti in uscita dai percorsi universitari.

Il progetto persegue quindi il duplice obiettivo di **favorire** la digitalizzazione dei territori e **contribuire** all'avvicinamento di giovani talenti altamente qualificati nel campo dell'ICT ai contesti aziendali, innalzando così la capacità innovativa e commerciale delle PMI italiane.

3.13 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 più rilevanti 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	2013	2014
Fondo Perequativo	161.965,30	157.390,29
Unioncamere	147.444,22	141.568,71
Unioncamere Lazio	176.454,64	169.882,45
Associazione Interregionale	5.002,28	5.017,05
Infocamere	29.855,00	30.024,00
Totale	520.721,44	503.882,50

3.14 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.

3.14.1 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;
- 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	
	Anno 2014
Quota media di retribuzione (euro)	30.697,59
Quota media di produttività (euro)	3.950,60
N. richieste di trasferimento ad altre amministrazioni	1

3.14.2 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 coerente con le funzioni istituzionali e obiettivi strategici e annuali delineati dagli Organi Istituzionali.

Dati sui corsi di formazione per il personale della Camera di Commercio		
	2013	2014
Risorse investite in formazione (euro)	6.502,50	7.950,00
N. corsi	17	10
N. partecipanti	78	77
N. ore di formazione	552	290

Aree tematiche dei corsi di formazione						
Area tematica	2013			2014		
	N. partecipanti	N. giornate	N. corsi	N. partecipanti	N. giornate	N. corsi
Giuridica	9	9	9	35	1	2
Organizzazione e personale	30	1	1	2	1	1
Manageriale	3	6	1			
Comunicazione	0	0	0			
Economia e finanza	1	1	1			
Controllo di Gestione	0	0	0			
Informatica e telematica	0	0	0	35	2	2
Linguistica	0	0	0			
Tecnico Specialistica	34	75	5	5	6	5
Totale	78	92	17	77	10	10

3.14.3 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.
- Gestendo le relazioni con gli stakeholder prevalentemente tramite Posta Elettronica Certificata (PEC) e/o Posta Elettronica Ordinaria (PEO), conseguendo risparmi consistenti sui costi di funzionamento;
- 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 camerali, la condivisione delle strategie dell'Ente, la conoscenza dei documenti inerenti la gestione del personale e le relazioni sindacali, a divulgare la rassegna stampa (appositamente scansionata), con riferimento alle tematiche di interesse per il tessuto socio-economico locale, nonché a consentire approfondimenti normativi.

3.15 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.

3.15.1 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.

3.15.2 Customer Relationship Management (CRM)

Il 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.

3.15.3 Il Bilancio Sociale e la Trasparenza

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.

Il Bilancio Sociale è uno degli strumenti attraverso i quali la Camera di Commercio attua i principi e persegue gli obiettivi in materia di "Trasparenza", già prima che il Legislatore

regolamentasse la materia e imponessi precisi obblighi di comunicazione ed accessibilità alle informazioni concernente la gestione della P.A.

La Trasparenza è infatti, prima che un obbligo di legge, un valore a cui da sempre si ispira l'attività dell'Ente.

Il sito internet istituzionale della Camera di Commercio contiene la sezione "Amministrazione Trasparente" in cui sono pubblicati i dati, i documenti e le informazioni richieste dalla legge e tutto ciò l'Ente ritiene opportuno ed utile al fine di migliorare il rapporto con i cittadini.

Ogni anno è celebrata la "Giornata della Trasparenza" quale momento per condividere con gli stakeholders il raggiungimento degli obiettivi programmatici di gestione, le difficoltà riscontrate e le opportunità sfruttate, l'efficacia con cui sono gestite le risorse economico finanziarie, la capacità di investimento, motivazione e valorizzazione del capitale umano, la propensione alla modernizzazione ed efficientamento dei servizi.

Il Bilancio Sociale 2014 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