



Camera di Commercio
Viterbo

BILANCIO SOCIALE 2013

Camera di Commercio di Viterbo
CAMERA DELLE ECONOMIE E DELLE IMPRESE

INDICE

INTRODUZIONE	3
NOTA METODOLOGICA	4
1 L'IDENTITÀ	
1.1 LA MISSIONE	7
1.2 I VALORI	7
1.3 GLI OBIETTIVI STRATEGICI	8
1.4 L'ASSETTO ISTITUZIONALE E ORGANIZZATIVO	9
1.5 IL SISTEMA CAMERALE	15
1.6 LA MAPPATURA DEGLI STAKEHOLDER	16
2 IL RENDICONTO ECONOMICO	
2.1 LA DESTINAZIONE DELLE RISORSE	19
3 LA RELAZIONE SOCIALE	
3.1 CAPACITÀ DI SERVIZIO PER IMPRESE E PROFESSIONISTI	27
3.2 REGOLAZIONE DEL MERCATO: TUTELA DI IMPRESE E CONSUMATORI	31
3.3 INNOVAZIONE: OPPORTUNITÀ DI CRESCITA PER LE IMPRESE	35
3.4 FORMAZIONE: SUPPORTO ALLE IMPRESE E AL MONDO DEL LAVORO	40
3.5 CONTRIBUTI E ACCESSO AL CREDITO: FACILITARE I RAPPORTI TRA IMPRESE E SISTEMA FINANZIARIO	43
3.6 CREAZIONE, SVILUPPO E CONTINUITÀ DELLE IMPRESE	44
3.7 AGROALIMENTARE: SERVIZI E PROGETTI PER ORIENTARE LE IMPRESE ALLA QUALITÀ	44
3.8 TURISMO: INIZIATIVE PER FAR CRESCERE LA CAPACITÀ DI ACCOGLIENZA DA PARTE DELLE IMPRESE	47
3.9 MARKETING TERRITORIALE E SVILUPPO LOCALE	51
3.10 INTERNAZIONALIZZAZIONE: PROIETTARE LE IMPRESE SUI MERCATI ESTERI	54
3.11 INFORMAZIONE ECONOMICA: CONTRIBUTO AL SISTEMA DELLA CONOSCENZA	58
3.12 GOVERNARE IL TERRITORIO: COLLABORAZIONI CON LE ISTITUZIONI LOCALI	60
3.13 ALTRE AZIONI PER LA COLLETTIVITÀ	60
3.14 AGIRE IN RETE: INIZIATIVE CONDIVISE CON IL SISTEMA CAMERALE	62
3.15 SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE DELLA CAMERA	62
3.16 COMUNICAZIONE, ATTIVITÀ TRASVERSALE PER GLI STAKEHOLDER	66

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 2013 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 2013, il documento è articolato in tre sezioni:

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

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

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

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

Analogamente agli anni precedenti, la stesura del documento ha visto il coinvolgimento pieno del personale camerale tutto e degli organi, Giunta e Consiglio, veri protagonisti del processo di rendicontazione e parti attive nella realizzazione delle varie fasi del progetto.

Il Segretario Generale
Francesco Monzillo



Camera di Commercio
Viterbo

1 L'IDENTITÀ

1.1 LA MISSIONE

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

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

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

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

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

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

Per il perseguimento delle proprie finalità istituzionali la Camera di Commercio di Viterbo ha costituito l’Azienda speciale 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

VALORI

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

1.3 GLI OBIETTIVI STRATEGICI

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

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

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

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

Per sostenere la competitività del sistema territoriale, la Camera di Commercio ha individuato i fattori che rappresentano il modello di sviluppo della provincia di Viterbo:

- **Qualità**
 - **Innovazione**
 - **Trasparenza**
 - **Aggregazione**
 - **Promozione**
 - **Attrazione di investimenti**
 - **Internazionalizzazione**
 - **Infrastrutture**
 - **Responsabilità e attenzione agli impatti sociali, ambientali e culturali delle attività economiche**
-

1.4 L'ASSETTO ISTITUZIONALE E ORGANIZZATIVO

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

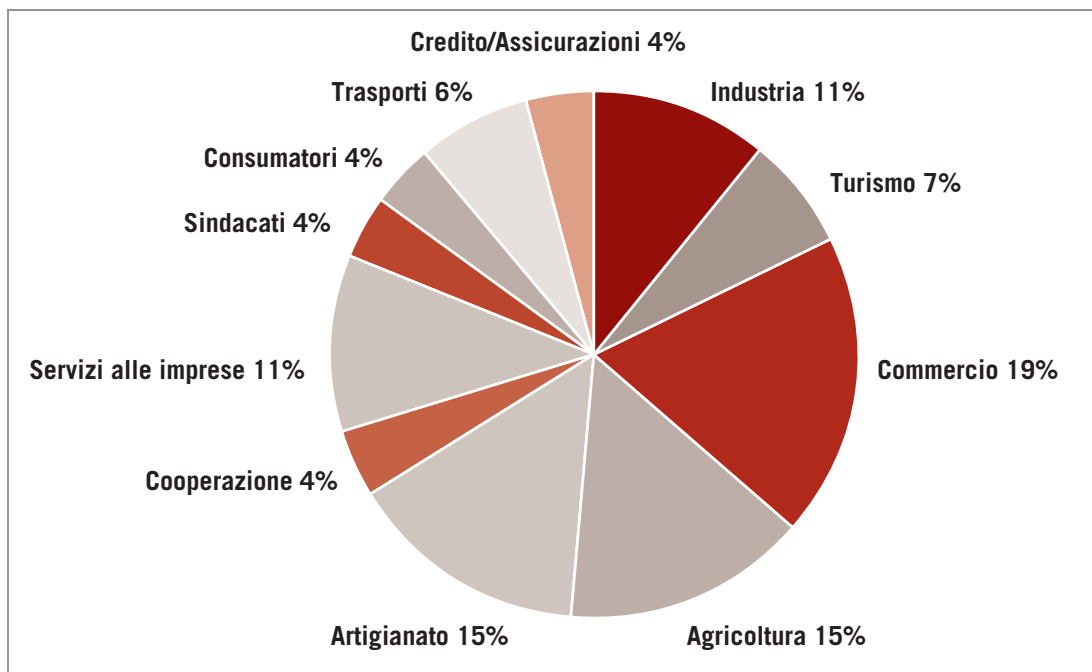
1.4.1 Il Consiglio camerale

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

Nel 2009 il Consiglio della Camera di Commercio di Viterbo è stato rinnovato con Decreto del Presidente della Regione Lazio n. T0366 del 3.6.2009. Si compone di 27 membri, così ripartiti al 31.12.2013:

SETTORE DI APPARTENENZA	CONSIGLIERI
Agricoltura	Andrea Renna, Petronio Coretti, Carlo Mariotti, Mauro Pacifici
Artigianato	Enio Gentili, Adalberto Meschini, Ferindo Palombella, Stefano Signori
Industria	Marco Giuliani, Rino Orsolini, Goffredo Ricci
Commercio	Franco Boccolini, Giulio Ceccarelli, Giovanni Mirulla, Vincenzo Peparello, Gaetano Picchioni
Cooperazione	Massimo Pelosi
Turismo	Antonia Biritognolo, Sergio Cesarini
Trasporti	David Delli Iaconi, Mario Zucca
Credito/Assicurazioni	Tito Nocentini
Servizi alle Imprese	Giuseppe Crea, Sergio Fornai, Domenico Merlani
Organizzazioni sindacali	Giancarlo Turchetti
Associazioni dei consumatori	Rosita Pelecca

RAPPRESENTAZIONE DEI SETTORI ECONOMICI NEL CONSIGLIO CAMERALE



1.4.2 La Giunta

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

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

Presidente	Ferindo Palombella
Vice-Presidente	Marco Giuliani
Componenti	Andrea Renna, Franco Boccolini, Petronio Coretti, Domenico Merlani, Adalberto Meschini, Rino Orsolini, Massimo Pelosi, Vincenzo Peparello

1.4.3 Il Presidente

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

1.4.4 Il Collegio dei Revisori dei conti

Anch'esso nominato dal Consiglio camerale, è composto da tre membri effettivi e da tre membri supplenti, designati rispettivamente dal Ministero dell'Economia e delle Finanze con funzioni di presidente, dal Ministero dello Sviluppo Economico e dal Presidente della Giunta Regionale.

Il Collegio collabora con il Consiglio nella funzione di controllo e indirizzo; esercita la vigilanza sulla regolarità contabile e finanziaria della gestione della Camera e attesta la corrispondenza del conto consuntivo alle risultanze della gestione.

Al 31 dicembre 2013 è così composto:

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

1.4.5 L'assetto organizzativo

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

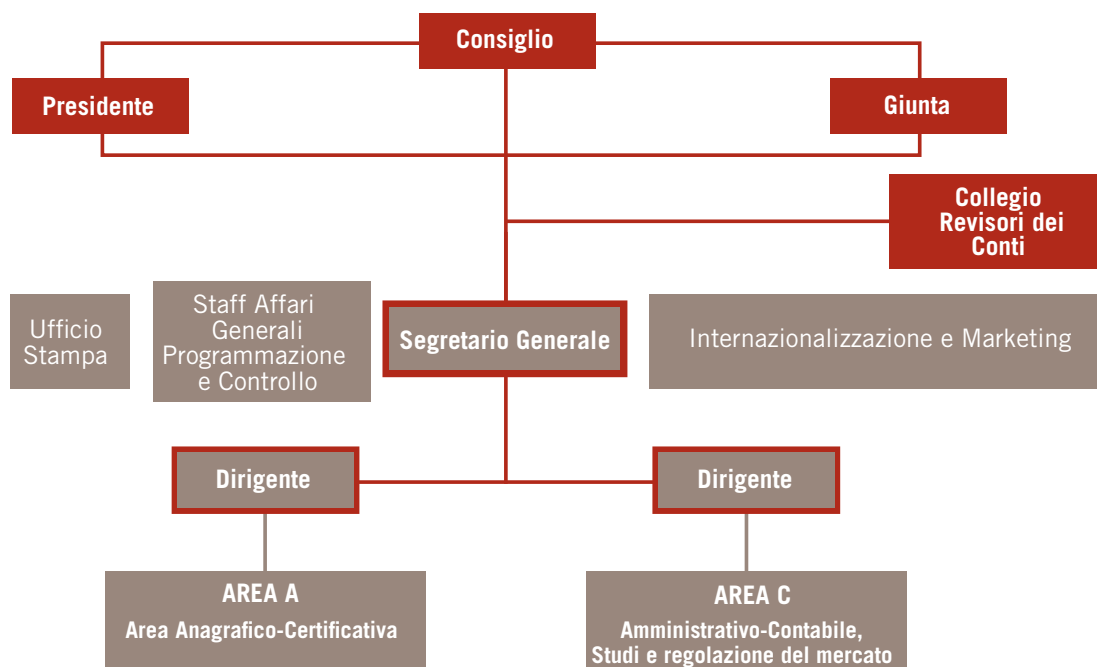
- **Area dirigenziale A “Area Anagrafico-Certificativa”**
- **Area Dirigenziale C “Area Amministrativo-Contabile, Studi e Regolazione del Mercato”**

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
----------------------------	--------------------

ORGANIGRAMMA DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI VITERBO



12

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:

Composizione del personale per qualifica professionale			
		2012	2013
CdC	Dirigenti	2	2
	Impiegati	57	58
	Totale	59	60
CeFAS	Impiegati	7	6
CeFAS	Totale	7	6

Composizione del personale per genere			
		2012	2013
CdC	Donne	32	33
	Uomini	27	27
	Totale	59	60
CeFAS	Donne	4	4
	Uomini	3	2
	Totale	7	6

Composizione del personale per classi di età													
		Fino a 19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	Oltre 65	Totale
2012	CdC	-	-	-	3	13	11	8	8	13	3	-	59
	CeFAS	-	-	-	-	-	1	1	3	2	-	-	7
	Totale	-	-	-	3	13	12	9	11	15	3	-	66
2013	CdC	-	-	-	2	9	11	11	11	9	6	1	60
	CeFAS	-	-	-	-	-	1	-	3	1	1	-	6
	Totale	-	-	-	2	9	12	11	14	10	7	-	66

Età media delle risorse umane		
	2012	2013
CdC	47,00	48,23
CeFAS	52,30	52,30

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

13

Composizione del personale per anzianità di servizio											
		0-5	6-10	11-15	16-20	21-25	26-30	31-35	36-40	> 40	Totale
2012	CdC	12	4	14	10	9	3	4	3	-	59
	CeFAS	1	1	1	-	1	2	1	-	-	7
	Totale	13	5	15	10	10	5	5	3	-	66
2013	CdC	13	4	13	10	9	3	4	3	-	60
	CeFAS	-	2	1	-	1	1	1	-	-	6
	Totale	13	6	14	10	10	4	5	3	-	66

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

Ripartizione del personale della Camera di Commercio per categoria professionale

		2012	2013
Impiegati	Categoria A	2	2
	Categoria B	1	1
	Categoria C	34	36
	Categoria D	20	19
Dirigenti		2	2
Totale		59	60

Composizione del personale per tipologia contrattuale

		A tempo indeterminato			A tempo determinato	Interinale	Altre tipologie
		full time	part time	Totale			
2012	CdC	58	1	59	15	-	2
	CeFAS	6	1	7	-	-	-
	Totale	64	2	66	15	-	2
2013	CdC	58	2	60	-	-	-
	CeFAS	5	1	6	-	-	-
	Totale	63	3	66	-	-	-

14

Composizione del personale per titolo di studio

		Scuola dell'obbligo	Licenza media superiore	Laurea	Totale
2012	CdC	8	25	29	59
	CeFAS	1	4	2	7
	Totale	9	26	31	66
2013	CdC	8	23	29	60
	CeFAS	0	4	2	6
	Totale	8	27	31	66

Per quanto concerne il titolo di studio, emerge complessivamente in maniera positiva una percentuale relativamente alta di laureati (48,33%), mentre il 38,33% è in possesso di licenza di scuola media superiore. Meno rilevante la presenza di operatori con il solo diploma di scuola dell'obbligo.

1.5 IL SISTEMA CAMERALE

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

Principali società del sistema locale partecipate dalla Camera di Commercio di Viterbo		
Società	Attività	Quota di partecipazione
Società Autostrada Tirrenica	Promozione e progettazione, costruzione ed esercizio di autostrade in concessione	0,0037%
Centro Ceramica Civita Castellana	Promozione di programmi di ricerca finalizzati all'innovazione tecnologica, promozione dell'attività di vendita dei prodotti, consulenza tecnico-organizzativa promozione della formazione professionale, a favore delle imprese del polo ceramico	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 promo-

nali, direttamente riconducibili alle iniziative dello Sportello Marchio Tuscia Viterbese;

- **assistenza tecnica, innovazione e trasferimento tecnologico, ricerca scientifica, consulenza** e quanto altro necessario per l'approfondimento e la divulgazione dei fenomeni che attengono allo sviluppo dei vari settori economici della provincia;
- **marketing territoriale** finalizzato alla diffusione e qualificazione degli strumenti di sviluppo e semplificazione amministrativa;
- **qualificazione, riqualificazione e sviluppo delle risorse umane** anche tramite implementazione di politiche attive del lavoro.

1.6 LA MAPPATURA DEGLI STAKEHOLDER

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





Camera di Commercio
Viterbo

2 Il Rendiconto economico

2.1 LA DESTINAZIONE DELLE RISORSE

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

Sono stati considerati i Conti economici della Camera e dell'Azienda speciale 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.

Principali grandezze del Conto economico consolidato della Camera di Commercio (CdC)		
	2012	2013
Proventi Gestione corrente CdC	8.198.281,00	8.111.938,00
Proventi Gestione corrente del CeFAS	337.241,00	368.780,00
Oneri Gestione corrente CdC al netto dei trasferimenti del CeFAS	-8.555.246,00	8.527.248,00
Oneri Gestione corrente CeFAS	-644.145,00	-589.423,00
Risultato Gestione corrente	-663.869,00	-635.953,00
Saldo poste straordinarie (CdC +CeFAS)	4.729,00	247.972,00
Saldo gestione finanziaria	5.695,00	6.848,00
Rettifiche di valore attività finanziaria	-15.007,00	-8.389,00
Risultato economico dell'esercizio	-668.453,00	-389.522,00

(Valori espressi in Euro)

Nell'esercizio 2013 si è registrato un risultato economico negativo di € 389.522,00 sensibilmente inferiore al disavanzo economico dell'anno 2012. Su tale differenza hanno inciso, in particolare, i proventi di natura straordinaria connessi all'emissione del ruolo del diritto annuale che ha comportato una rigerminazione delle sanzioni.

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 2013 tale grandezza è stata pari a 6,65 milioni di Euro con una riduzione del 4,8% rispetto all'anno precedente imputabile principalmente ad un incremento dell'accantonamento al Fondo Svalutazione Crediti da diritto annuale 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				
	2012		2013	
Diritto annuale (al netto accantonam. Fondo Svalutazione crediti)	4.605.151,00	65,86%	4.380.030,00	64,76%
Diritti di segreteria e oblazioni	1.081.718,00	15,47%	1.106.283,00	16,63%
Proventi da gestione di servizi	242.300,00	3,46%	174.045,00	2,62%
Contributi e trasferimenti	730.261,00	10,44%	628.702,00	9,45%
Ricavi propri CeFAS (al netto dei trasferimenti dalla CdC)	97.201,00	1,39%	185.988,00	2,80%
Altri proventi CeFAS	240.040,00	3,43%	240.040,00	3,43%
Variazioni rimanenze	- 4.724,00	- 0,05%	- 5.222,00	-
Valore globale della produzione	6.991.947,00	100%	6.652.618,00	100%

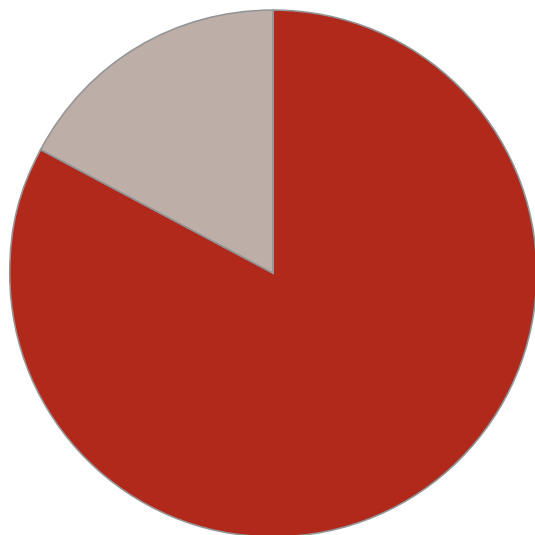
(Valori espressi in Euro)

Dal Valore globale della produzione si sottraggono i costi strutturali che non costituiscono remunerazione diretta per gli stakeholder esterni della Camera, ma servono al funzionamento interno della stessa. Si ottiene in tal modo il Valore aggiunto caratteristico lordo, relativo appunto alla gestione caratteristica dell'Ente, sommando al quale il saldo della gestione accessoria e straordinaria, si determina il Valore aggiunto globale lordo. Quest'ultimo rappresenta la ricchezza complessivamente prodotta dalla Camera e destinata ai propri interlocutori. Nell'esercizio 2013 tale valore ammonta a 5,49 milioni di Euro, facendo rilevare un incremento rispetto all'anno precedente del 6,40%. Tale dato evidenzia lo sforzo compiuto dall'Ente in termini di riduzione dei costi per il funzionamento della struttura, sforzo che ha consentito di compensare la riduzione del valore globale della produzione e di incrementare le risorse da destinare alla remunerazione dei propri stakeholder.

Il prospetto di produzione del Valore aggiunto			
	2012	2013	Variazioni 2012-13
Valore globale della produzione	6.991.947,00	6.652.618,00	-4,85%
Costi per funzionamento struttura	1.828.577,00	1.408.662,00	-22,86%
Valore aggiunto caratteristico lordo	5.163.370,00	5.243.856,00	1,56%
Saldo gestione accessoria	-5.816,00	1.001,00	-
Saldo gestione straordinaria	4.729,00	247.972,00	-
Saldo gestione accessoria e straordinaria	1.087,00	248.974,00	-
Valore aggiunto globale lordo	5.162.283,00	5.492.929,00	6,40%

(Valori espressi in Euro)

Valore aggiunto globale lordo rispetto al valore globale della produzione



 Valore aggiunto globale lordo	83%
 Costi strutturali +/- saldo gestione extracaratteristica	17%

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

	2012	2013	Variazione 2012-2013
Risorse per progetti e servizi	4.496.540,00	4.612.117,00	-2,57%
Remunerazione altri Enti del sistema camerale	577.996,00	527.417,00	+8,75%
Remunerazione della P.A. (Oneri fiscali)	497.473,00	509.034,00	+2,32%
Remunerazione capitale di credito	3.497,00	2.452,00	-29,88%
Remunerazione dell'Ente			
Risultato dell'esercizio (CdC+CeFAS)	-668.453,00	-389.522,00	
Ammortamenti (CdC+CeFAS)	255.230,00	231.431,00	
Totale	-413.223,00	-158.091,00	
Valore aggiunto globale lordo	5.162.283,00	5.492.929,00	-6,40%

(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 2013 a 4,6 milioni di Euro corrispondenti all'84% del Valore Aggiunto Globale Lordo con un incremento del 2,57% rispetto alle risorse impiegate nell'anno 2012 per la medesima finalità.

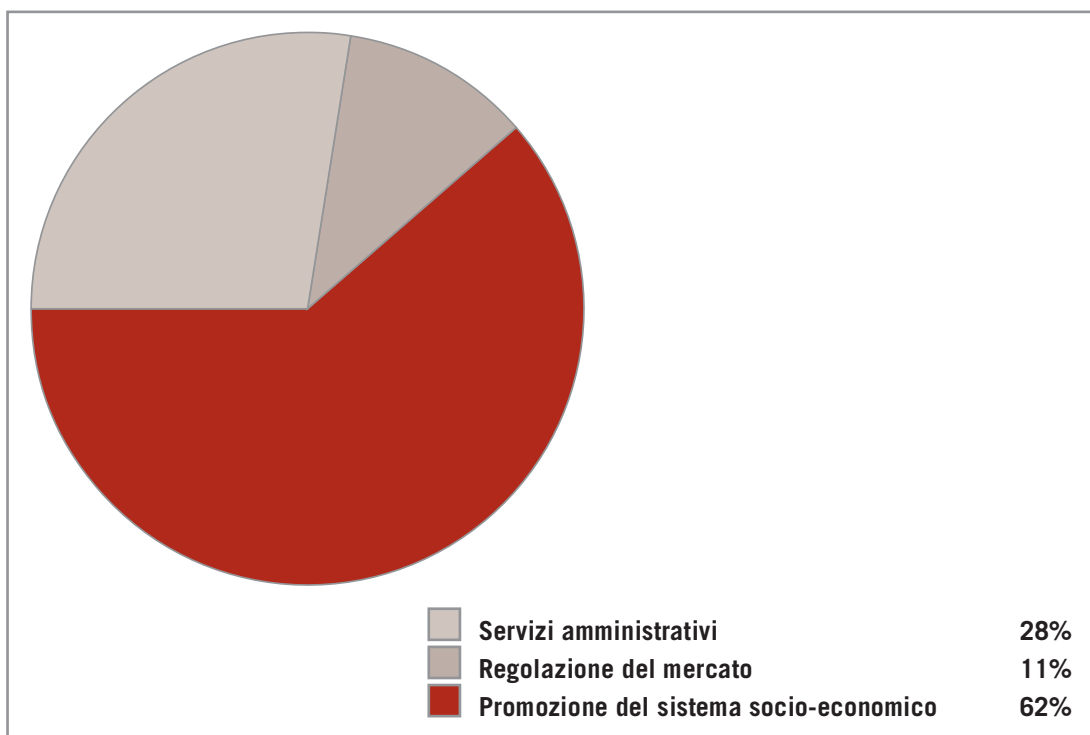
Dettaglio dei costi sostenuti per progetti e servizi nel 2013

	Risorse	Percentuale sulla remunerazione totale
Servizi amministrativi	1.277.011	27,69%
Regolazione del mercato	476.813	10,34%
Promozione del sistema socio-economico	2.858.293	61,97%
- Internazionalizzazione	366.261	
- Innovazione	230.375	
- Studi e informazione economica	141.397	
- Formazione, creazione sviluppo e continuità economica	353.965	
- Marketing territoriale e sviluppo locale	962.872	
- Infrastrutture	29.050	
- Accesso al credito, finanza e contributi per le imprese	532.424	
- Promozione del turismo	149.637	
- Comunicazione istituzionale	92.312	
Totale		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 (62%) e i servizi amministrativi (28%).

Nell'ambito delle iniziative di promozione del sistema socio-economico, si rileva una considerevole incidenza delle risorse destinate al marketing territoriale e sviluppo locale (34%), alla finanza e contributi per le imprese (19%), mentre risulta pressochè paritaria l'incidenza delle risorse destinate all'internazionalizzazione, ed alla formazione, creazione e sviluppo d'impresa.





Camera di Commercio
Viterbo

3 La Relazione sociale

3.1 CAPACITÀ DI SERVIZIO PER IMPRESE E PROFESSIONISTI

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

3.1.1 Registro delle Imprese

Il Registro delle Imprese costituisce l'anagrafe generale dell'imprenditoria provinciale dove vengono registrati i fatti e gli atti rilevanti di un'impresa: dalla nascita alla cessazione. È lo strumento tipico della pubblicità legale dell'impresa, con valenza economica e giuridica.

Il Registro è retto, sotto la vigilanza di un giudice nominato dal Tribunale, da un Conservatore individuato di norma nella figura del Segretario Generale.

Si articola in 6 sezioni:

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

Le principali attività dell'ufficio competente per la tenuta del Registro riguardano:

- la ricezione, ai fini della prevista iscrizione, dei principali documenti relativi alla vita delle società, quali gli statuti, gli atti costitutivi e modificativi, i bilanci annuali (per le società di capitali), ecc.;
- la ricezione, sempre ai fini della prevista iscrizione, di notizie inerenti fatti o atti afferenti la vita delle imprese individuali;
- l'archiviazione con il sistema ottico degli atti e dei documenti soggetti a deposito, iscrizione o annotazione nel Registro delle Imprese;
- il rilascio di visure e certificati;
- il rilascio di elenchi degli esercenti attività economiche;
- la bollatura e numerazione dei libri e delle scritture contabili.

Registro delle Imprese: dati generali

	2012	2013
Iscrizioni	2.360	2.321
Cessazioni/Variazioni	10.596	27.458
Totale imprese registrate	38.192	37.797
Visure presso Sportello	4.951	4.896
Certificati presso Sportello	2.808	1.117

Emerge un notevole incremento delle pratiche di modifica/cessazione motivata dal flusso delle domande di iscrizione degli indirizzi di posta elettronica certificata, adempimento a cui sono stati obbligati tutti gli imprenditori individuale con scadenza nel mese di settembre 2013.

L'anno 2013 è inoltre caratterizzato dalle istanze di registrazione alla speciale sezione del Repertorio Economico Amministrativo degli agenti di affari in mediazione e degli agenti e rappresentanti di commercio. In attuazione della Direttiva relativa ai Servizi sono infatti stati soppressi i ruoli e gli albi in cui erano precedentemente iscritti a seguito dell'accertamento dei requisiti professionali, ora certificati all'interno del Registro delle Imprese dalla sezione speciale del REA.

In continuità con l'andamento già registrato nel 2012 anche il 2013 conferma la progressiva riduzione del numero dei certificati erogati allo sportello da attribuirsi principalmente al processo di "decertificazione" in attuazione delle politiche di semplificazione della Pubblica Amministrazione.

Le Pubbliche Amministrazioni possono verificare i dati disponibili nel Registro delle Imprese che costituiscono oggetto delle dichiarazioni rese dai titolari/legali rappresentanti di impresa, collegandosi al portale "VerifichePA", reso disponibile, già nel 2012, da Unioncamere con il supporto tecnico di Infocamere proprio per rispondere alle esigenze conseguenti il processo di decertificazione.

È in ogni caso privilegiato l'uso della Posta Elettronica ordinaria o PEC in tutti i rapporti con le altre Pubbliche Amministrazioni, in particolare quelli finalizzati al reciproco scambio di informazioni.

L'introduzione dell'obbligo di iscrizione dell'indirizzo PEC a carico di tutte le imprese (individuali e società) ha inoltre agevolato il percorso intrapreso già da diversi anni dagli Uffici Camerali, ed in particolare dal Registro delle Imprese soprattutto per quanto concerne l'attività istruttoria correlata alle istanze di iscrizione/modifica e cancellazione, consentendo il totale dirottamento della corrispondenza sulla Posta Elettronica Certificata con conseguente risparmio di tempi e di costi, nell'ottica della semplificazione e dell'efficienza dei processi.

È oramai una costante degli ultimi anni l'attività di consulenza specifica sull'evoluzione normativa e sugli adempimenti amministrativi conseguenti che il Registro delle Imprese svolge nei confronti delle Associazioni di categoria, dei professionisti e delle imprese e che si traduce nella organizzazione di workshop, seminari e convegni.

Nel corso del 2013 tale attività si è concentrata prevalentemente sugli adempimenti inerenti lo Sportello Unico Attività Produttive. L'intersecarsi degli adempimenti

con il Registro delle Imprese, ha determinato infatti una stretta collaborazione del Registro Imprese anche su questo tema sviluppando una specifica attività di assistenza e consulenza non solo nei confronti di professionisti ed imprese ma anche dei Comuni rispetto ai quali si è avviato un percorso di implementazione della medesima piattaforma informatica per la gestione delle pratiche al fine di garantire la più ampia omogeneità delle procedure soprattutto a beneficio degli utenti.

Inoltre, in collaborazione con l'Ordine dei Dottori Commercialisti ed esperti contabili, e con l'Ordine degli Avvocati della provincia di Viterbo, è stato organizzato un seminario dal titolo "Camera di Commercio e Pubblica Amministrazione: legalità ed efficienza dai processi informatici e telematici".

Il seminario ha voluto porre sotto la lente di ingrandimento gli effetti che l'informatizzazione dei rapporti tra Pubbliche Amministrazioni e tra queste e l'utenza sta generando in termini di efficienza dell'azione amministrativa da un lato e miglioramento del grado di fiducia nell'azione pubblica, offrendo sempre maggiore spazio alla trasparenza e alla legalità dell'azione amministrativa.

3.1.2 L'Albo Imprese Artigiane

Su 37.797 imprese presenti nella provincia di Viterbo, il 21,15% appartiene al comparto artigiano. Si osserva un lieve calo delle iscrizioni, mentre consistente, seppure in calo rispetto al 2012, il numero delle cessazioni. Si registra conseguentemente un andamento continuamente decrescente del numero complessivo delle imprese iscritte all'albo delle imprese artigiane per cui si passa da 8142 a 7995 unità.

Principali indicatori riguardanti l'Albo delle Imprese Artigiane (AIA)		
	2012	2013
Iscrizioni	636	614
Cessazioni	691	761
Totale soggetti registrati nell'AIA	8.142	7.995

Dal 1° giugno 2013 anche l'Albo delle Imprese Artigiane ha previsto l'obbligo di presentazione delle pratiche di iscrizione, modifica e cancellazione esclusivamente in modalità telematica.

Nonostante l'assenza di una disposizione normativa regionale che estenda e coordini la disciplina della "Comunicazione Unica", prevista per gli adempimenti pubblicitari delle imprese non artigiane, anche alle imprese artigiane, al fine di eliminare storture e duplicazioni di adempimenti, quindi di costi per le imprese, e con lo scopo ultimo di semplificare e migliorare l'efficienza dei processi, con atto dirigenziale si è posto fine a questo vuoto normativo consentendo dunque anche alle imprese artigiane di rapportarsi con l'Ente Camerale esclusivamente in modalità telematica adempiendo a tutti gli obblighi pubblicitari previsti dalla legge con un'unica pratica.

3.1.3 Comunicazione Unica e Sportello Unico Attività Produttive

Nei Servizi Anagrafici (Registro Imprese e Albo Imprese Artigiane) è entrata a pieno regime la "Comunicazione Unica". Attiva dal 1° aprile 2010, consente di unificare in una sola pratica telematica gli adempimenti per l'avvio, la modifica e la cancellazione

dell'impresa, nei confronti dell'Agenzia delle Entrate, del Registro delle Imprese, dell'Inps e dell'Inail.

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

Con la Comunicazione Unica è di fatto sancito l'obbligo di utilizzazione del supporto informatico o della modalità telematica con firma digitale per gli adempimenti di competenza anche per gli imprenditori individuali.

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

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

In tema di semplificazione amministrativa 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 (circa 800.000 mensili).

Analizzando l'adesione dei Comuni al progetto SUAP si è potuto verificare un tasso di crescita annuale dell'8% dei Comuni gestiti dal Sistema Camerale con un conseguente incremento nell'uso della piattaforma informatica di front office.

Sono complessivamente raddoppiati i Comuni che hanno scelto di gestire il servizio aderendo alla convenzione proposta dal Sistema Camerale mediante la quale viene messa a disposizione un'unica piattaforma informatica che garantisce uniformità ed omogeneità degli adempimenti da parte delle imprese.

Lo Sportello Unico Attività Produttive è divenuto a livello provinciale una realtà presente nel 90% dei Comuni, di cui 5 delegati alla Camera di Commercio, su cui ricadono il 95% delle imprese (dati superiori al trend nazionale).

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

In particolare nel corso del 2013 è stato attivato un Help Desk per assistenza diretta ai Comuni e ad Enti terzi e sono stati realizzati diversi incontri con i referenti SUAP dei comuni della provincia.

- Fra le principali tematiche affrontate si segnalano:
- Lo stato di attuazione degli Sportelli Unici per le Attività Produttive;
- Software gestionale procedure SUAP
- Le novità introdotte dal DPR 1 agosto 2011 n. 151 nell'ambito della semplificazione dei procedimenti relativi alla prevenzione degli incendi

Lo stato di attuazione delle riforme di liberalizzazione e semplificazione.

- Le novità introdotte dal DPR 13 marzo 2013 n. 59 nell'ambito dell'autorizzazione unica ambientale 25 ottobre 2013.

3.1.4 Albi Ruoli e Registri

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

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

Con l'attuazione della Direttiva relativa ai servizi nel mercato interno che ha previsto una serie di semplificazioni amministrative per le imprese e per coloro che intendono intraprendere nuove attività di impresa, dal 12 maggio 2012 risultano definitivamente soppressi il ruolo Agenti e Rappresentanti di Commercio e il Ruolo Agenti Affari in Mediazione. È stata istituita una apposita sezione del REA in cui sono iscritti tutti coloro che sono in possesso dei requisiti professionali e morali previsti dalla legge per l'esercizio dell'attività.

Al 30 settembre 2013, termine ultimo entro il quale gli Agenti e Rappresentanti ed i Mediatori precedentemente iscritti nei rispettivi Albi e Ruoli avrebbero dovuto chiedere l'iscrizione nella sezione speciale REA, risultano iscritti 269 mediatori (20 sono stati cancellati per inadempienza) e 1088 agenti e rappresentanti (80 sono cancellati per inadempienza).

In corso d'anno è stata inoltre realizzata la revisione del ruolo dei conducenti non di linea, a seguito della quale risultano cancellate 118 posizioni.

Al 31 dicembre 2013 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				
	2012		2013	
	Iscrizioni	Iscritti	Iscrizioni	Iscritti
Ruolo conducenti non di linea	31	389	17	288
Ruolo periti ed esperti	7	233	8	238

3.2 REGOLAZIONE DEL MERCATO: TUTELA DI IMPRESE E CONSUMATORI

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

- promuove regole certe ed eque;
- vigila sulla correttezza dei comportamenti degli operatori;
- controlla la sicurezza e la conformità dei prodotti immessi sul mercato;
- esercita attività di controllo sui contratti;

- tutela la proprietà industriale;
- offre a imprese e consumatori la possibilità di risolvere le controversie in maniera semplice e veloce.

3.2.1 Conciliazione e Mediazione

La Camera di Commercio di Viterbo è abilitata a operare attraverso il proprio Organismo di Mediazione (iscrizione n. 72 al Registro degli Organismi di Mediazione presso il Ministero della Giustizia), per la risoluzione delle controversie civili e commerciali (D.Lgs. n. 28 del 4.3.2010). La normativa ha previsto l'obbligatorietà della mediazione prima di ricorrere alle tradizionali vie giudiziarie sulle seguenti materie: affitto di aziende; comodato; contratti assicurativi, bancari e finanziari; diritti reali; divisione; locazione; patti di famiglia; successioni ereditarie; risarcimento del danno derivante da diffamazione con il mezzo della stampa o con altro mezzo di pubblicità, responsabilità medica. Per le controversie in ambito condominiale e risarcimento danni causati da incidenti stradali o da circolazione di natanti l'obbligo è scattato dal 20 marzo 2012. Allo scopo di individuare un modello di riferimento da applicare a tutte le procedure di conciliazione camerale in materia di contratti assicurativi, risarcimento del danno derivante dalla circolazione di veicoli e natanti, risarcimento del danno derivante da responsabilità medica e telecomunicazioni, e avviare una collaborazione volta a contribuire alla diffusione della mediazione come strumento per l'effettiva tutela degli utenti e delle imprese del settore, la Camera di Commercio di Viterbo ha aderito ai protocolli d'intesa siglati tra ANIA, Agicom e Unioncamere, ha inoltre siglato una apposita convenzione con l'Ordine dei Medici della provincia di Viterbo.

Nel 2013 le pratiche di mediazione sono state 157 di cui 108 concluse.

Oltre la mediazione obbligatoria nelle materie di cui sopra, rimangono in essere le disposizioni che già disciplinano i procedimenti di Conciliazione inerenti le telecomunicazioni e la subfornitura, che continuano a essere regolamentati dalle disposizioni previgenti. Nell'anno 2013 sono state 22 le domande di conciliazione, di cui 14 concluse.

Il 30/5/2013 è stato approvato il nuovo regolamento di mediazione revisionato a seguito dell'adesione dell'Ente Camerale all'iniziativa promossa da Unioncamere mediante la quale si è voluto rilanciare l'istituto.

L'esigenza di apportare modifiche al vigente Regolamento nasce a seguito dell'emanazione della Sentenza della Corte Costituzionale n. 272, pubblicata sulla G.U. n. 49 del 12 dicembre 2012, che ha abrogato le norme relative alla obbligatorietà della mediazione, comportando una caduta verticale dell'attività, non solo a livello locale, ma su tutto il territorio nazionale.

Per cercare di arginare l'impatto fortemente negativo che la predetta sentenza ha avuto sullo strumento, si è quindi ritenuto necessario individuare azioni per rilanciare, a livello nazionale, i servizi di giustizia alternativa con particolare riguardo alla attività di mediazione, ormai entrata a pieno titolo tra le funzioni fondamentali delle Camere di Commercio.

La novità sostanziale è quella prevista al comma 1 dell'art. 7 Regolamento di Mediazione che introduce una "sessione preliminare informativa", completamente gra-

tuita per le parti le quali, partecipando alla stessa alla presenza di un mediatore, hanno la possibilità di saggiare la bontà dello strumento, e solo a conclusione dell'incontro, saranno liberi di valutare la possibilità di proseguire con il tentativo di mediazione, incardinando la procedura come di consueto.

È stata inoltre approvata la gratuità del servizio per il periodo della settimana della conciliazione (24/30 giugno) e per i mesi di luglio, agosto e settembre.

Domande per la risoluzione di controversie			
2012		2013	
Presentate	Concluse	Presentate	Concluse
327	318	179	122

Indicatori riguardanti lo Sportello di conciliazione		
	2012	2013
Procedure attivate	327	179
- di cui tra imprese	30	12
- di cui tra imprese e consumatori	84	97
- di cui tra privati	214	71
- di cui tra privati e enti vari	-	-
Procedure concluse	318	122
Valore medio controversie tra imprese	155.118,00	62.842,52
Valore medio controversie tra imprese e consumatori	243.757,00	39.459,58
Valore medio controversie tra privati	1.396.061,00	635.696,00
Valore medio controversie tra privati ed enti vari	-	-

Elenco Conciliatori		
	2012	2013
Iscritti	43	42

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 interlo-

cutori 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.

3.2.4 Ufficio Prezzi

La Camera di Commercio si occupa tradizionalmente della redazione mensile del listino dei prezzi all'ingrosso, nel quale vengono pubblicati i prezzi rilevati nella provincia di Viterbo e relativi ai prodotti afferenti vari settori economici. Le attività consistono in una sistematica raccolta dei prezzi di acquisto, vendita e uso di beni, materiali e immobili. Nella fattispecie esistono tre commissioni di esperti che si riuniscono mensilmente per determinare i prezzi di alcuni **prodotti agricoli, prodotti alimentari e prodotti legati all'edilizia**; i dati raccolti in commissione vengono integrati con quelli raccolti dall'Ufficio. Esiste anche una commissione per l'**Osservatorio immobiliare** che si riunisce ogni 6 mesi per fare il punto sul mercato immobiliare e pubblicare l'omonimo listino. Importante anche la rilevazione (prevista da una Circolare del Ministero delle Attività Produttive) quindicinale dei **prodotti petroliferi**, le cui risultanze, oltre a divenire parte integrante del listino prezzi mensile, costituiscono oggetto di certificazione per le oltre 15 imprese che commercializzano prodotti petroliferi nella provincia di Viterbo.

Nominativi inseriti e cancellati dall'Elenco protesti cambiari		
	2012	2013
Nominativi inseriti	4.876	4.229
Nominativi cancellati su istanza prima della scadenza quinquennale	392	162

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		
	2012	2013
Bacino utenti	5.549	4.500
Controllo produzione ditte orafe	4	2
N. sopralluoghi presso il domicilio degli utenti per la verifica periodica degli strumenti metrici	545	381
N. marchi d'identificazione per la punzonatura dei metalli preziosi	27	15
- Nuove concessioni	-	-
- Rinnovi	27	15

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		
	2012	2013
Accessi funzionario camerale	12	5

3.2.7 Ufficio Sanzioni

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

Elenco ispezioni e ordinanze (ex UPICA) eseguite		
	2011	2012
Ordinanze emesse	338	516
Ispezioni	62	11

3.3 INNOVAZIONE: OPPORTUNITÀ DI CRESCITA PER LE IMPRESE

3.3.1 Brevetti e Marchi

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

I brevetti, i marchi, il design di un prodotto, l'indicazione delle sue qualità e origi-

ni, 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.

Nel 2013 è stata pubblicata una nuova edizione della **Guida pratica al deposito di Marchi e Brevetti**, uno strumento agile e al tempo stesso esaustivo rivolto in modo particolare alle imprese e ai liberi professionisti.

La pubblicazione aggiornata secondo gli ultimi provvedimenti guida il lettore 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.

Con questo volume si arricchisce la collana di pubblicazioni che la Camera di Commercio di Viterbo realizza per la divulgazione e comunicazione dei servizi di maggiore interesse con cui si contribuisce ad elevare la cultura d'impresa e stimolare la crescita del territorio.

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.

Così nell'ambito del Progetto "Attività di supporto alle imprese sui temi della Proprietà Industriale", finanziato da Ministero dello Sviluppo Economico-Direzione Generale per la lotta alla contraffazione UIBM e Unioncamere, allo scopo di accrescere le competenze degli imprenditori e di quanti (professionisti, consulenti, ecc.) cooperano con le imprese in tema di tutela della proprietà industriale ed innovazione sono stati realizzati percorsi formativi ad hoc dedicati al personale camerale che ha potuto qualificare ed intensificare l'attività consulenziale e di assistenza in materia di marchi e brevetti.

Al fine di sensibilizzare ed informare imprenditori e professionisti sono inoltre stati organizzati workshop tematici sui **brevetti** e i **segni distintivi** quali strumenti per l'innovazione e la competitività:

1. Il marchio strumento per consolidare e rafforzare la presenza dell'impresa sul mercato nazionale, comunitario ed internazionale;
2. Come difendere efficacemente i propri prodotti: lotta alla contraffazione istruzioni per l'uso;
3. Strategie per la valorizzazione e la promozione dei prodotti agroalimentari: gli strumenti di tutela tra tradizione ed innovazione.

Deposito marchi e brevetti		
	2012	2013
Invenzioni	9	9
Modelli di utilità	10	7
Marchi	182	213
Marchi internazionali	-	2
Disegni e modelli	6	8
Istanze varie	22	14
Annotazioni	3	3
Trascrizioni	-	2
Totale	232	248
Informazioni rilasciate presso il PIP	400	495

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'**Euro-sportello** e lo **Sportello Innovazione** con la funzione di offrire al sistema delle imprese notizie e aggiornamenti sui principali strumenti di supporto alla crescita e allo sviluppo.

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

L'attività dello Sportello Innovazione nell'anno 2013 ha riguardato principalmente le iniziative riconducibili ai temi della sostenibilità ambientale e green economy, in continuità con la progettualità avviata nel 2011 "Tuscia Sostenibile".

La **GE** concerne *"un'economia che genera crescita, crea lavoro e sradica la povertà investendo e salvaguardando le risorse del capitale naturale da cui dipende la sopravvivenza del nostro pianeta"* (Com. 363/11, Commissione Europea, Bruxelles 2011) e tocca sia l'appartenenza di un'impresa a quei settori specifici definiti "ecologici", sia l'attuare tecnologie e azioni che minimizzino le esternalità negative della propria attività sull'ambiente.

Nell'ambito del Progetto *"Tuscia Sostenibile"* sono state realizzate varie iniziative, fra cui l'attivazione di un **Portale Web** gestito dal Ce.F.A.S, all'interno del quale trovano spazio realtà della provincia di Viterbo, private e pubbliche, che mettono in atto iniziative, progetti, innovazioni, sistemi gestionali e tecnologici riconducibili alla Responsabilità Sociale d'Impresa e/o alla *Green Economy*.

Il Portale *"Tuscia Sostenibile"* è pensato per essere luogo di scambio di buone pratiche tra imprese, realtà e organizzazioni del nostro territorio, al fine di favorire un mi-

glio sviluppo della Tuscia anche sotto l'aspetto etico, sociale, formativo, umano, relazionale e ambientale e di rappresentare una vetrina per coloro cui interessino i temi della RSI e della GE e come essi vengono attuati in concreto nella nostra provincia.

Al Portale hanno aderito in 51 realtà site in tutta la provincia e molto differenti fra loro, per settore d'attività (si spazia dal settore edile a quello agricolo, da società di servizi a realtà industriali e produttive e al comparto ceramico, dal mondo delle cooperative a quello dell'artigianato) e per dimensioni (si va da imprese individuali ad aziende con oltre 250 dipendenti).

Con il supporto dell'Università degli studi della Tuscia ed in collaborazione con l'Associazione Nazionale di Ingegneria Agraria, sono proseguite iniziative specifiche di informazione, formazione ed assistenza alle imprese con lo scopo di promuovere e consolidare la conoscenza sui temi dell'innovazione e della sostenibilità ambientale, due parole chiave per il futuro sviluppo economico e sociale.

In stretta collaborazione con il Dipartimento di scienze e tecnologie per l'Agricoltura, le Foreste, la Natura e l'Energia è stato organizzato il convegno internazionale dell'Associazione Italiana di Ingegneria Agraria (AIIA) che si è svolto dall'8 al 12 settembre presso il complesso di S.Maria in Gradi dell'Università della Tuscia. Si tratta di un evento che si tiene ogni 4 anni e che riunisce i maggiori esperti a livello nazionale di meccanica agraria, idraulica agraria e costruzioni rurali. Nel convegno sono stati trattati i problemi che deve affrontare la moderna agricoltura per lo sviluppo sostenibile e il trasferimento tecnologico. Dal titolo del convegno "Horizons in agricultural forestry and byosistem engineering" traspare l'indirizzo futuro di **HORIZON 2020**. Infatti uno degli obiettivi è quello di avviare o consolidare partenariati per la partecipazione al programma europeo. Le 12 grandi tematiche riguardano la filiera foresta-legno, l'idrologia e dinamica delle acque e dei sedimenti in bacini agricoli e di montagna, l'idraulica e i processi idromorfologici, l'informatica, l'automazione e l'agricoltura e silvicoltura di precisione, le strutture e tecnologie per la produzione zootecnica e quelle per le colture protette, le tecnologie per il post-raccolta, i macchinari per il settore agricolo e forestale, l'analisi, la modellazione e progettazione delle aree rurali alle fonti di energia rinnovabile, la pianificazione e gestione sostenibili delle risorse del suolo e dell'acqua, la salute, la sicurezza ed l'ergonomia.

Prosegue l'impegno dell'Ente rispetto al tema della valorizzazione delle colture della nocciola e del castagno due importanti peculiarità dell'agricoltura del Viterbese con rilevanza strategica per lo sviluppo economico della Tuscia.

Nell'ambito delle iniziative intraprese nel corso del 2013 senz'altro merita menzione l'avvio di un "Tavolo sui problemi della Castanicoltura" al quale partecipano, insieme all'Ente Camerale, i Comuni della provincia prevalentemente caratterizzati dalla coltura del castagno, le Associazioni degli Agricoltori, la Provincia, l'Arsial, il MiPAF e l'Università degli Studi della Tuscia.

Lo scopo del partenariato è quello affrontare e contribuire alla risoluzione dei problemi della castanicoltura. In particolare è stato realizzato un focus e avviato un piano di monitoraggio della Pammene Fasciana a seguito del quale sono stati pianificati interventi per controllare la diffusione del parassita che sta mettendo a serio rischio il futuro della castanicoltura nel nostro territorio.

Prosegue inoltre la raccolta dei contributi scientifici sul tema della corilicoltura e castanicoltura e la pubblicazione della rivista specialistica Corylus & Co.

3.3.3 Certificazioni di Qualità, Ambientali e Responsabilità Sociale

La Camera di Commercio sostiene e incentiva le imprese della provincia che introducono nella propria organizzazione sistemi aziendali di garanzia della qualità e di gestione aziendale, erogando nello specifico contributi a fondo perduto per l'acquisizione di Certificazioni di Qualità, Gestione ambientale, Responsabilità Sociale, EMAS 2, attestazioni SOA, OHSAS 18001 e per la predisposizione del piano di controllo per la produzione di fabbrica. Con apposito provvedimento dirigenziale, recependo le istanze palesate dalle imprese, è stato adottato il nuovo disciplinare dei Contributi prevedendo l'integrazione dei contributi per le seguenti ulteriori certificazioni:

- ISO 22000:2005;
- ISO 22005:2008;
- CoC

Incentivi erogati nel 2013		
Tipo incentivo	Imprese beneficiarie	Importo (in Euro)
ISO 9001	15	49.369,28
SOA	40	80.000,00
FPC (Piano di controllo produzione di fabbrica)	1	1.600,00
EMAS 2	5	20.975,20
Totale contributi	61	151,944,48

3.3.4 Sportello CSR-Responsabilità Sociale

La Responsabilità Sociale delle Imprese è l'integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate.

Essere socialmente responsabili significa non solo soddisfare pienamente gli obblighi di legge, ma andare oltre investendo di più e consapevolmente nel capitale umano, nell'ambiente e nei rapporti con le altre parti interessate. La letteratura economica e la pratica manageriale dimostrano come i risultati di un'impresa e le sue prospettive di successo dipendano sempre più dalla capacità della stessa di relazionarsi con le differenti categorie di stakeholder (portatori d'interesse) e di sviluppare quei valori intangibili come: innovazione, immagine, reputazione e disponibilità a contribuire direttamente al benessere sociale e della Comunità all'interno della quale si trova ad operare.

Si apre in tal modo una strada nuova che consente di gestire i cambiamenti e di conciliare l'incremento della competitività con lo sviluppo sociale, ambientale ed economico.

In questo scenario, la Camera di Commercio di Viterbo ha posto tra le priorità strategiche la realizzazione di azioni dirette alla diffusione della cultura del ruolo etico-so-

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

Nell'anno 2013 la campagna di sensibilizzazione sul tema della Responsabilità Sociale d'Impresa ha coinvolto complessivamente 45 aziende che hanno partecipato anche al progetto Tuscia Sostenibile collaborando alla raccolta e pubblicazione delle *best practice* nel portale.

È stata inoltre avviata la collaborazione con 2 aziende partecipanti al Premio 2012 per il supporto e l'assistenza per la redazione del Bilancio Sociale 2011 al fine di conferire alle imprese uno strumento per far conoscere la loro storia, i loro valori, la loro attenzione nei confronti delle risorse umane, del clima aziendale, dell'ambiente, della collettività e del territorio.

Nel 2013 hanno partecipato al bando per il Premio CSR 13 aziende. Il Premio è stato istituito dalla Camera di Commercio per promuovere e valorizzare le aziende della provincia di Viterbo che si sono distinte con comportamenti virtuosi tra cui **certificazioni di qualità, ambientali e sociali**, o per particolari investimenti su risorse umane, sull'ambiente, sulle relazioni sociali e sul territorio.

3.4 FORMAZIONE: SUPPORTO ALLE IMPRESE E AL MONDO DEL LAVORO

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

Tali attività, svolte sia direttamente dall'Ente camerale sia tramite l'Azienda Speciale CeFAS, si concretizzano nella realizzazione di seminari, stage e tirocini aziendali e nella promozione del raccordo tra il sistema scolastico e le imprese attraverso esperienze di alternanza scuola-lavoro.

Nel 2013 è stato realizzato il progetto "Scuola & Lavoro 2.0", operante all'interno dell'iniziativa di sistema promossa da Unioncamere "Sviluppo funzioni e attuazione accordi di cooperazione in materia di alternanza, formazione-lavoro, certificazione delle competenze, orientamento, diffusione della cultura tecnica e imprenditoriale" che punta a favorire la realizzazione di esperienze formative in contesti lavorativi internazionali, nei progetti di Alternanza Scuola-Lavoro.

Tramite l'Azienda Speciale Ce.F.A.S., la Camera di Commercio ha proposto agli studenti delle scuole medie superiori, università, IFTS e ITS presenti nella Tuscia una formazione sul campo consentendo agli studenti di cogliere gli insegnamenti pratici del mondo lavorativo e dell'impresa attraverso due differenti formule di orientamento al la-

voro: da un lato il Job Day, ovvero l'affiancamento per un giorno intero di un giovane al lavoratore in azione; dall'altro la partecipazione a stage in contesti lavorativi nazionali.

Il progetto ha visto il coinvolgimento complessivamente di 210 giovani studenti provenienti da 7 istituti superiori della provincia. 45 studenti hanno avuto la possibilità di vivere esperienze lavorative in aziende e istituzioni.

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

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

Corsi di Formazione professionale nel 2013			
Argomento	N. Corsi	Durata gg.	N. Partecip.
Corso di "Aggiornamento per i coordinatori della sicurezza per la progettazione e per l'esecuzione dei lavori ai sensi dell'All. XIV del D. Lgs. 81/2008"	1	5	19
Corso di "Aggiornamento per i coordinatori della sicurezza per la progettazione e per l'esecuzione dei lavori ai sensi dell'All. XIV del D. Lgs. 81/2008"	1	5	37
Corso "Competenze di base e trasversale I^ annualità"	3	30	22
Corso "Gli adempimenti formativi previsti dall'art. 37 del D. Lgs. 81/2008 e regolamentato dagli accordi Stato-Regioni del 21/12/2011" Formazione dei Lavoratori	1	2	34
Corso "Gli adempimenti formativi previsti dall'art. 37 del D. Lgs. 81/2008 e regolamentato dagli accordi Stato-Regioni del 21/12/2011" Formazione dei Dirigenti	1	4	1
Corso "Gli adempimenti formativi previsti dall'art. 37 del D. Lgs. 81/2008 e regolamentato dagli accordi Stato-Regioni del 21/12/2011" Formazione dei Lavoratori	2	8	63
Corso "Gestori delle Strutture Agrituristiche"	1	18	9
Corso "Gestione finanziaria per i progetti di Ricerca 7PQ: come sostenere un audit effettuato dalla CE"	1	2	9

Corsi di Formazione professionale nel 2013

Argomento	N. Corsi	Durata gg.	N. Partecip.
Corso "E commerce e web marketing"	1	3	7
Corso Mini Master: "Manager per i contratti di rete"	1	4	42
Corso di Alta Formazione su "Nuove Frontiere per i sistemi energetici"	1	3	16
Corso di "Lingua Inglese – Livello Autonomia"	1	4	7
Corso Competenze enogastronomiche sulla "Conoscenza e valorizzazione del patrimonio enogastronomico della Tuscia Viterbese"	1	2	21
Seminario "Lo stato di attuazione delle riforme di liberalizzazione e semplificazione"	2	2	97
Seminario "Riunione dei comuni su software gestionale procedure SUAP"	1	1	21
Seminario "Il Conto Termico: opportunità per le Pubbliche Amministrazioni"	1	1	7
Seminario "Le novità introdotte dal DPR 1 agosto 2011, n. 151 nell'ambito della semplificazione della disciplina dei procedimenti relativi alla prevenzione degli incendi"	1	1	37
Seminario "Lo stato di attuazione degli Sportelli Unici per le Attività Produttive"	2	2	70
Seminario "Lo stato di attuazione delle riforme di liberalizzazione e semplificazione. Le novità introdotte dal DPR 13 marzo 2013, n. 59 – Autorizzazione Unica Ambientale"	1	1	62

3.4.2 Comitato per la promozione dell'Imprenditoria femminile

La Camera di Commercio di Viterbo dal 1999 ha istituito il Comitato provinciale per la promozione dell'Imprenditoria femminile, il cui obiettivo è supportare le imprenditrici mediante specifica attività di formazione, agevolazioni finanziarie e la collaborazione con Enti pubblici e privati. Il Comitato è composto da dodici membri esponenti delle Associazioni di categoria e organismi impegnati nella promozione delle pari opportunità.

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

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

Negli obiettivi del Comitato anche la dichiarata necessità di intensificare le relazioni con le associazioni di categoria, le organizzazioni sindacali, le istituzioni locali e re-

gionali affinché si operi unitariamente per ridurre la discriminazione di genere e l'affermazione delle donne secondo il merito.

È stata da subito attivata la pagina facebook raggiungibile all'indirizzo web ww.facebook.com/ImprenditoriaFemminileViterbo, quale ulteriore possibilità di aprirsi al confronto e scambiarsi informazioni, che nel corso del 2013 ha registrato più di 8000 accessi.

Il programma delle iniziative formative/informative realizzate in corso d'anno che ha visto l'adesione complessiva di circa 300 partecipanti si è articolato come segue:

- Corso di inglese in modalità e-learning: "Easy English Study"
- Open Day – Donne che aiutano le donne
- Incontro sull'accesso al credito con Confidi Banche e ABI
- Web marketing e commercio elettronico per imprenditrici
- Innovazione e impresa femminile

In raccordo con Bic Lazio:

- Corso "Focus orienta"
- Corso di Web marketing "Le 5 chiavi del marketing per le PMI"

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

Il sostegno economico camerale per l'accesso al credito rappresenta una delle principali linee di intervento dell'Ente Camerale.

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

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

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

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.

Sostegno ai Consorzi fidi nel 2013

Contributi accordati	350.000,00
----------------------	------------

3.6 CREAZIONE, SVILUPPO E CONTINUITÀ DELLE IMPRESE

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).

Sono state complessivamente erogate 38 giornate di tutoraggio per un totale di 303 ore di intervento.

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

Nel 2013 i servizi offerti dallo sportello SPIV si sono arricchiti con l’attuazione del progetto “SIRNI Servizi integrati reali per la nuova imprenditorialità”, realizzato con il contributo dell’Unione Nazionale delle Camere di Commercio e del Ministero dello Sviluppo Economico, ed avviato in collaborazione con le Camere di Commercio di, Rieti, Campobasso, Frosinone, Isernia, Potenza, Viterbo e l’Unione Regionale Umbria.

Il percorso offerto agli aspiranti imprenditori si è articolato in una serie servizi reali che vanno dall’attività formativa (assessment dell’idea, ambiente e posizionamento, ascolto del mercato, Business Plan, strumenti di finanziamento, strumenti telematici innovativi per la gestione amministrativa, Web marketing, Social Media marketing, E-commerce ed approvvigionamento on line) all’assistenza alla predisposizione dei business plan delle singole iniziative imprenditoriali.

Accanto ai servizi di natura “reale” sono state attivate forme di microcredito, con il coinvolgimento dei Confidi, attraverso fondi di garanzia e contributi in c/interessi per finanziamenti.

Nel 2013 sono state assistite complessivamente 52 aziende. Di queste, 18 sono imprese nuove che hanno chiesto per la prima volta di beneficiare del Progetto Sostegno e Promozione d’Impresa.

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

Il comparto agroalimentare costituisce una parte importantissima dell’economia viterbese, con specializzazioni, soprattutto nella produzione di vino e olio, ma anche pani

e formaggi come dimostrano i prestigiosi riconoscimenti ai prodotti delle aziende della Tuscia.

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

A confermare il livello qualitativo raggiunto dalle produzioni locali sono i risultati raggiunti dagli olii extravergine della Tuscia che nel 2013 si sono particolarmente distinti nell'ambito del concorso Regionale "Orii del Lazio" collezionando ben 13 premi e nell'ambito del concorso nazionale "Ercole Olivario" dove la DOP Canino "Cerosughero" si è aggiudicata il prestigioso premio "Amphora Olearia", a conferma del livello qualitativo raggiunto dalle produzioni locali.

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".

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

Est! Est!! Est!!! di Montefiascone

Aleatico di Gradoli

Colli Etruschi Viterbesi

Tarquinia

Vignanello

Orvieto

Cerveteri

45

VINI AD INDICAZIONE GEOGRAFICA PROTETTA

Civitella D'Agliano

Colli Cimini

Lazio

3.7.1 Organismo di controllo per le DOP

La normativa comunitaria prevede che le produzioni delle DOP (Denominazione di Origine Protetta) e IGP (Indicazione Geografica Protetta), che nel settore vitivinicolo ammette l'utilizzo anche degli acronimi DOC e IGT, siano certificate da un Organismo di Controllo, pubblico o privato autorizzato dal Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, al fine di verificare che la filiera produttiva sia rispondente al relativo disciplinare di produzione e consentire alle aziende l'utilizzo della denominazione.

La Camera di Commercio di Viterbo è stata designata quale Organismo di Controllo delle seguenti DOP:

- **settore olivicolo**
"Canino" e "Tuscia".
- **altri prodotti agroalimentari**
"Castagna di Vallerano" e "Nocciola Romana".

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

Si arricchisce il paniere dei prodotti agroalimentari che nella Tuscia possono fregiarsi di una protezione di qualità riconosciuta, oltre all'olio DOP Canino e Tuscia, la DOP Nocciola Romana e la DOP Castagna di Vallerano anche la patata dell'Alto Viterbese

Con decreto del 23 ottobre 2012 il Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e forestali ha riconosciuto la protezione a titolo transitorio a livello nazionale alla denominazione "Patata dell'Alto Viterbese".

Il Ministero, con decreto dirigenziale del 30/4/2013, ha designato la Camera di commercio di Viterbo quale autorità pubblica di controllo per la suddetta denominazione riservata al prodotto ottenuto in conformità al disciplinare di produzione consultabile, unitamente al piano di controllo, alla modulistica e al tariffario sul sito www.vt.cam-com.it.

Nel 2013 sono state verificate le condizioni di conformità al disciplinare di produzione, a **89 aziende agricole** iscritte come produttori della Patata IGP dell'alto Viterbese e a **5 confezionatori**.

3.7.2 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.

Olio extravergine d'oliva DOP Canino		
	2012	2013
Iscrizioni - nuovi assoggettamenti	5	9
Consistenza iscritti	169	160
Ettari di terreno	510.05.95	468.59.79
Quantità prodotto certificato (Q.li)	1.084,10	797,48
N. campioni analizzati	24	21

Olio extravergine d'oliva DOP Tuscia		
	2012	2013
Iscrizioni - nuovi assoggettamenti	1	1
Consistenza iscritti	77	73
Ettari di terreno	325.73.85	279.24.02
Quantità prodotto certificato (Q.li)	572,24	656,10
N. campioni analizzati	22	28

3.7.3 Albo Castagneti DOP Castagna di Vallerano e DOP Nocciola Romana

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

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

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 nel 2013	
Iscrizioni	0
Consistenza iscritti	23
Ettari di terreno	39.00.87

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

Albo Nocciolati DOP Nocciola Romana nel 2013	
Iscrizioni	3
Consistenza iscritti	9
Ettari di terreno	46.97.98

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

3.8.1 Il progetto "Tuscia Welcome"

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

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'intento è quello di costituire una rete territoriale composta da strutture ricettive,

operatori turistici, aziende agroalimentari, risorse artistico-culturali, eventi folcloristici ed istituzioni.

Nel 2013 il numero delle strutture aderenti si è notevolmente incrementato passando da 91 del 2012 a 127, il doppio rispetto al 2009.

Nel mese di marzo 2013 è stato emanato il bando “Welcome in Tuscia” inerente la prosecuzione delle attività già avviate negli anni precedenti e finalizzate alla promozione del turismo integrato.

Il progetto offre gratuitamente alle strutture ricettive partecipanti i seguenti servizi:

a) **Inserimento nel portale TusciaWelcome.it**

“Portale” sul turismo integrato e sostenibile della Tuscia Viterbese all’interno del quale è possibile la consultazione diretta delle strutture ricettive aderenti al progetto suddivise per tipologia.

Il portale contiene inoltre notizie sul territorio, annuncio e calendario di eventi e/o iniziative di forte attrattività turistica, mappa virtuale e offerte di turismo integrato proposte dalle stesse strutture ricettive visualizzabili anche nella pagina facebook oltre che nel sito della singola struttura.

Al fine di favorire l’accesso di 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.

Azioni di web marketing per il portale “Welcome in Tuscia” in modo che possa collocarsi 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. In particolare nel 2013 sono state realizzate le seguenti iniziative:

- un corso di formazione sul turismo dal titolo “Virtual Team Working” con l’obiettivo di supportare i “gruppi” a diventare un “team virtuale”
- un seminario specialistico d’impresa sul turismo “Il mercato e il prodotto: fare la differenza”

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 ricettive** aderenti al Progetto partecipanti ai workshop turistici proposti dalla Camera di Commercio, tra cui: BTSA, VisiTuscia e Buy Lazio.

3.8.2 Coordinamento Feste del Vino, Castagna e Olio della Tuscia

L’Ente camerale gestisce un’attività progettuale diretta da anni alla promozione unitaria delle Feste che nella Tuscia sono dedicate alle produzioni vitivinicole, olivicole e

della castagna assumendone, in accordo con la Provincia di Viterbo, un ruolo di impulso, coordinamento e gestione, contribuendo a superare il carattere esclusivamente localistico delle manifestazioni, inserendo le stesse sotto l'egida del Marchio Collettivo Tuscia viterbese al fine della relativa connotazione quali eventi di dimensioni più ampie e di impatto notevolmente superiore.

Nel 2013 l'iniziativa ha visto il coinvolgimento di 18 Comuni di cui 7 per le Feste del Vino (Castiglione in Teverina, Civitella d'Agliano, Gradoli, Montefiascone, Tarquinia, Vignanello, Lubriano), 6 per le Feste della Castagna, (Canepina, Caprarola, Latera, Soriano nel Cimino, Vallerano e Viterbo-San Martino al Cimino) 5 per le Feste dell'Olio (Blera, Canino, Gallese, Vetralla 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 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 Sereno variabile e 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 camerati;
- 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.

In particolare le feste della Castagna hanno trovato spazio anche all'interno della trasmissione televisiva RAI "Sereno Variabile" offrendo l'occasione per conferire più ampia visibilità al territorio, alle sue tradizioni e ai prodotti tipici.

3.8.3 Manifestazioni locali e regionali di promozione turistica

BTSA, BUY LAZIO e VISITUSCIA sono le manifestazioni di promozione turistica gestite a livello locale e/o regionale rispetto alle quali la Camera di Commercio vanta una pluriennale presenza.

Sulla base del successo ottenuto nelle scorse edizioni, dal 2 al 5 marzo 2013, Viterbo ha ospitato la XIIIª edizione della manifestazione **BTSA - Borsa del Turismo Sociale** e Associato, che da anni rappresenta, nel segmento delle borse turistiche di prodotto

nazionale e internazionale, una delle manifestazioni più significative ed importanti sia per il numero di persone che coinvolge sia per il fatturato che produce, ma soprattutto, si impone all'attenzione degli operatori per il suo spiccato orientamento volto alla de-stagionalizzazione dei flussi turistici.

Sulla BTSA è stata espressa piena soddisfazione per il fatto che la Borsa rappresenta un momento unico e rilevante per entrare in contatto con l'industria turistica nazionale e internazionale e proporre così un'area come quella della Tuscia che, accanto alle valenze enogastronomiche, presenta un ricco calendario di eventi.

I numeri di questa edizione:

Hanno partecipato alla manifestazione **n. 37 operatori turistici della Tuscia Viterbese**, principalmente strutture ricettive, tra cui alcune partecipanti al progetto Tuscia Welcome e diverse aziende licenziatricie del Marchio Collettivo Tuscia Viterbese;

Hanno preso parte **n. 85 buyer tra italiani e stranieri** provenienti dai mercati stranieri Germania, Scandinavia, Inghilterra ed Est Europa (Polonia, Bulgaria, Ungheria) **e oltre 300 operatori dell'offerta nazionale, regionale e provinciale** in rappresentanza di circa 450 aziende.

I feedback della manifestazione evidenziano **ampia soddisfazione dei buyers soprattutto rispetto alla qualità del prodotto proposto**. Il 30% dei buyer ascoltati nella fase di monitoraggio ha espresso la volontà di inserire nella propria programmazione la Tuscia a partire dalla stagione primaverile 2014.

Dal 19 al 22 settembre 2013 si è tenuta a Viterbo, presso il palazzo dei Papi la sedicesima edizione del workshop turistico **Buy Lazio** organizzato da Unioncamere Lazio in collaborazione con Enit, Regione Lazio ed il pieno coinvolgimento delle Camere di Commercio del Lazio e le Associazioni di Categoria del Turismo del Comune e la Provincia di Viterbo.

Le aziende rappresentanti l'offerta turistica laziale che hanno partecipato sono state 144 in rappresentanza di circa 200 operatori, provenienti per il 56% da Roma e provincia ed il restante 44% dalle altre provincie laziali.

Per la provincia di Viterbo hanno partecipato 32 operatori di cui 22 tra gli aderenti al Progetto Tuscia Welcome, e licenziatari del Marchio Collettivo Tuscia Viterbese.

In totale 83 gli operatori europei ed una qualificata delegazione di operatori messicani che hanno incontrato i sellers laziali.

A fronte di circa 1800 incontri BtoB programmati, circa 2144 quelli realmente effettuati con una previsione di circa 420 futuri accordi e circa 180 accordi siglati.

Nel corso della manifestazione i buyers hanno avuto la possibilità di visitare i territori delle 5 provincie del Lazio partecipando a 5 diversi educational tour post workshop.

Il Buy Lazio si conferma una iniziativa all'insegna della concretezza, modello di eccellenza per lo sviluppo economico della regione, contribuisce a rafforzare l'immagine del territorio laziale e delle singole provincie, delle aziende che vi partecipano contribuendo al miglioramento del livello di offerta turistica della regione.

Il 3 dicembre si è conclusa la settima edizione di **Visituscia** organizzata dal CAT – Centro Assistenza Tecnica Sviluppo Imprese di Viterbo in collaborazione con la Camera di Commercio, il Comune di Viterbo, la Provincia di Viterbo, il patrocinio dell'Enit-Agenzia e la collaborazione delle principali Associazioni di Categoria.

Hanno partecipato oltre 60 imprese della Tuscia di cui oltre una decina imprese licenziatarie del Marchio Collettivo Tuscia Viterbese e aderenti al Progetto Tuscia Welcome, che hanno incontrato i buyers provenienti da Russia, Ucraina, Ungheria, Romania, Slovenia e Italia.

3.9 MARKETING TERRITORIALE E SVILUPPO LOCALE

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

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

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

3.9.1 Marchio Collettivo Tuscia Viterbese

La Camera di Commercio di Viterbo ha istituito il Marchio Collettivo Tuscia Viterbese per contraddistinguere e promuovere i prodotti tipici di qualità, elevandone la conoscenza e le opportunità commerciali per raggiungere mercati più vasti, anche internazionali, attraverso iniziative di comunicazione e marketing. L'adesione al Marchio è gratuita.

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

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

Il numero delle imprese aderenti al Marchio cresce di anno in anno e alla fine del 2013 si attesta a 231.

La Camera di Commercio ha concentrato le proprie azioni prevalentemente nelle seguenti aree di intervento:

1. **Marketing e Commercializzazione** al fine di migliorare il grado di penetrazione nel mercato dei prodotti delle aziende licenziatarie anche attraverso accordi con le aziende distributrici. In particolare con il **progetto GDO- COOP, dal 6 al 19 giugno e dal 4 al 17 luglio 2013** è stata sviluppata la promozione ed il consolidamento della presenza dei prodotti tipici della Tuscia all'interno dei quattro ipermercati ad insegna "Incoop" del Lazio.
2. **Formazione.** E' stato realizzato un ciclo di interventi seminariali denominato "Competenze di enogastronomia" a cui hanno partecipato operatori del settore della ristorazione e dell'accoglienza turistica. Il progetto formativo, realizzato con la collaborazione dell'Università della Tuscia, del MIPAAF e di rinomati esperti del

settore agroalimentare, è stato finalizzato a favorire una maggiore conoscenza dei prodotti a marchio Tuscia Viterbese e alla valorizzazione dei menù tipici realizzati anche con i prodotti a marchio.

3. Promozione dei prodotti del marchio anche mediante la realizzazione di iniziative di dedicate inserite all'interno di eventi più ampi che vedono il coinvolgimento delle altre istituzioni pubbliche ed enti privati operanti nella provincia:

“Fiordigusto” e “Profumi e Sapori”, “Natale a Km 0”, sono tra le iniziative volte a valorizzare e promuovere tutti i prodotti del marchio collettivo dall'agroalimentare all'artigianato artistico. Inserite all'interno della manifestazione florovivaistica “San pellegrino in Fiore” la prima, e dei festeggiamenti per Santa Rosa la seconda, e in occasione delle Festività natalizie la terza, si caratterizzano per l'allestimento di spazi dedicati all'esposizione e vendita delle eccellenze del territorio.

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

L'iniziativa si è svolta a Roma dal 22 novembre al 1 dicembre 2013. Inaugurata presso la Sala della Fortuna del Museo Etrusco di Villa Giulia, per proseguire in una serie di appuntamenti di degustazione, in totale 26, nei più noti ristoranti, enoteche e botteghe del gusto della capitale.

Per due consecutivi fine settimana è stata inoltre allestita una mostra mercato presso la Città dell'Altra Economia. L'evento si è concluso a Eataly con un'intera giornata dedicata ai laboratori didattici per i bambini, degustazioni guidate e show cooking.

Sono 55 le aziende licenziatarie della Tuscia che hanno preso parte all'evento e hanno promosso i loro prodotti e la loro attività: 18 aziende vinicole; 9 Olii extra vergine DOP Canino e Tuscia; 8 Prodotti Biologici; 5 Carni fresche e lavorate; 3 prodotti caseari; 3 pasticceria e prodotti da forno; 3 miele, 3 patata Alto Lazio; 3 ceramiche artistiche.

Complessivamente in 10 giorni oltre 5000 persone hanno preso parte attivamente agli 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.

È stata inoltre dedicata una intera puntata della trasmissione televisiva RAI “Linea Verde” alla Tuscia Viterbese, in occasione della quale è stato riservato ampio spazio ai prodotti enogastronomici e artigianali del Marchio Tuscia Viterbese nei servizi realizzati nel centro storico di Bolsena e a Tuscania presso la Boscato Etoile Academy.

La trasmissione ha costituito una importante opportunità per valorizzare le ec-

cellenze enogastronomiche, artistiche e paesaggistiche attraverso il mezzo televisivo, uno degli strumenti mediatici più efficaci per raggiungere un pubblico vasto.

Il paniere dei prodotti che possono fregiarsi del Marchio Collettivo Tuscia Viterbese è stato ulteriormente ampliato con l'adozione dei seguenti nuovi disciplinari:

- Prodotti biologici;
- Miele e prodotti apistici;
- Artigianato artistico tradizionale “Le lavorazioni del vetro”;
- I prodotti dell'Alta Tuscia (fagioli, ceci, lenticchie, aglio, farro);
- Nocciola dei Cimini.

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
- Nocciola dei Cimini
- Ceramiche artistiche
- Vini DOC e IGT
- Prodotti Biologici
- Alberghi
- Ristoranti
- Agriturismo

3.9.2 Manifestazioni fieristiche nazionali

La partecipazione alle fiere rappresenta per un'impresa una importante opportunità per affermarsi sui mercati italiani ed esteri. La Camera di Commercio di Viterbo ogni anno predispose un calendario di eventi relativi ai comparti turistico, agroalimentare e artigianale, favorendo condizioni vantaggiose e offrendo assistenza in fiera con proprio personale. Nel corso dell'anno 2013 è stata gestita la presenza delle imprese alle seguenti manifestazioni:

Manifestazioni fieristiche nazionali nel 2013			
Fiere	Sede	Settore	Az. partec.
Arti e Mestieri e Agroalimentare 12/15 Dic. 2013	Roma	Artigian. e Agroalim.	31
Big Blu Roma Sea Expo - Salone della Nautica e del Mare 20/24 febbraio 2013	Verona	Agroalimentare	3
Progetto GDO 6-19 giugno/4-17 luglio 2013	Lazio	Agroalimentare	30
Vinitaly 7-10 aprile 2013	Verona	Agroalimentare	14
Casaldea 20-28 aprile 2013	Roma	Arredo Casa	15
Moa Casa Autunno 26 Ott.-3 Nov. 2013	Roma	Artigianato	27
Olio in Piazza 4-5 maggio 2013	Roma	Agroalimentare	7
Cheese 2013 20-23 settembre 2013	Bra	Agroalimentare	2
Slow Fish 2013 9-12 maggio 2013	Genova	Agroalimentare	2
BTSA Borsa del Turismo Sociale ed Associato 2/5 marzo 2013	Viterbo	Turismo	37
BUY LAZIO 19/22 sett 2013	Viterbo	Turismo	32
Visituscia 29 novembre/3 dicembre 2013	Viterbo	Turismo	60

3.10 INTERNAZIONALIZZAZIONE: PROIETTARE LE IMPRESE SUI MERCATI ESTERI

La Camera di Commercio di Viterbo attribuisce una valenza strategica alle iniziative a favore delle imprese per la penetrazione dei mercati internazionali. In un contesto globalizzato come quello attuale, infatti, agevolare la presenza sui nuovi mercati può costituire un valido strumento per lo sviluppo delle imprese del territorio interessate.

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

È proseguito in continuità con quanto avviato nel 2012 il 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.

È stato inoltre rafforzato il ruolo dell'Ente Camerale quale Sportello Specia-

lizzato per le imprese esportatrici e per le imprese potenzialmente interessate ad operare sui mercati internazionali.

A tal fine assume particolare rilevanza la piattaforma “World pass”, la rete degli sportelli per l’export che offre alle imprese servizi di primo orientamento, informazione e assistenza sui temi legati al commercio estero e più opportunità di andare all’estero.

L’iniziativa che nasce dall’accordo siglato da Unioncamere con il Ministero dello Sviluppo Economico, mette in collegamento tutte le strutture che si occupano di promozione dell’internazionalizzazione.

Non manca l’attività formativa e di aggiornamento degli operatori economici che si sviluppa prevalentemente attraverso il ciclo di seminari “intformatevi”:

Iniziative seminariali per l'internazionalizzazione realizzate dalla Camera di Commercio nel 2013		
Titolo seminario	Data	N. partecipanti
Workshop “FOCUS Agroalimentare Canada”: Certificazioni per l’esportazione, strumenti operativi e normativi.	15.04.2013	51
Workshop “Innovazione pratica – la nuova cultura dell’internazionalizzazione ”	12.11.2013	30

3.10.1 Incoming e manifestazioni fieristiche

Sono state intraprese iniziative di valorizzazione delle peculiarità locali in particolare sui mercati europei (Germania, Francia, Regno Unito, Ucraina) e su Canada e Stati Uniti.

In particolare è stata gestita la partecipazione ad una missione imprenditoriale in Ucraina (Kiev) nel settore edilizia e costruzioni.

L’Ucraina è caratterizzata da un mercato in forte espansione in cui sono rintracciabili numerose opportunità di business anche grazie ad agevolazioni rese disponibili da specifici programmi governativi di stimolo e incentivanti il settore edilizio ed in particolare l’uso di tecnologie ecosostenibili.

Con questa missione sono stati favoriti la promozione e lo sviluppo delle 7 aziende della Tuscia Viterbese che si sono presentate a Kiev vantando il meglio dei prodotti del settore edile-costruzioni, che spazia dalla produzione di mobili e accessori da bagno alla realizzazione di arredi e allestimenti per interni ed esterni, dalla creazione di infissi e vetrate all’impiantistica elettrica civile ed industriale, dall’estrazione di pietre alla fabbricazione di prodotti finiti per l’edilizia.

I partecipanti hanno avuto modo di prendere parte anche a “Interbudexpo”, il principale evento fieristico ucraino internazionale del settore edile, dei materiali da costruzione, macchinari per l’edilizia, sistemi di climatizzazione, architettura paesaggistica, illuminazione e componenti, svoltosi in contemporanea con la missione.

Durante l’iniziativa le aziende della Tuscia Viterbese hanno partecipato a incontri bilaterali mirati con i buyer secondo un’agenda di incontri d’affari personalizzata con imprese ucraine, ritagliata sulla base delle specifiche esigenze dei partecipanti.

L’Ente camerale ha inoltre gestito la partecipazione delle aziende della Tuscia alle

seguenti “fiere internazionali ed incoming” anche in collaborazione con il sistema camerale:

- Fiera Agroalimentare Summer Fancy Food – New York 30 giugno – 2 luglio 2013;
- TTI – Travel trade Italia 17-19 ottobre 2013 Rimini - Settore Turismo;
- Incoming con incontri B2B – Olio 16-17 aprile 2013 – Campobasso - settore Agroalimentare;
- Incoming con incontri B2B – Vino 27-28 maggio 2013 –Chieti - settore Agroalimentare;
- Incoming con incontri B2B – Food 27-28 giugno 2013–Fiuggi - settore Agroalimentare ;
- The Big Five Show – Dubai – 25/28 novembre 2013 – settore costruzioni;
- Home, Office and Italian Style – Chicago 13/17 maggio 2013 - settore arredamento;
- Airport Show – Dubai 6/8 maggio 2013;
- Tuscia Film Fest 2013 – Berlino 29 agosto 1° settembre 2013 - settore agroalimentare;
- Salone SIRHA – Lione 26/30 gennaio 2013 – settore agroalimentare;
- Lazio Delicatessen 2013 – Toronto 3/7 luglio 2013 - settore agroalimentare;
- Edilafrica 2013 Nord Africa e Africa Sub Sahariana – 17/19 giugno 2013-settore edilizia;
- Welcome Italia – Londra 18/20 ottobre 2013 – settore agroalimentare ;
- Incoming con operatori da Emirati Arabi Uniti e Qatar – Firenze 19/20 novembre 2013 settore arredo e complemento di alta gamma.

3.10.2 Vetrina delle imprese

È stata realizzata una “vetrina on line” delle imprese interessate a far conoscere le proprie caratteristiche e i propri prodotti all'estero contenente informazioni di tipo economico e commerciale e relativa traduzione in lingua inglese. La vetrina è disponibile sul sito www.sprintuscia.it e vede coinvolte allo stato attuale 115 aziende.

3.10.3 Sportello per l'Internazionalizzazione

Presso la Camera di commercio di Viterbo sono attivi:

- lo **Sportello Regionale Internazionalizzazione** – Sprint Lazio importante riferimento per le piccole e medie imprese che hanno l'opportunità di conoscere e selezionare i mercati esteri di maggior interesse, di individuare le prospettive di investimento ed i partner esteri, di conoscere gli strumenti e le agevolazioni comunitarie, nazionali e regionali.
 - lo **Sportello SprintTuscia** ovvero lo sportello provinciale di Sprint Lazio (Sportello Regionale per l'Internazionalizzazione) attivo a Viterbo ed ha il compito di promuovere i servizi per l'internazionalizzazione del proprio territorio. Ha una cura particolare delle imprese piccole e medie della Tuscia Viterbese che vogliono orientarsi verso i mercati esteri offrendo loro l'opportunità di accedere, tramite un unico ufficio fisicamente presente sul proprio territorio, ai servizi di tutti gli Enti che si occupano di interna-
-

zionalizzazione ed assistenza alle imprese operanti con l'estero. Lo Sportello SprinTuscia si pone come obiettivo anche quello di stimolare le imprese della Tuscia Viterbese che già non lo facciano ad operare al di fuori dei confini nazionali.

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

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

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

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

N. di accessi/utenti allo Sportello internazionalizzazione suddivisi per le discipline d'interesse	
Servizi	N. accessi
Nominativi esteri (servizio banche dati: D&B ecc.)	139 quesiti
Partecipazione ai seminari e/o convegni	58 partecipanti
Totale accessi/utenti	197

Quesiti richiesti allo Sportello Internazionalizzazione e loro ripartizione per materia	
Materie dei quesiti	2013
Ricerca partner	-
Informazioni specialistiche	28
Paesi/settori/mercati	29
Strumenti finanziari per l'internazionalizzazione	-
Fiere all'estero	4
Opportunità di Business	-
Altro	14
Totale quesiti	75

3.10.4 Certificazione per l'estero

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

Nel 2013 è stato attivato il servizio di richiesta on line dei certificati di origine con consegna diretta in azienda. Il servizio, implementato, con la collaborazione di Infocamere, con la modalità di pagamento on line, è stato sperimentato in particolare per **le imprese localizzate nei comuni del distretto di Civita Castellana** (*Castel Sant'Elia, Civita Castellana, Corchiano, Fabrica di Roma, Faleria, Gallese, Nepi*).

Atti e certificati per il commercio estero		
	2012	2013
Certificato d'origine	1.216	1.458
Certificati d'origine on line	-	23
Visti di legalizzazione firma	41	204
Visti su fatture	455	548
Rilascio codici meccanografici	-	-
Totale atti e certificati	1.712	2.233

3.11 INFORMAZIONE ECONOMICA: CONTRIBUTO AL SISTEMA DELLA CONOSCENZA

La Camera di Commercio svolge un'attività di studi e di rilevazione statistica sull'andamento dell'economia provinciale e la diffonde attraverso varie pubblicazioni, la gestione della biblioteca e l'attivazione di alcune banche dati.

L'attività di studio e informazione è uno strumento fondamentale di programmazione economica, ma si va connotando sempre di più anche come servizio reale alle imprese, poiché la conoscenza è una risorsa strategica per la competitività aziendale: chi conosce il mercato e le opportunità che esso offre ha più *chance* per vincere le sfide e per delineare strategie di sviluppo.

L'attività camerale su questo specifico argomento è inserita in un sistema a rete in cui sono coinvolte le Camere di Commercio e l'Istat. Tale connessione attribuisce ai servizi di informazione economica un ulteriore e reale valore aggiunto.

La collaborazione a rete trova applicazioni anche nella predisposizione di servizi informativi innovativi quali il progetto **Excelsior**, sistema informativo che fornisce annualmente indicazioni dettagliate sull'evoluzione del mercato del lavoro, non dal versante dell'offerta ma da quello della domanda.

I dati, le notizie e le informazioni economiche per diventare servizi effettivi, non devono solo essere raccolti, ma devono anche essere facilmente accessibili e fatti circolare fra i potenziali utenti. È per questo motivo che sono state introdotte modalità di erogazione tali da favorire una maggiore fruibilità. In particolare le notizie relative ai ser-

vizi camerali, alle novità legislative e alle iniziative inerenti il sistema delle imprese locali oggetto della rivista mensile edita dall'Ente **Tuscia Economica** vengono trasmesse attraverso *newsletter* telematiche, mentre i rapporti e i dati economici sono consultabili sul sito istituzionale **www.tusciaeconomica.it**.

Con riferimento al 2013, analogamente agli anni passati, è stata svolta un'attività di analisi e monitoraggio delle caratteristiche dell'economia locale nell'ottica di un processo di apertura verso nuovi mercati. Su tale fronte nel mese di giugno è stato presentato il **13° Rapporto sull'Economia della Tuscia Viterbese**, con una sezione di approfondimento dedicata al cambiamento economico della provincia di Viterbo mettendo a confronto i dati degli ultimi 3/5 anni.

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

Studi e pubblicazioni per aree tematiche e anni di pubblicazione nel 2013	
Argomento	Titolo
Rapporti sulla congiuntura	Rapporto sull'Economia della Tuscia (POLOS) contiene un capitolo dedicato all'analisi congiunturale della provincia di Viterbo
Studi e ricerche	Rapporto sull'economia della Tuscia Viterbese POLOS 2012
	Tuscia Economica - Rivista mensile riporta articoli, notizie e appuntamenti relativi all'attività svolta dall'Ente camerale e dalla sua azienda speciale il Ce.F.A.S.
	Guida Marchi e Brevetti 2013
	Bilancio Sociale 2012

3.11.1 La Biblioteca

La Camera di Commercio di Viterbo dispone di una Biblioteca per la diffusione di un'informazione specializzata, a carattere giuridico-economico-statistico. Le raccolte contenute nella biblioteca sono organizzate in base agli ambiti di interesse correlati all'attività camerale: oltre alle materie che formano apposite sezioni, quale quella giuridica, statistica ed economica, sono state predisposte anche due sezioni trasversali, una storica e una locale.

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

Sono messe a disposizione circa 8.000 pubblicazioni, tra volumi e riviste, catalogati con apposito software applicativo, consultabile on-line.

3.12 GOVERNARE IL TERRITORIO: COLLABORAZIONI CON LE ISTITUZIONI LOCALI

3.12.1 I Programmi integrati di sviluppo e di concertazione

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

I programmi integrati di sviluppo e di concertazione rappresentano una delle linee strategiche dell'Ente camerale per integrare la propria attività con quella di altri soggetti pubblici e privati al fine di conseguire risultati più soddisfacenti ed efficaci. Si tratta di una vera e propria modalità gestionale che facilita la missione dell'Ente di integrare più efficacemente con il sistema delle imprese.

In questi anni è fortemente cresciuta la condivisione di programmi ed interventi capaci di integrare funzioni, competenze e risorse finanziarie e di valorizzare maggiormente le tradizionali funzioni cerniera per lo sviluppo locale, superando la logica della *centralità*, a vantaggio di azioni integrate di sistema, specialmente per il marketing territoriale, l'internazionalizzazione delle imprese, la valorizzazione dei prodotti agroalimentari di qualità, l'assistenza agli Sportelli Unici per le Attività Produttive, i Programmi Leader, i Patti territoriali.

3.12.2 Focus Impresa e Lavoro

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

3.13 ALTRE AZIONI PER LA COLLETTIVITÀ

3.13.1 L'ambiente

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

Servizi per l'ambiente		
	2012	2013
N. dichiarazioni MUD presentate	2.004	1.427
- di cui in modalità informatica/telematica	1.589	1.402
- di cui in modalità cartacea	415	25

3.13.2 I Servizi Innovativi

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

In particolare una struttura dedicata si occupa delle seguenti attività:

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

Dispositivi di firma digitale e contratti telemaco 2013	
N. dispositivi di firma digitale rilasciati (CNS/BK)	1.738

3.13.3 Call Center - 800.993022

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

1. Compilazione della modulistica 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. Predisposizione delle 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 e utilizzazione del collegamento telematico con le Camere di Commercio per la spedizione delle pratiche e l'interrogazione delle banche dati;
9. Gestione amministrativa del prepagato Telemaco Pay;
10. Informazioni sullo 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 tramite il Call Center è possibile prenotare appuntamento per l'acquisizione dei dispositivi di firma digitale e carte cronotachigrafiche in modo semplice e veloce, evitando inutili file e lunghi tempi di attesa allo sportello.

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

3.14 AGIRE IN RETE: INIZIATIVE CONDIVISE CON IL SISTEMA CAMERALE

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

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

Le partecipazioni della Camera di Commercio al sistema camerale		
Quote associative	2012	2013
Fondo perquativo	169.596,75	161.965,30
Unione Nazionale	149.892,26	147.444,22
Unione Regionale	179.870,73	176.454,64
Associazione interregionale	4.964,14	5.002,28
Retecamere	1.576,33	1.499,49
Universitas Mercatorum	---	---
ISNART	3.500,00	4.000,00
Infocamere	29.240,00	29.855,00
Mondimpresa	856,27	695,72
Dintec	500,00	500,00
Contributo solidarietà terremotati Emilia	38.000,00	---
Totale	577.996,48	527.416,65

3.15 SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE DELLA CAMERA

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

3.15.1 La gestione del personale interno

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

Il personale viene orientato sempre più in un logica di servizio alle imprese e ai consumatori di tipo aziendalistico. Accanto a conoscenze di tipo amministrativo e norma-

tivo, 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	
	2013
Quota media di retribuzione (euro)	41.048
Quota media di produttività (Euro)	4.345
N. richieste di trasferimento ad altre amministrazioni	0

3.15.2 La formazione delle risorse umane

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

- Formazione relativa ai sistemi di comunicazione e di relazione;

- Formazione al ruolo finalizzata alla fidelizzazione;
- Formazione professionale sul lavoro e sviluppo delle competenze;
- Formazione per gestire e governare;
- Formazione per crescere ed innovare.

Dati sui corsi di formazione per il personale della Camera di Commercio		
	2012	2013
Risorse investite nella formazione interna (Euro)	40.439,79	6.502,50
N. Corsi	28	17
N. Partecipanti	50	78
N. Ore di formazione	440	552

Aree tematiche dei Corsi di formazione del personale interno della Camera di Commercio						
Area tematica	2012			2013		
	Numero di Partecipanti	Numero di Giornate	N. Corsi	Numero di Partecipanti	Numero di Giornate	N. Corsi
Giuridica e normativa generale	88	74	5	9	9	9
Organizzazione e personale	3	3	2	30	1	1
Manageriale	1	2	1	3	6	1
Comunicazione	0	0	0	0	0	0
Economia e finanza	2	2	2	1	1	1
Controllo di gestione	0	0	0	0	0	0
Informative e telematica	0	0	0	0	0	0
Linguistico	1	10	1	0	0	0
Tecnico-specialistica	34	54	17	37	75	5
Totale	129	145	28	78	92	17

3.15.3 Modernizzazione della struttura

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

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

- **Dematerializzazione dei flussi documentali** attraverso il decentramento, presso ciascun uf-

ficio competente, della protocollazione dei flussi in uscita e la scansione dei flussi in entrata ai fini della gestione delle scrivanie elettroniche.

La dematerializzazione della documentazione prodotta nell'ambito dell'attività della Pubblica Amministrazione rappresenta uno degli elementi di rilievo all'interno dei processi di riforma della gestione dell'attività amministrativa in ambiente digitale. Inoltre costituisce una delle linee di azione maggiormente significative ai fini della riduzione della spesa pubblica in termini di risparmi diretti (carta, spazi, ecc...) ed indiretti (tempo, efficienza, ecc...). Si tratta di un percorso articolato che richiede gradualità di attuazione, un'analisi puntuale dei singoli processi tenendo conto dei riflessi sull'organizzazione del lavoro.

Ad oggi l'Ente opera:

- **La fascicolazione informatica** dei documenti inerenti i procedimenti amministrativi gestiti dai singoli uffici, in conformità al Piano di Fascicolazione.
- **L'integrale fascicolazione informatica dei provvedimenti del Segretario Generale e dei Dirigenti:** tutti i provvedimenti e i relativi atti istruttori sono stati gestiti tramite procedura informatica con l'apposizione della firma digitale.
- **mediante Posta Elettronica Certificata (PEC)**, nelle relazioni con gli stakeholder conseguendo la totale sostituzione delle raccomandate A.R. per quanto concerne le pratiche di Comunicazione Unica facenti capo all'Ufficio Registro delle Imprese, alle pratiche dell'Albo Imprese Artigiane e agli atti istruttori delle società che hanno dichiarato il loro indirizzo di Posta Elettronica Certificata;
- Utilizzando il **sistema "Legal Pay"** per i pagamenti attraverso il mandato informatico;
- **Attraverso la gestione informatica delle procedure contabili** (contabilità analitica, controllo di gestione, e mandato elettronico), **e del personale** sia con riferimento al trattamento giuridico (presenze, richieste di autorizzazioni, ferie, permessi, missioni, malattie), che al trattamento economico (cedolini relativi agli stipendi, CUD).

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

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

3.15.4 Procedure trasparenti per i fornitori

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

3.15.5 Pagamento delle fatture

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

Tempi di pagamento delle fatture 2013	
N. fatture totali ricevute da fornitori	901
Tempo Medio di Pagamento	36 giorni

3.16 COMUNICAZIONE, ATTIVITÀ TRASVERSALE PER GLI STAKEHOLDER

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

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

3.16.1 I siti internet

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

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

Per offrire alla collettività uno strumento sempre più fruibile, la struttura del sito istituzionale è orientata a stimolare il dialogo e l'interattività con gli interlocutori camerali.

Un vero e proprio portale con aree tematiche, news informative, agenda con appuntamenti e scadenze, e un accesso facilitato al personale degli uffici.

Il numero degli accessi risulta aumentato, come anche il numero degli utenti che inviano richieste di informazioni tramite e-mail. Sul portale è stato di volta in volta inserito un box informativo sulle Feste del Vino, della Castagna e dell'Olio, con rimando diretto al sito. È inoltre stato inserito un box dedicato a **Tuscia Welcome** con rimando diretto al sito in cui è possibile avere informazioni tempestive su tutte le iniziative di attrazione turistica della Tuscia con le offerte e i pacchetti turistici promossi dalle aziende aderenti al progetto.

3.16.2 Consolidamento della piattaforma di Customer Relationship Management (CRM)

Il progetto CRM ha l'obiettivo di rendere più efficaci ed efficienti i rapporti tra la Camera di Commercio ed i propri clienti, informandoli in modo tempestivo e mirato del-

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

3.16.3 Il Bilancio Sociale 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.

3.16.4 Le riviste camerali

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

Il **Supplemento di Tuscia Economica** è una rivista monografica con cadenza semestrale, recante articoli di natura tecnica ed economica riguardanti il territorio provinciale. La rivista nella sua prima parte, a carattere culturale, riporta talora estratti di tesi di laurea discusse nella locale Università, mentre la seconda parte contiene un'approfondita appendice statistica dei dati provinciali messi a confronto con le rilevazioni regionali e nazionali.

3.16.5 Rafforzamento dei rapporti con i mass-media

Il coinvolgimento dei mezzi di informazione, in quanto valida "cassa di risonanza"

delle notizie ed informazioni ad essi affidati, sui temi e sulle iniziative camerali è stato nell'anno 2013 molto elevato ed ha consentito di ottenere dei risultati particolarmente positivi in termini di presenza e incisività nel tessuto socio-economico della Toscana.

In dettaglio, nell'anno 2013 i comunicati stampa diramati sono stati 140 facendo rilevare un incremento rispetto ai 103 dell'anno precedente e sono state realizzate 6 conferenze stampa.

IL BILANCIO SOCIALE 2013 È STATO REALIZZATO A CURA DI:

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

Editor: Ufficio Stampa della Camera di Commercio di Viterbo

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

Impaginazione grafica Claudio Fortugno