

CAMERA DI COMMERCIO DI LATINA

BILANCIO SOCIALE 2010

Indice

Nota Metodologica	4
Identità e Missione Istituzionale della Camera	5
1.1. Missione Istituzionale dell'Ente Camerale	5
1.2. Il contesto socio – economico della Provincia.....	6
1.3. Attuale sistema di governo e assetto organizzativo.....	12
1.4. Obiettivi strategici e priorità di intervento.....	17
Gli stakeholders dell'Ente Camerale.....	24
2.1. La nozione di stakeholder.....	24
2.2. Individuazione degli stakeholders dell'Ente camerale	24
2.2.1. Sistema delle imprese operanti sul territorio	26
2.2.2. Sistema Finanziario.....	26
2.2.3. Risorse Umane.....	27
2.2.4. Cittadini e consumatori	27
2.2.5. Associazioni di categoria	27
2.2.6. Sistema Camerale	28
2.2.7. Pubblica Amministrazione.....	28
Dimensione economica: il valore aggiunto prodotto e distribuito agli stakeholders	29
3.1. Il Valore Aggiunto Globale.....	29
3.2. Determinazione del Valore Aggiunto Globale prodotto	30
3.3. Distribuzione del Valore Aggiunto Globale	32
3.4. Interventi economici dell'Ente Camerale.....	34
3.5. Indicatori economico-finanziari.....	36
Dimensione sociale: i servizi e le iniziative dell'Ente Camerale.....	37
4.1. Risorse Umane.....	37
4.2. Servizi amministrativi di tipo anagrafico e certificativi	46
4.4.1. Registro delle imprese	49
4.4.2. Albo delle imprese artigiane	51

4.4.3.	Altri albi, registri e ruoli	52
4.4.4.	Commercio estero	53
4.4.5.	Ambiente	54
4.3.	Servizi di promozione per lo sviluppo socio-economico	57
4.3.1.	Accesso al credito	58
4.3.2.	Marketing Territoriale e sviluppo dei Sistemi Produttivi Locali	61
4.3.3.	Internazionalizzazione	70
4.3.4.	Studi e statistiche	72
4.3.5.	Innovazione	73
4.3.6.	Formazione e Imprenditorialità.....	77
4.4.	Servizi di regolazione del mercato e tutela dei consumatori.....	81
4.4.1.	Ufficio Metrico.....	82
4.4.2.	Giustizia alternativa.....	84
4.4.3.	Controllo sui contratti	87
4.4.4.	Osservatorio prezzi.....	88
4.4.5.	Registro protesti.....	89
4.4.6.	Marchi e Brevetti.....	90
4.4.7.	Controlli sulla qualità dei prodotti.....	91

Nota Metodologica

La seconda edizione del Bilancio Sociale della Camera di Commercio di Latina conferma la volontà di rendere lo strumento della rendicontazione sociale una costante nel dialogo con gli attori del sistema economico locale nel quale l'ente opera.

Analogamente a quanto già accaduto nella precedente edizione, la stesura del documento è stata ispirata alle Linee Guida per le Amministrazioni Pubbliche enunciate nella Direttiva del Dipartimento della Funzione Pubblica del 17/02/2006.

Il periodo di rendicontazione preso in esame è l'anno solare 2010, con il confronto con gli analoghi dati relativi al 2009 e 2008, laddove disponibili.

Il documento si struttura per capitoli, secondo il seguente ordine:

- Capitolo 1 – Identità e missione istituzionale della Camera;
- Capitolo 2 – Gli stakeholders dell'Ente Camerale;
- Capitolo 3 - Dimensione economica: il valore aggiunto prodotto e distribuito agli stakeholders;
- Capitolo 4 - Dimensione sociale: i servizi e le iniziative dell'Ente Camerale.

Ai fini della redazione del presente documento, sono state utilizzate le seguenti fonti:

- Programma Pluriennale 2010 – 2014;
- Relazione previsionale e programmatica 2010;
- Piano delle performance 2010;
- Relazione al Parlamento 2010;
- Bilancio d'esercizio e Relazione sulla Gestione per l'anno 2010;
- Conto annuale 2010;
- Pubblicazioni camerale (Rivista Economia Pontina, Pubblicazioni dell'Osservatorio Economico dell'Ente Camerale, ecc).

Capitolo 1

Identità e Missione Istituzionale della Camera

1.1. Missione Istituzionale dell'Ente Camerale

La Camera di Commercio di Latina, in base a quanto stabilito dalla Legge 580 del 1993, successivamente modificata dal D.Lgs. 23 del 2010, si configura come un ente pubblico dotato di autonomia funzionale che svolge, nell'ambito della circoscrizione territoriale di competenza, funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese, curandone lo sviluppo nell'ambito delle economie locali. In quanto Ente con propria autonomia funzionale, la Camera di Commercio persegue le politiche di sviluppo sia singolarmente, sia attraverso il dialogo, l'interazione e la cooperazione con altre amministrazioni pubbliche di livello nazionale e internazionale e con le Associazioni di Categoria. In particolare, la Camera di Commercio è parte integrante di un sistema a rete (Sistema Camerale), in cui ogni soggetto partecipante opera in una logica di costante e reciproca interazione e integrazione al fine di generare valore aggiunto ai propri associati garantendo servizi, strategie di sviluppo e progetti, per una crescita equilibrata dell'economia.

Obiettivo ambizioso dell'Ente Camerale è ***favorire e stimolare lo sviluppo del territorio e delle economie locali***, costruendo attorno ai settori più rilevanti dell'economia provinciale, quali i comparti della nautica, dell'agroalimentare, del turismo, del chimico-farmaceutico, un modello virtuoso di crescita, i cui benefici possano essere condivisi dall'intero territorio, con un conseguente aumento del benessere economico diffuso. In tal senso, l'Ente Camerale si propone nel ruolo di propulsore dello sviluppo dell'economia locale, impegnato nella programmazione e nella pianificazione della crescita del territorio.

In tale quadro, la Camera di Commercio, oltre alle funzioni amministrative di servizio alle imprese, inerenti essenzialmente la gestione di albi, ruoli ed elenchi e la gestione del Registro delle Imprese, esercita le seguenti funzioni:

- Funzioni di regolazione del mercato, svolte in qualità di soggetto neutrale, attraverso l'esercizio di attività dirette a tutelare la trasparenza e la correttezza dei rapporti commerciali. In tale contesto, l'Ente Camerale promuove la gestione di servizi di giustizia alternativa, anche in associazione con altre Camere di Commercio ed istituzioni pubbliche e private, sia in ambito nazionale che internazionale;
- Funzioni di promozione economica, a sostegno delle potenzialità locali, anche nella loro proiezione nazionale, in relazione alle implicazioni comunitarie ed internazionali. Nell'ambito di tali funzioni, l'Ente Camerale svolge attività di promozione degli interessi delle imprese e della comunità socio-economica provinciale; partecipa alla realizzazione e alla gestione di infrastrutture di interesse economico generale per il territorio; provvede alla formulazione di pareri e proposte ad altre Amministrazioni pubbliche sulle questioni ritenute importanti per l'economia;
- Funzioni inerenti la politica dei servizi, svolte anche a livello internazionale, con le opportune forme di integrazione e cooperazione. In tale ambito, l'Ente Camerale sostiene progetti di internazionalizzazione delle imprese, contribuendo ad esempio allo sviluppo di accordi per favorire la presenza delle aziende locali nei mercati esteri e/o per la promozione di investimenti esteri sul territorio della provincia.

1.2. Il contesto socio – economico della Provincia

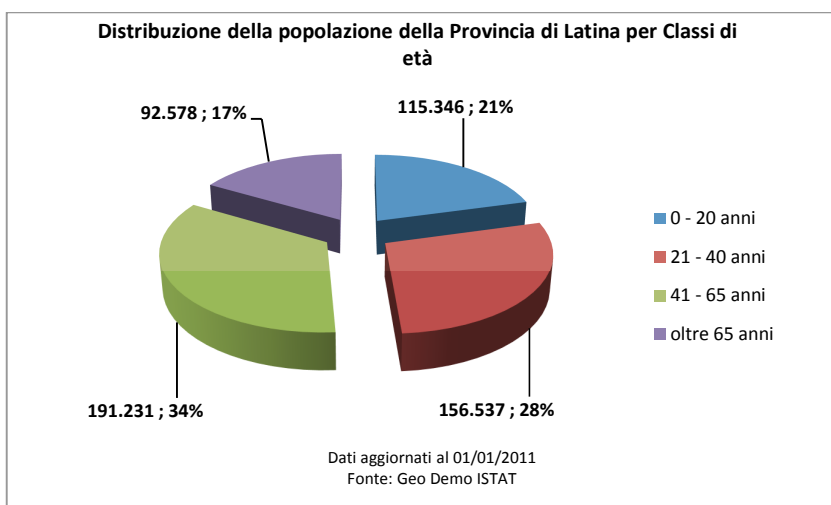
Territorio

La Provincia di Latina nasce nel 1934 divenendo la più giovane Provincia del Lazio. Il suo territorio, che si estende lungo una superficie di kmq 2.250,53, è nato dalla cessione di parte dei distretti di Roma, a nord, e di Napoli a sud e il suo cuore è l'area di bonifica integrale delle paludi pontine. La Provincia di Latina comprende attualmente 33 comuni distribuiti equamente tra le aree montane (monti Lepini, Ausoni, Aurunci) e le pianure costiere. La costa della intera Provincia si sviluppa lungo più di 100 km ad Est fino al fiume Astura, ai confini con la provincia di Roma; fino al Garigliano ad ovest al confine tra Lazio e Campania. La conformazione geografica della Provincia di Latina rappresenta il suo maggiore potenziale e valore strategico, essendo situata tra i due imponenti

agglomerati urbani di Roma e Napoli, elemento sul quale è possibile indirizzare politiche e sinergie per essere in grado di giocare un ruolo attivo tra i due sistemi economico-produttivi più importanti del centro Italia. La morfologia del territorio è completa e variegata al tempo stesso offrendo isole, mare, montagne, monumenti archeologici e medievali, parchi nazionali e regionali. La presenza di risorse ambientali e naturali di grande valore (in particolare le coste, il Parco del Circeo, l'Oasi di Ninfa e le isole) rappresenta un vantaggio competitivo considerevole non solo per il turismo, come introiti e prospettive lavorative, ma anche come valore aggiunto del territorio.

Popolazione

La popolazione della Provincia di Latina, al 01/01/2011, è pari a 555.692 unità¹, consentendo all'area di essere tra le prime province più popolate nella zona centrale del paese e la 33-esima a livello nazionale. Rilevante è la concentrazione della popolazione nei grandi comuni della provincia: il 70,50% della popolazione risiede, infatti, negli otto comuni (Latina, Aprilia, Terracina, Fondi, Formia, Cisterna di Latina, Sezze e Gaeta) con più di ventimila abitanti. Si riscontra una equa distribuzione tra uomini (49,01%) e donne (50,99%) e una consistente presenza di giovani: il 20,76% della popolazione ha un'età inferiore a 20 anni, mentre la percentuale di ultrasessantacinquenni si attesta al 16,66%.



¹ Fonte Geo Demo ISTAT

Occupazione

Nel 2010 le rilevazioni occupazionali per la Provincia di Latina, dopo le flessioni dell'ultimo biennio, mostrano un incremento degli occupati pari al 2,2% rispetto al 2009, per un totale di 4.331 unità. La crescita è quasi totalmente riconducibile alla componente femminile, che registra un incremento del 5,5% rispetto all'anno precedente (4.134 unità), mentre l'occupazione maschile rimane stabile (+0,2% rispetto al 2009, per un totale di 197 unità).

Occupazione nella Provincia di Latina

	2008	2009	2010	VAR %
Maschi	128.113	125.508	125.705	0,2%
Femmine	73.708	75.040	79.174	5,5%
Totale	201.821	200.548	204.879	2,2%

Fonte dati ISTAT

L'andamento positivo dell'occupazione è bilanciato in parte dall'andamento della forza lavoro, che nel 2010, registra un incremento complessivo dell'1,8% rispetto al 2009, con una crescita del 3,4% della componente femminile e del 0,8% della componente maschile.

Forza Lavoro nella Provincia di Latina

	2008	2009	2010	VAR %
Maschi	136.914	138.247	139.327	0,8%
Femmine	83.553	86.819	89.797	3,4%
Totale	220.467	225.066	229.124	1,8%

Fonte dati ISTAT

Per il 2010, il tasso di disoccupazione complessivo della Provincia di Latina è pari al 10,58%, in calo rispetto al 2009 (10,89%), per un totale di 24.245 unità inoccupate. Anche in questo, caso è incoraggiante la variazione del tasso di disoccupazione per la componente femminile (11,83% nel 2010 a fronte del 13,56% del 2009, per un totale di 10.623 unità inoccupate). Al contrario, cresce, seppur lievemente, il tasso di disoccupazione per la componente maschile, passando dal 9,21% del 2009 al 9,77% del 2010, per un totale di 13.622 unità inoccupate.

Demografia imprenditoriale

A fine 2010 risultano iscritte al Registro Imprese camerale 57.931 imprese, di cui l'83% attive (47.900). La crescita demografica si attesta all'1,39% e risulta circa il 30% superiore rispetto all'anno precedente. Il saldo in valore assoluto (differenza tra iscrizioni e cessazioni dell'anno al netto delle cancellazioni d'ufficio), oltre che risultare in sensibile aumento (800 unità in più nel 2010 contro le 595 del 2009), per la prima volta dal 2005 torna a crescere, mostrando un'inversione di tendenza rispetto al progressivo rallentamento rilevato nell'ultimo quadriennio. Il tasso di crescita sopra indicato va letto come sintesi di due effetti positivi: il leggero miglioramento sia del tasso di natalità (7,13%, a fronte del 7,09% del 2009), che del tasso di mortalità, quest'ultimo in misura più evidente (5,75%, rispetto al 6,06% dell'anno precedente).

Risultanze anagrafiche presso il registro delle Imprese nelle province laziali

Anno	Imprese registrate (A)	Imprese attive (B)	Imprese Iscritte (C)	Imprese Cessate (D)	Saldo (E)=(C)-(D)	Tasso di natalità	Tasso di mortalità	Tasso di crescita
2010	57.931	47.912	4.119	3.319	800	7,13%	-5,75%	1,39%
2009	57.744	47.907	4.065	3.638	595	7,09%	-6,06%	1,04%
2008	57.301	47.810	4.123	3.263	860	7,19%	-5,69%	1,50%

Fonte: elaborazioni Osserfare su dati Movimprese

L'andamento positivo del tasso di crescita nel 2010 deve essere declinato sui singoli settori di attività, ciascuno dei quali presenta delle dinamiche specifiche che ne contraddistinguono e differenziano l'evoluzione nel tempo. Si presenta di seguito la descrizione delle principali dinamiche che hanno caratterizzato l'andamento di ogni settore.

Il **comparto agricolo**, da sempre settore trainante dell'economia della provincia, nel 2010 conferma e consolida il bilancio negativo già registrato lo scorso anno (-2,22%, rispetto al -1,52% del 2009), risentendo della netta diminuzione delle iscrizioni dovuta presumibilmente alla minore redditività delle produzioni agricole e all'aumento dei costi di produzione.

In leggera ripresa **le attività commerciali** (+0,7% nel 2010), in virtù del consolidamento dei risultati contrastanti dei due segmenti di attività: le vendite all'ingrosso confermano il trend

decescente avviato da un biennio, chiudendo il 2010 in leggera flessione (-0,4%); di contro, si evidenzia la crescita delle vendite al dettaglio (+1,2%), per effetto del buon andamento delle attività ambulanti (intorno al +1,2%) e dalla forte crescita (circa +8%) delle nuove formule di vendita via internet, per corrispondenza e porta a porta.

Il **comparto manifatturiero**, dopo un periodo di saldi demografici negativi, nel 2010 ha fatto registrare un valore positivo (+0,2%), unitamente al **settore dei Trasporti e Magazzinaggio** (+0,7% contro il -1,05 del 2009).

Il **comparto delle costruzioni** si mantiene invece sullo stesso livello di crescita del 2009 (+1,4%), confermando gli stessi tassi di natalità e mortalità delle imprese (rispettivamente 7,29% e 5,89%).

Estremamente positiva è la crescita del **settore energetico** (+50%), guidata dal crescente interesse verso le fonti di energia alternative, e delle **attività di intrattenimento e divertimento** (+4,1%), trainate dalle nuove gestioni di sale giochi, biliardi e apparecchiature per la vincita in denaro. Tuttavia i dati devono necessariamente essere considerati in termini relativi, tenendo conto della ridotta dimensione di tali settori rispetto agli altri comparti.

Un settore caratterizzato da un andamento negativo è l'**artigianato**, che rappresenta un segmento importante dell'economia provinciale, assorbendo il 27% dell'universo delle imprese attive, al netto del comparto agricolo. Nel 2010, il settore ha registrato un bilancio di segno negativo, sebbene il saldo in valore assoluto (-7 unità rispetto all'anno precedente) riporti la crescita ad una sostanziale stazionarietà. Dopo il brusco calo dell'ultimo biennio, il tasso di natalità (7,7%, a fronte del 7,0% nel 2009) sembra invertire la tendenza, tornando a mostrare una più sostenuta vivacità nell'intraprendere una "piccola" attività imprenditoriale, anche il tasso di cessazione cresce (7,8%, contro il 7,4% dello scorso anno), tuttavia con un passo più contenuto rispetto alle iscrizioni.

Movimento delle imprese presso il Registro camerale per ramo di attività - 2010

Settori di attività	Registrate 2010	Iscrizioni 2010	Cessazioni 2010	Saldo	Tasso di natalità	Tasso di mortalità	Tasso di crescita anno 2010	Tasso di crescita anno 2009
A - Agricoltura, silvicoltura e pesca	11.582	374	637	-263	3,16	5,38	-2,22	-1,52
B - Estrazione di minerali da cave e miniere	43	2	3	-1	4,17	6,25	-2,08	0,00
C - Attività manifatturiere	5.006	256	244	12	5,10	4,86	0,24	-0,46
D - Forn. di en. Elettr., gas, vap. e aria cond.	53	22	3	19	57,89	7,89	50,00	39,39
E - Forn. di acqua, reti fognarie, att. di gest.	137	7	5	2	5,00	3,57	1,43	0,70
F - Costruzioni	7.791	566	457	109	7,29	5,89	1,40	1,12
G - Comm.ingr.e dett., riparazione di auto	15.861	1.073	968	105	6,77	6,11	0,66	-0,08
H - Trasporto e magazzinaggio	1.897	126	112	14	6,70	5,96	0,74	-1,05
I - Attività servizi alloggio e ristorazione	4.199	330	260	70	8,02	6,32	1,70	2,94
J - Servizi di informazione e comunicazione	1.068	90	68	22	8,58	6,48	2,10	2,52
K - Attiv.finanziarie e assicurative	1.260	68	87	-19	5,29	6,77	-1,48	-0,70
L - Attività immobiliari	1.757	100	58	42	5,91	3,43	2,48	3,21
M - Attività prof., scientifiche e tecniche	1.206	109	77	32	9,33	6,59	2,74	2,60
N - Noleggio, ag. viaggio, serv. di supp. alle impr.	1.532	201	102	99	14,10	7,15	6,95	3,55
O - Amm. pubblica e difesa, assicurazione sociale	7	0	1	-1	0,00	12,50	-12,50	-20,00
P - Istruzione	259	19	18	1	7,36	6,98	0,39	-1,16
Q - Sanità e assistenza sociale	410	20	14	6	4,99	3,49	1,50	3,84
R - Attività artistiche, sportive, di intratt. e div.	800	71	40	31	9,34	5,26	4,08	1,08
S - Altre attività di servizi	1.991	147	107	40	7,56	5,50	2,06	1,98
NC - Imprese non classificate	1.072	538	58	480	50,47	5,44	45,03	55,53
TOTALE	57.931	4.119	3.319	800	7,13	5,75	1,39	1,04

Fonte: elaborazioni Osserfare su dati Movimprese

Imprenditoria femminile

La Provincia di Latina ha assistito negli ultimi anni ad un consistente sviluppo dell'imprenditoria femminile, innescato e alimentato da una serie di fattori socio - economici, primo fra tutti la carenza di opportunità di lavoro e di carriera che spesso ha indotto e induce le donne a scegliere l'autoimprenditorialità, seppure in un contesto di difficile conciliazione con i tempi della famiglia.

Le imprese femminili in Provincia di Latina ammontano a 15.612 unità e rappresentano il 28,5% delle imprese attive: ogni 1.000 donne residenti nella Provincia, 66 sono impegnate in un'attività imprenditoriale. Anche nel 2010 è stato confermato il trend positivo registrato negli ultimi anni, con una crescita demografica pari allo 0,73%, la metà circa di quanto registrato dall'intero tessuto economico (1,39%), solo di poco inferiore ai dati relativi all'annualità precedente (0,84%).

1.3. Attuale sistema di governo e assetto organizzativo

Il 6 marzo del 2009 è avvenuto l'insediamento dei nuovi Organi Camerali con il quale ha avuto inizio un nuovo mandato istituzionale nel corso del quale la Camera intende offrire servizi amministrativi e di regolazione del mercato sempre più efficienti ed accessibili, unitamente a iniziative di promozione per lo sviluppo economico del territorio sempre più mirate ed efficaci.

Gli Organi istituzionali della camera di Commercio di Latina sono: il Presidente, la Giunta, il Consiglio e il Collegio dei Revisori dei Conti. Di seguito sono presentate le principali cariche della Camera.

Presidente della Camera: Vincenzo ZOTTOLA

Il Presidente è eletto dal Consiglio con un mandato di 5 anni, rinnovabile per una sola volta. Nell'ambito delle sue funzioni, il Presidente convoca e presiede il Consiglio e la Giunta, provvede agli atti di urgenza di competenza della Giunta e assume la rappresentanza legale della Camera di Commercio.

Segretario Generale: Antonio RAMPINI

Al vertice dell'Amministrazione Camerale vi è il Segretario generale, nominato su designazione della Giunta dal Ministero dello Sviluppo Economico. Al Segretario Generale competono le funzioni di vertice dell'amministrazione di cui al D.Lgs.165/01. Egli coordina l'attività dell'Ente nel suo complesso ed ha la responsabilità della Segreteria del Consiglio e della Giunta.

Consiglio Camerale

Il Consiglio è composto dai rappresentanti delle associazioni di categoria più rappresentative del sistema economico provinciale. Fanno parte del Consiglio Camerale 26 membri in rappresentanza del comparto dell'agricoltura (3), industria (5), artigianato (3), commercio (5), turismo (1), settore chimico – farmaceutico (1), trasporti (1), credito e assicurazioni (1), servizi alle imprese (3), servizi pubblici sociali e personali (1), organizzazioni sindacali (1) e associazioni dei consumatori (1).

Il Consiglio Camerale ha il compito di disporre e approvare lo statuto e le relative modifiche, nominare tra i suoi componenti il Presidente e i membri della Giunta, nominare i membri del collegio dei revisori, deliberare gli indirizzi generali e approvare i programmi pluriennali, il bilancio preventivo, le sue variazioni e il conto consuntivo.

Giunta Camerale

La Giunta è l'organo esecutivo della Camera di Commercio. E' eletta dal Consiglio Camerale ed è formata da 9 membri, tra cui il Presidente e il Vicepresidente, in rappresentanza dei settori dell'industria (2), artigianato (1), turismo (1), servizi pubblici, sociali e personali (1), commercio (1), servizi alle imprese (1) e agricoltura (2). Rientrano tra le funzioni istituzionali della Giunta Camerale:

- l'adozione di provvedimenti per la realizzazione del programma di attività e per l'attuazione degli indirizzi generali fissati dal Consiglio;
- la predisposizione del Bilancio preventivo, le sue variazioni e il conto consuntivo;
- la predisposizione del programma pluriennale di attività;
- l'assunzione di partecipazione in consorzi e società;
- l'istituzione di uffici distaccati;
- l'adozione di deliberazioni in casi di urgenza in materia di competenza del Consiglio, soggette poi a successiva ratifica da parte del Consiglio stesso.

Funzioni della Camera di Commercio

La Camera di Commercio è l'interlocutore delle oltre 55.000 imprese che nella Provincia di Latina producono, trasportano o scambiano beni e servizi delle categorie economiche che le rappresentano. Ma è anche un'istituzione al servizio dei cittadini/consumatori, attiva accanto agli enti locali per lo sviluppo economico, sociale e culturale del territorio pontino.

Di seguito sono descritte le diverse attività nelle quali è impegnata la Camera di Commercio di Latina.

Attività amministrative

Sono le attività storiche dell'Ente tra le quali rientrano: la tenuta del Registro delle Imprese, degli Albi professionali, la registrazione e certificazione delle imprese, il rilascio di certificazioni ed atti, il

rilascio di autorizzazioni e licenze per attività in Italia e all'estero, la vigilanza e la metrologia legale. L'Ente gestisce tali attività puntando al costante miglioramento del livello di efficienza dei servizi, mediante il rispetto della normativa in costante evoluzione, una sempre più estesa applicazione della telematizzazione.

Attività di regolazione del mercato e tutela del consumatore

L'Ente promuove e diffonde gli strumenti di risoluzione alternativa della controversie anche alla luce delle recenti riforme che prevedono il ricorso obbligatorio alla mediazione. Svolge, mediante la Commissione per la Regolazione del Mercato, un controllo sulla presenza di clausole inique nei contratti adottati dagli utenti/imprese. Assicura la puntuale pubblicazione del bollettino prezzi da parte dell'Osservatorio Economico. Inoltre, svolge accanto alla tradizionale vigilanza metrologica speciali controlli ed ispezioni su prodotti per una sempre maggiore garanzia e tutela del consumatore.

Attività di promozione e informazione economica

L'Ente svolge sostanzialmente funzioni di supporto e di promozione degli interessi generali delle imprese. A tale riguardo le attività sono finalizzate al sostegno della competitività delle imprese, al consolidamento e sviluppo della struttura del sistema economico locale (promozione dello sviluppo economico del territorio e monitoraggio), allo studio e all'analisi dei dati sull'economia locale. In particolare gli ambiti di intervento riguardano:

- l'implementazione di attività di assistenza creditizia alle imprese;
- l'internazionalizzazione;
- la promozione della cultura d'impresa;
- la partecipazioni ad Organismi strumentali allo sviluppo del territorio;
- il commercio estero;
- le iniziative per l'attuazione di distretti/sistemi produttivi locali;
- la valorizzazione e promozione turistica del territorio;
- la politica agroalimentare;
- l'informazione economico statistica;

- le peculiarità produttive artigianali.

Attività di supporto interno e di amministrazione dell'Ente

Si tratta delle attività amministrative che, seppure meno visibili all'esterno, sono essenziali per il funzionamento della struttura camerale ed il raggiungimento dei fini istituzionali dell'Ente. In particolare, si fa riferimento alla attività di contabilità interna, tesoreria e finanza, provveditorato, gestione del diritto annuo e la gestione delle risorse umane.

I compiti e le funzioni dell'Ente Camerale sono attribuiti a tre aree distinte, come di seguito rappresentato:

Assetto Organizzativo

Aree	Funzioni
Area 1 Affari Istituzionali	- Attività promozionali; - Attività di regolazione del mercato e tutela dei consumatori; - Attività relative allo sviluppo economico, studi e statistica; - Attività di regolazione del mercato e tutela del consumatore. - Ufficio Legale.
Area 2 Anagrafica	Tenuta di albi, elenchi, ruoli, nei quali vengono registrati e certificati i principali eventi che caratterizzano la vita di ogni impresa
Area 1 Amministrativo - Contabile	Attività di supporto interno e di amministrazione dell'ente, tra le quali la contabilità interna, la tesoreria e finanza, il bilancio, il provveditorato, il diritto annuo.

Partecipazioni camerali

La Camera di Commercio, al fine di erogare al meglio determinati servizi alle categorie economiche, anche tramite relazioni sinergiche e integrate con altre istituzioni pubbliche e private, ha negli anni investito in società del sistema locale e camerale operanti in settori strategici quali le infrastrutture, il turismo, l'internazionalizzazione, l'assistenza alle imprese, la formazione, l'innovazione e la promozione di prodotti e del territorio. Per il perseguimento dei suoi fini

istituzionali e per la realizzazione di interventi a favore dell'economia e del sistema di imprese della provincia pontina, ha ritenuto più adeguato, ai fini di una maggiore funzionalità, di non istituire aziende speciali, ma di acquisire partecipazioni in società che svolgono attività di supporto alle proprie attività istituzionali. In particolare, attraverso l'attività svolta dalle principali società partecipate, la Camera offre servizi di agevolazione al CREDITO, di ASSISTENZA tecnica alle imprese tramite sportelli informativi, nonché individuazione di soluzioni per lo sviluppo, INNOVAZIONE e trasferimento tecnologico per le imprese del territorio.

Le partecipazioni camerali al 31/12/2010

Società partecipate	Settore di attività	Valore al 31/12/2010	Valore % al 31/12/2010
Società controllate			
SECI SpA (in liquidazione)	Servizi e turismo	241.257,69	98,30%
STEP S.r.l. (in liquidazione)	Formazione	-	100,00%
Consorzio Intrafidi	Agevolazione al credito	90.594,23	86,09%
Società collegate			
CAT Confcommercio S.c.a.r.l.	Assistenza alle imprese	12.751,41	39,42%
Società del Sistema Camerale			
Infocamere ScpA.	Informatizzazione	279.732,02	0,53%
Tecno Holding SpA	Infrastrutture	1.554.182,29	0,56%
ISNART SpA	Ricerca	13.347,38	1,33%
Borsa Merci Tel. Italiana S.c.p.A.	Servizi telematici di negoziazione	296,79	0,01%
Retecamere Srl	Comunicazione e formazione	6.282,97	0,39%
I.C. - Outsourcing S.c.r.l.	Assistenza alle imprese	1.010,75	0,32%
Mondimpresa	Internazionalizzazione	800,00	0,18%
Tecnocamere S.c.p.A.	Servizi di ingegneria e sicurezza	7.993,84	0,38%
Altre partecipazioni			
SpA Logistica Merci	Infrastrutture	184.378,59	3,00%
PRO.SVI. SpA in liquidazione	Promozione investimenti	-	16,21%
MOF SpA	Agroalimentare	32.338,53	7,00%
IMOF SpA	Agroalimentare	213.053,17	1,45%
A.L.E.A. S.p.A.	Energia	115.111,10	10,69%
MPS Merchant S.p.A.	Finanziario	-	0,00%
Comp. dei Monti Lepini S.c.p.A.	Servizi e turismo	21.061,92	5,98%
Palmer Srl	Assistenza alle imprese	83.176,85	13,07%
Terme di Suio Srl	Servizi e turismo	3.292,47	9,69%
Job Camere S.r.l.	Formazione	1.630,25	0,32%
Cons. Svil. Indust. Sud Pontino	Assistenza Imprese	9.433,99	9,43%
Universitas mercatorum	Formazione	6.084,00	1,00%

1.4. Obiettivi strategici e priorità di intervento

In conformità a quanto stabilito dall'art. 11 della L. 580/1993 e dall'art. 4 del DPR 254/2005, il Consiglio Camerale ha approvato il programma pluriennale relativo al quinquennio 2010 – 2014, nell'ambito del quale l'Ente Camerale, partendo dall'analisi del contesto esterno e degli scenari ipotizzabili per lo sviluppo dell'economia locale, ha individuato alcune linee guida per contribuire alla crescita dell'economia pontina nel periodo di programmazione.

Obiettivo principale dell'Ente camerale è creare le condizioni per lo sviluppo di una politica di sostegno alle diverse attività economiche favorendo, da un lato, il rafforzamento e il radicamento delle iniziative e, dall'altro, i possibili rapporti sinergici tra le imprese dei vari settori con l'obiettivo di approfondire, in particolare, le tematiche di filiera per il consolidamento dell'esistente e per riavviare una nuova fase di sviluppo duraturo dell'economia. A tal riguardo, la strategia dell'Ente Camerale è finalizzata a creare un modello virtuoso di crescita attorno alle eccellenze dell'economia provinciale rappresentate dal comparto della nautica, dell'agroalimentare, del turismo e della chimico-farmaceutica.

Gli sforzi dell'Ente Camerale sono inoltre orientati a creare le condizioni necessarie ad attrarre nuovi investimenti sul territorio della provincia, attraverso la riduzione dei differenziali di costo con i territori concorrenti a livello nazionale e internazionale e attraverso il miglioramento della qualità dei servizi erogati al Sistema delle Imprese.

Il Programma Strategico di lungo periodo è stato declinato in progettualità dinamiche e per lo più trasversali tra i settori economici, riconducibili essenzialmente ai seguenti ambiti di intervento:

- Internazionalizzazione;
- Marketing Territoriale;
- Potenziamento dei sistemi produttivi locali;
- Innovazione a sostegno della competitività;
- Contributi e accesso al credito;
- Qualità dei servizi alle imprese.

Di seguito si riporta una tabella riepilogativa degli obiettivi strategici pluriennali relativi a ciascun ambito progettuale individuato, con il dettaglio delle attività svolte dall'Ente Camerale nel 2010 in riferimento a ciascuno degli obiettivi elencati.

Gli obiettivi dell'Ente Camerale per il 2010

Ambiti progettuali	Obiettivi strategici da programma pluriennale 2010 – 2014	Attività svolte dall'Ente Camerale nel 2010
Internazionalizzazione	Favorire la penetrazione delle imprese locali nei mercati esteri	<ul style="list-style-type: none"> - Adesione al Gruppo di lavoro delle Strutture camerali per l'internazionalizzazione; - Missioni economiche incoming/outgoing (Egitto, Tunisia, Spagna, Grecia, Russia, Cina, Emirati Arabi Uniti e Qatar, Sud America in particolare Brasile - Farrouphila); - Programma Central Asia – Progetto Cabot's – “Central Asia Business Organizations Trainings” finanziamento dell'Unione Europea
Marketing Territoriale	Promuovere azioni di valorizzazione del territorio provinciale e creare le condizioni per la migliore connessione tra l'offerta territoriale e le diverse tipologie di domanda allo scopo di favorire la fruizione del territorio.	<ul style="list-style-type: none"> - Valorizzazione e promozione turistica del territorio; - Realizzazione e potenziamento di Centri di Eccellenza delle peculiarità produttive del territorio; - Valorizzazione delle produzioni agroalimentari soprattutto attraverso interventi a sostegno delle filiere.
Potenziamento dei Sistemi Produttivi Locali	Rafforzamento della politica dei Sistemi Produttivi Locali, dei distretti industriali e tecnologici	<ul style="list-style-type: none"> - Attuazione di Piani di Sviluppo riferiti ai sistemi produttivi locali agroindustriale e chimico-farmaceutico; - Rendicontazione delle progettualità relative ad Azioni di Sistema dei sistemi produttivi locali della nautica e della cantieristica.
Innovazione a sostegno della competitività	Sviluppo e promozione della politica delle infrastrutture per favorire la modernizzazione del territorio.	Prosecuzione dei lavori nell'ambito del tavolo di Concertazione Settoriale Infrastrutture, Mobilità e Logistica previsto dal "Progetto Provincia di Latina"
Innovazione a sostegno della competitività	Sostegno alle attività di ricerca e trasferimento tecnologico alle imprese	<ul style="list-style-type: none"> - Completamento del progetto “Trasferimento Tecnologico alle Imprese”; - Progetto “Piattaforma BIOTech”; - Progetto “Emas di Distretto”; - Premio “Impresa Energia, Turismo e Ambiente”.
Contributi e accesso al credito	Favorire l'accesso al credito alle imprese del territorio	Analisi propedeutica alla trasformazione del Consorzio Intrafidi in organismo autonomo ex art. 106 del TUB.
Qualità dei servizi alle imprese	Completamento del processo di telematizzazione dei servizi della Camera di Commercio	<ul style="list-style-type: none"> - Adozione di “Comunicazione Unica” per la semplificazione burocratica, a partire dal 01 aprile 2010; - organizzazione di incontri con professionisti e rappresentanti di impresa sia sulla “Comunicazione Unica”, sia sulle procedure telematiche a disposizione dell'utenza; - attivazione del servizio di assistenza telefonica sulla gestione delle pratiche telematiche; - implementazione dei flussi telematici con le altre PA.

Internazionalizzazione

Obiettivo dell'Ente Camerale è affiancare e supportare le imprese nel processo di internazionalizzazione, sviluppando sinergie gestionali ed economiche per ridurre i costi di produzione e mettendo a disposizione degli operatori una metodologia adeguata alla realtà economica locale, allo scopo di incrementare la competitività e l'immagine complessiva del territorio.

In tale contesto, risultano estremamente importanti le iniziative/progetti completati nel 2010 dall'Ente Camerale, finalizzati sia a capitalizzare ed estendere al sistema delle imprese il Know-how acquisito in tema di internazionalizzazione, mediante l'adesione a specifici gruppi di lavoro partecipati dalle Strutture Camerali, sia ad ampliare le opportunità commerciali delle imprese locali all'estero, attraverso la partecipazione e l'organizzazione di missioni economiche incoming e outgoing (Egitto, Cina, Russia, Brasile, emirati Arabi Uniti ecc).

Marketing Territoriale

Il Marketing Territoriale può essere definito come un processo di comunicazione in cui il territorio viene assunto come risorsa. Tale processo richiede comprensione delle effettive esigenze dei potenziali investitori nonché un'attenta valutazione degli assets locali ed un attento esame della compatibilità tra strategia di impresa e sviluppo locale.

L'Ente Camerale si propone di avviare, unitamente agli Enti locali interessati, ai Consorzi Industriali presenti in provincia, ed alle Società competenti, una concreta azione d'immagine e di vera e propria vendita all'esterno delle "opportunità" di investimenti nell'area, attraverso "pacchetti insediativi" contenenti le agevolazioni finanziarie ed il percorso burocratico amministrativo con tempi certi per le relative autorizzazioni.

Nel 2010, gli sforzi della Camera in tema di Marketing Territoriale, sono stati rivolti alla programmazione di numerose iniziative/progetti riguardanti i principali settori dell'economia provinciale:

- Sono stati messi a punto, con il supporto del Centro Studi sul Turismo, progetti finalizzati ad esaltare la vocazione turistica del territorio attraverso l'integrazione con altre filiere leader operanti nel contesto provinciale, con la definizione di strategie di programmazione e di intervento condivise;
- è stata avviata, in collaborazione con l'ISNART, la creazione e la promozione del "Marchio di qualità" per le strutture alberghiere della Provincia di Latina, con l'obiettivo di promuovere l'immagine del territorio attraverso modelli di ospitalità efficaci ed efficienti e attraverso la creazione di un marchio riconoscibile di prodotto turistico,
- Sono stati organizzati e promossi eventi, fiere e manifestazioni finalizzate a promuovere e valorizzare il patrimonio enogastronomico della Provincia e a stimolare, al tempo stesso, il processo di riqualificazione e destagionalizzazione dei flussi turistici del territorio provinciale (es. Club del Gusto).
- E' stata promossa l'organizzazione e la partecipazione a fiere e workshop allo scopo di presentare ai mercati nazionali e internazionali l'offerta turistica della Provincia (Buy Lazio, B.I.T. di Milano, Globe di Roma);
- Sono state promosse iniziative/progetti finalizzate alla promozione delle eccellenze produttive del territorio, dalla nautica, all'artigianato, al comparto agro-industriale. Sono inoltre proseguite le attività di vigilanza sui prodotti a denominazione IGP e DOP.

Potenziamento dei Sistemi Produttivi Locali

Obiettivo dell'Ente Camerale è promuovere lo sviluppo del sistema delle imprese locali attraverso azioni di rete che ne rafforzino le misure organizzative, l'integrazione per filiera, lo scambio e la diffusione delle tecnologie, lo sviluppo di servizi di sostegno e forme di collaborazione tra le diverse realtà produttive. In tale contesto, nel 2010 la Camera ha contribuito all'attivazione di processi ulteriori di sviluppo dei sistemi produttivi locali, mediante l'attuazione di appositi Piani di Sviluppo del settore agroindustriale e chimico-farmaceutico, e di Azioni di sistema sul settore della nautica e della cantieristica. Tali iniziative sono finalizzate a individuare in un'ottica sistemica tutti gli

elementi significativi per orientare le strategie di sviluppo relativamente alla logistica, al marketing, al credito e alla formazione, in relazione ai diversi settori di riferimento.

Innovazione a sostegno della competitività

L'azione dell'Ente Camerale ***in ambito di politica delle infrastrutture***, si sviluppa su un duplice fronte: da una parte la Camera concorre al potenziamento e all'implementazione delle infrastrutture esistenti; dall'altra l'azione è volta a individuare e comprendere i cambiamenti in atto nei bisogni di mobilità e suggerire politiche volte a nuove soluzioni di trasporto, anche sintetizzando e superando le eventuali divisioni tra gli enti che hanno i compiti di programmazione e regolazione del settore. Nel 2010, sono proseguiti i lavori del Tavolo di Concertazione Settoriale Infrastrutture, Mobilità e Logistica previsto dal "Progetto Provincia Latina", nell'ambito dei quali l'Ente Camerale ha presentato alcune proposte finalizzate al miglioramento della viabilità della Provincia di Latina, attraverso l'ampliamento/adequamento delle infrastrutture stradali e lo sviluppo del trasporto ferroviario. Per quanto riguarda il trasporto marittimo, nel 2010 l'Ente camerale, la Regione Lazio, l'Autorità Portuale e il Comune di Latina hanno delineato e condiviso le nuove strategie di sviluppo e trasformazione del Porto di Gaeta, allo scopo di creare un polo agroalimentare che diventi nel tempo punto di riferimento del settore per l'intero centro sud.

In tema ***di innovazione e di trasferimento tecnologico alle imprese***, l'Ente Camerale nel 2010 ha partecipato a numerose iniziative il cui fine è quello di:

- supportare le attività di ricerca sviluppate nell'ambito dei Sistemi Produttivi Locali della nautica, del chimico-farmaceutico e dell'agroalimentare (progetto "Piattaforma BIOtech" ed "EMAS di Distretto"), attraverso l'utilizzo di risorse comunitarie, nazionali e regionali;
- favorire il trasferimento tecnologico alle imprese del territorio, incentivando l'introduzione dell'innovazione tecnologica a supporto dei processi produttivi e migliorando i canali di comunicazione a disposizione delle imprese verso gli altri attori del processo di innovazione, quali Università, Centri di ricerca, Enti locali ed altri Enti pubblici (progetto "Trasferimento Tecnologico alle Imprese");

- incentivare e promuovere lo sviluppo di idee progettuali ecosostenibili, aumentando la visibilità delle imprese locali che operano nel rispetto dell'ambiente (Premio "Impresa Energia, Turismo e Ambiente").

Contributi e accesso al credito

L'Ente Camerale, per il tramite del Consorzio Intrafidi, è da tempo direttamente impegnata nel favorire la concessione di credito nel sistema bancario per il riequilibrio finanziario delle realtà imprenditoriali che hanno sede legale e operativa nel territorio provinciale.

In considerazione della grave crisi economica che ha colpito i mercati nazionali ed internazionali, si è avvertita la necessità di ridisegnare il ruolo strategico del Consorzio Intrafidi sul territorio, non più come mero braccio operativo dell'Ente, ma come organismo autonomo, accreditato presso la Banca d'Italia, in grado di svolgere un'efficace attività di concessione dei finanziamenti. Dopo aver approfondito la materia presso la Banca d'Italia, nel 2010 è stata completata la fase di studio ed analisi propedeutica che ha portato nel 2011 alla trasformazione del Consorzio in un nuovo organismo ex art. 106 della Legge Bancaria.

Qualità dei servizi alle imprese

Il miglioramento della qualità dei servizi anagrafico – certificativi alle imprese locali, rappresenta per l'Ente Camerale un passo fondamentale per accrescere la competitività e l'attrattività del territorio provinciale. Migliorare la qualità dei servizi camerali significa innovare radicalmente le logiche e le modalità di erogazione dei servizi stessi, attraverso il ricorso alla telematizzazione.

A partire dal 01 aprile 2010, l'Ente Camerale ha adottato la "Comunicazione Unica", per la semplificazione burocratica, uno strumento che consente l'inoltro di istanze di iscrizione, variazione e cancellazione indirizzate contemporaneamente a più organismi (Camere di Commercio, INPS, INAIL, Agenzia delle Entrate, Associazioni di categoria) con i mezzi informatici. Al fine di promuovere tale strumento e di incentivarne l'utilizzo, la Camera di Commercio, in collaborazione con Unioncamere,

ha organizzato incontri con professionisti e rappresentanti di impresa e attivato un servizio di assistenza telefonica per fornire informazioni sulla gestione delle pratiche telematiche.

L'Ente Camerale ha inoltre proseguito la propria attività finalizzata all'implementazione di flussi telematici con le altre PA. A tal riguardo, è stato definitivamente avviato, nel mese di giugno 2010, il collegamento telematico tra il Registro delle Imprese e il Tribunale di Latina, che consente di ricevere on line tutta la documentazione concernente le procedure concorsuali relative ad imprese locali.

Capitolo 2

Gli stakeholders dell'Ente Camerale

2.1. La nozione di stakeholder

La rendicontazione sociale è il processo attraverso il quale un'amministrazione si assume la responsabilità del proprio operato nei confronti dei portatori di interesse (stakeholder).

Per stakeholder si intendono quelle entità o persone che sono interessate in modo significativo dalle attività e/o dai servizi dell'organizzazione e le cui azioni influenzano la capacità dell'organizzazione di implementare le proprie strategie e raggiungere i propri obiettivi. Tale definizione comprende le entità o le persone i cui diritti ai sensi della legge attribuiscono loro delle legittime pretese nei confronti dell'organizzazione. Gli stakeholder possono comprendere sia coloro che "investono" nell'organizzazione (ad esempio, dipendenti, azionisti, fornitori) sia coloro che sono parte esterna all'organizzazione (ad esempio, le comunità, enti locali).

La definizione generale di stakeholder, anche se adattata al contesto pubblico, mantiene sempre lo stesso significato: gli stakeholder dell'Ente Camerale sono tutti quei soggetti che vantano legittime pretese nei confronti dell'Ente stesso, in quanto hanno l'aspettativa di trarre benefici - "utilità" dirette ed indirette - dal complesso delle attività realizzate dalla Camera di Commercio.

2.2. Individuazione degli stakeholders dell'Ente camerale

L'individuazione dei propri stakeholder è il primo momento di assunzione di responsabilità sociale da parte di un'organizzazione, che individua i propri principali interlocutori, definisce regole e modalità di relazione con essi e si assume la responsabilità di rendicontare loro, in modo trasparente e costante nel tempo, la propria performance in ambito economico, sociale e ambientale.

Il processo di identificazione degli stakeholders tiene conto sia della capacità dei differenti portatori di interesse di influenzare la definizione degli obiettivi strategici della Camera, sia dell'effettivo interesse dei singoli stakeholders per le singole attività svolte dall'Ente Camerale.

La Camera di Commercio di Latina, nello svolgimento delle proprie attività interagisce e crea valore nei confronti delle seguenti categorie di stakeholder.

MAPPA DEGLI STAKEHOLDERS



2.2.1. Sistema delle imprese operanti sul territorio

Il sistema delle imprese operanti sul territorio, in quanto principale interlocutore dell'Ente Camerale, rappresenta il più importante portatore di interesse dell'Ente stesso. Obiettivo istituzionale della Camera di Commercio è creare le condizioni per favorire la crescita e lo sviluppo delle economie locali. Per tale ragione tutte le attività svolte dall'Ente sono rivolte in primo luogo al sistema delle imprese operanti nella Provincia:

- nell'ambito delle proprie funzioni amministrative, l'Ente Camerale ha costituito una sorta di anagrafe di tutte le imprese della provincia, favorendone il monitoraggio;
- l'esercizio delle funzioni di regolazione del mercato consente all'Ente Camerale di contribuire alla tutela della libera concorrenza, della trasparenza e della correttezza dei rapporti commerciali;
- attraverso l'esercizio delle funzioni di promozione, l'Ente Camerale contribuisce allo sviluppo e alla crescita delle potenzialità locali e dei settori economici di riferimento;
- con le attività in ambito di "internazionalizzazione", l'Ente Camerale favorisce la penetrazione delle aziende locali nei mercati esteri e/o e promuove gli investimenti esteri sul territorio della provincia.

2.2.2. Sistema Finanziario

La Camera di Commercio di Latina, in qualità di soggetto promotore dello sviluppo locale, è da tempo impegnata in iniziative finalizzate ad agevolare l'accesso al credito delle imprese della Provincia, favorendo l'incontro delle stesse con gli operatori del sistema finanziario. In tale contesto, l'Ente Camerale, attraverso il Consorzio Intrafidi, ha stipulato una serie di Convenzioni con vari Istituti di credito che prevedono finanziamenti, assistiti da garanzia sussidiaria della Camera di Commercio e della Provincia di Latina, regolati ai tassi di mercato più favorevoli. Attraverso tali iniziative, l'Ente Camerale crea "valore" non solo per le imprese del territorio, che beneficiano dei flussi finanziari necessari alla loro sopravvivenza e sviluppo, ma anche per gli operatori del sistema finanziario, che hanno la possibilità di sfruttare un canale diretto per indirizzare la propria offerta, beneficiando delle garanzie al credito erogate dall'Ente Camerale.

2.2.3. Risorse Umane

Oltre a rappresentare l'unico stakeholder interno, le risorse umane costituiscono il vero e proprio patrimonio della Camera di Commercio: è infatti attraverso l'impegno costante dei propri dipendenti che l'Ente Camerale riesce nell'intento di generare valore aggiunto agli altri portatori di interessi.

La Camera di Commercio di Latina è da tempo impegnata nella promozione di politiche finalizzate a garantire ai dipendenti parità di trattamento e condizioni di lavoro eque e a favorire al contempo lo sviluppo e la valorizzazione delle risorse, con l'obiettivo di motivarne ed incentivarne il miglioramento delle prestazioni e di svilupparne le capacità professionali.

2.2.4. Cittadini e consumatori

La Camera di Commercio di Latina, nell'ambito delle proprie funzioni di regolazione del mercato, svolge delle attività dirette a garantire la trasparenza e la correttezza dei rapporti commerciali e a tutelare i consumatori, in quanto parte svantaggiata nei rapporti contrattuali.

2.2.5. Associazioni di categoria

Le Associazioni di categoria partecipano al governo dell'Ente camerale, contribuendo, per il tramite dei propri esponenti negli organi della Camera, alla programmazione delle politiche di sviluppo del sistema economico locale.

2.2.6. Sistema Camerale

La Camera di Commercio è parte integrante di un sistema a rete (Sistema Camerale), in cui ogni soggetto partecipante opera in una logica di costante e reciproca interazione e integrazione al fine di generare valore aggiunto ai propri associati garantendo servizi, strategie di sviluppo e progetti.

Il Sistema Camerale è dunque interlocutore della Camera di Commercio di Latina, la quale contribuisce, attraverso la costante interazione con le altre organizzazioni della “rete”, alla realizzazione e gestione sinergica di servizi e attività di interesse generale per l’intero sistema, al consolidamento delle strutture telematiche e alla condivisione del patrimonio di conoscenze, allo scopo di favorire la creazione di un sistema unico integrato capace di tutelare al meglio gli interessi dei sistemi economici locali.

I numeri del Sistema Camerale Italiano
105 Camere di Commercio
1 Unione Nazionale delle Camere di Commercio
19 Unioni Regionali delle Camere di Commercio
16 Società di Sistema
66 Camere arbitrali
103 Camere di Conciliazione
21 Laboratori chimico – merceologici
38 Borse merci e Sale di contrattazione
146 Sedi distaccate per l’erogazione di servizi sul territorio
144 Aziende speciali per la gestione di servizi prom. e infr.
607 Partecipazioni con altri soggetti pubblici e privati in infr.
9 Centri per il commercio estero
65 Eurosportelli
74 Camere di commercio italiane all’estero
32 Camere di commercio italo-estere

Fonte dati: sito istituzionale Unioncamere

2.2.7. Pubblica Amministrazione

La Pubblica Amministrazione è portatrice di interessi da e verso la Camera di commercio a diversi livelli. Le principali linee di interscambio con altre P.A. possono essere riassunte tenendo conto che la Camera si interfaccia con:

- Amministrazione centrale in relazione al coordinamento di alcune attività sul territorio locale;
- Regione nella progettazione e gestione di diversi progetti comuni;
- altri Enti locali della provincia in relazione a specifiche iniziative a sostegno del territorio.

Capitolo 3

Dimensione economica: il valore aggiunto prodotto e distribuito agli stakeholders

3.1. Il Valore Aggiunto Globale

Una componente fondamentale di responsabilità sociale è legata alla capacità di generare utilità dalla Camera di Commercio di Latina a favore delle diverse categorie di portatori di interesse, sia interni sia esterni all'ente. A tal fine, si rende necessario un processo di riclassificazione dei dati di Bilancio che consenta di determinare l'ammontare dell'utilità prodotta dalla Camera a favore dei propri portatori di interesse.

Nei paragrafi successivi sono dettagliate le diverse fasi che hanno portato alla determinazione del Valore Aggiunto prodotto e distribuito dall'ente, secondo quanto statuito dal D.P.R. n. 154/2005:

- quantificazione del "Valore aggiunto globale" prodotto, cioè dell'insieme delle risorse generate dalla Camera attraverso la riclassificazione delle voci di bilancio;
- scomposizione del "Valore aggiunto globale", attraverso la sua distribuzione tra i diversi portatori di interesse e beneficiari delle attività camerali.

Di seguito è riportato il Conto Economico della Camera di Commercio per gli anni 2008, 2009 e 2010.

Conto Economico Sintetico

	2008	2009	2010
Proventi Gestione Corrente (A)	13.291.721,00	13.305.821,38	14.323.500,07
<i>Personale</i>	3.872.754,99	3.728.093,78	3.721.874,44
<i>Funzionamento</i>	2.643.712,15	2.858.180,49	2.704.277,22
<i>Interventi Economici</i>	2.261.550,00	2.769.737,95	3.994.205,21
<i>Ammortamento ed accantonamento</i>	3.794.745,00	4.024.010,03	4.067.063,60
Oneri Gestione Corrente (B)	12.572.762,14	13.380.022,25	14.487.420,47
Risultato della Gestione Corrente (A-B)	718.958,86	- 74.200,87	- 163.920,40
+/- Risultato della Gestione Finanziaria	42.981,98	118.144,55	- 23.599,81
+/- Risultato della Gestione Straordinaria	236.429,53	279.521,43	190.794,22
+/- Diff./Rett. di valore dell'Attività Finanziaria	- 498.758,11	- 352.658,61	- 109.283,74
Avanzo/Disavanzo Economico d'esercizio	499.612,26	- 29.193,50	- 106.009,73

Fonte: elaborazione Area Amministrativo-Contabile

3.2. Determinazione del Valore Aggiunto Globale prodotto

Si ricorda che il Valore Aggiunto può essere definito come “l'utilità economica che la Camera di commercio mette a disposizione dei diversi soggetti, esterni ma anche interni all'Ente, che a vario titolo traggono beneficio dalla presenza e dall'operare della Camera stessa”.

Il valore aggiunto è costituito dalla differenza tra valore della produzione, ossia dal totale delle fonti al netto dei costi di struttura o consumi intermedi (beni e servizi) utilizzati per il funzionamento dell'Ente, che è distribuito in favore dei propri Stakeholder.

La determinazione del Valore Aggiunto Globale (VAG) è stata elaborata, nel rispetto della metodologia di calcolo definita dalle linee guida GBS con opportuni adeguamenti per la specificità della Camera di Commercio, partendo dalla riclassificazione delle singole voci del conto economico in un apposito prospetto secondo le seguenti 4 fasi:

- a. Determinazione del Valore Globale della Produzione (VGP)
- b. Determinazione del Valore Aggiunto Caratteristico Lordo (VACL)
- c. Determinazione del Valore Aggiunto Globale Lordo (VAGL)
- d. Determinazione del Valore Aggiunto Globale Netto (VAGN)

a) Determinazione del Valore Globale della Produzione (VGP)

Il Valore Globale della Produzione corrisponde al totale dei proventi di gestione corrente al netto della svalutazione dei crediti.

Valore Aggiunto caratteristico Lordo (VACL)

	2008	2009	2010
Valore Globale della Produzione (VGP) (A)	10.652.891	10.414.890	11.466.320
<i>Oneri di funzionamento</i>	2.643.712	2.858.180	2.704.277
<i>(-) Oneri fiscali</i>	- 365.883	- 354.591	- 289.939
<i>(-) Quote associative</i>	- 745.008	- 791.355	- 853.376
<i>(-) Compensi agli organi istituzionali</i>	- 161.560	- 286.793	- 238.853
<i>(-) Costi relativi alla formazione del personale</i>	- 93.026	- 84.323	- 77.243
<i>(-) Buoni pasto e rimborsi per missioni</i>	- 166.011	- 156.099	- 168.080
Costi di struttura (B)	- 1.112.223	- 1.185.019	- 1.076.787
Valore Aggiunto Caratteristico Lordo (VACL) (A)-(B)	9.540.668	9.229.871	10.389.533

Fonte: elaborazione Area Amministrativo-Contabile

b) Determinazione del Valore Aggiunto Caratteristico Lordo (VACL)

Il Valore Aggiunto Caratteristico Lordo si ottiene come differenza tra il VGP ed i costi di struttura, rappresentati dagli oneri di funzionamento al netto di tutte quelle spese che sono direttamente riconducibili a forme di remunerazione per i portatori di interesse (oneri fiscali, delle quote associative, dei compensi agli organi istituzionali, dei costi relativi alla formazione del personale, dei buoni pasti e rimborsi per missioni).

Valore Aggiunto caratteristico Lordo (VACL)

	2008	2009	2010
Valore Globale della Produzione (VGP) (A)	10.652.891	10.414.890	11.466.320
<i>Oneri di funzionamento</i>	2.643.712	2.858.180	2.704.277
<i>(-) Oneri fiscali</i>	- 365.883	- 354.591	- 289.939
<i>(-) Quote associative</i>	- 745.008	- 791.355	- 853.376
<i>(-) Compensi agli organi istituzionali</i>	- 161.560	- 286.793	- 238.853
<i>(-) Costi relativi alla formazione del personale</i>	- 93.026	- 84.323	- 77.243
<i>(-) Buoni pasto e rimborsi per missioni</i>	- 166.011	- 156.099	- 168.080
Costi di struttura (B)	- 1.112.223	- 1.185.019	- 1.076.787
Valore Aggiunto Caratteristico Lordo (VACL) (A)-(B)	9.540.668	9.229.871	10.389.533

Fonte: elaborazione Area Amministrativo-Contabile

c) Determinazione del Valore Aggiunto Globale Lordo (VAGL)

Sommando al VACL i saldi della gestione finanziaria, della gestione straordinaria e delle rettifiche da attività finanziarie, si perviene al Valore Aggiunto Globale Lordo (VAGL) che evidenzia la ricchezza prodotta dall'Ente.

Valore Aggiunto Globale Lordo (VAGL)

	2008	2009	2010
Valore Aggiunto Caratteristico Lordo (VACL) (A)	9.540.668	9.229.871	10.389.533
<i>(+/-) Saldo gestione finanziaria</i>	42.982	118.145	- 23.600
<i>(+/-) Saldo gestione straordinaria</i>	236.430	279.521	190.794
<i>(+/-) Saldo rettifiche valore attività finanziaria</i>	- 498.758	- 352.659	- 109.284
Gestione accessoria e straordinaria (B)	- 219.347	45.007	57.911
Valore Aggiunto Globale Lordo (VAGL) (A)+/(B)	9.321.321	9.274.878	10.447.444

Fonte: elaborazione Area Amministrativo-Contabile

d) Determinazione del Valore Aggiunto Globale Netto (VAGN)

Sottraendo infine al VAGL gli accantonamenti a fondo spese future, gli ammortamenti (materiali ed immateriali) ed il risultato di gestione, si determina il Valore Aggiunto Globale Netto, ovvero la ricchezza prodotta nell'esercizio e distribuita ai portatori d'interesse. Rispetto a quanto riportato nel precedente Bilancio Sociale, si sono operate alcune differenti riclassifiche che hanno portato a valori differenti del VAGN per il 2008 e 2009, qui di seguito riportati nei valori rettificati e quindi comparabili con il risultato per il 2010.

Valore Aggiunto Globale Netto (VAGN)

	2008	2009	2010
Valore Aggiunto Globale Lordo (VAGL)	9.321.321	9.274.878	10.447.444
(-) Fondo spese future	- 850.000	- 828.000	- 888.755
(-) Immobilizzazioni Immateriali	- 5.676	- 6.416	- 18.661
(-) Immobilizzazioni Materiali	- 300.239	- 298.662	- 302.468
(+) Avanzo (-) Disavanzo della gestione	499.612	- 29.194	- 106.010
Valore Aggiunto Globale Netto (VAGN)	8.665.019	8.112.606	9.131.551

Fonte: elaborazione Area Amministrativo-Contabile

Si evidenzia come ci sia una tendenza, progressiva negli anni, alla crescita del VAG, che, rispetto al 2009, è aumentato nel 2010 del 14%.

3.3. Distribuzione del Valore Aggiunto Globale

Il prospetto di seguito riportato mostra la distribuzione del Valore Aggiunto Globale tra i diversi portatori d'interesse identificati: Sistema imprese, utenti e consumatori, Pubblica Amministrazione, Sistema Camerale, Personale.

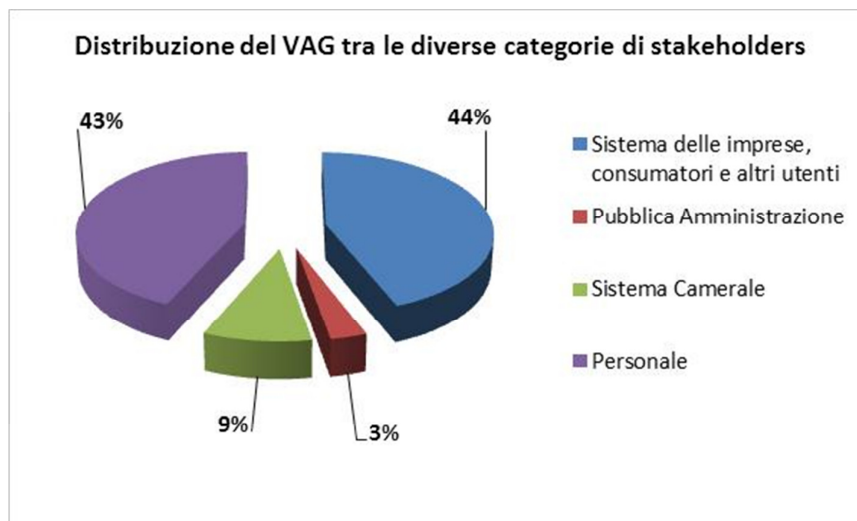
Rispetto a quanto riportato nel Bilancio Sociale 2009, si sono operate anche in questo caso alcune riclassifiche che hanno portato ad una differente distribuzione del VAG tra i diversi stakeholder, nell'ottica di una più coerente rappresentazione dello stesso. Nella tabella seguente sono riportati, quindi, i valori per il 2008 e 2009, così corretti e di conseguenza comparabili con quanto determinato per il 2010.

Distribuzione del Valore Aggiunto Globale Netto (VAGN)

	2008	2009	2010
Sistema Imprese, consumatori e altri utenti	3.422.335	2.998.144	4.021.038
Pubblica Amministrazione	365.883	354.591	289.939
Sistema Camerale	745.008	791.355	853.376
Personale	4.131.793	3.968.516	3.967.198
Valore Aggiunto Globale	8.665.019	8.112.606	9.131.551

Fonte: elaborazione Area Amministrativo-Contabile

Quasi la metà del valore aggiunto (45%) è stata distribuita al Sistema Imprese, dei consumatori e degli altri utenti, segue il Personale (42%), mentre quote residuali sono destinate al Sistema Camerale (9%) alla Pubblica Amministrazione (3%).



Il **Sistema Imprese e gli utenti del territorio**, che rappresentano il tessuto economico-produttivo della Provincia, sono il principale beneficiario delle attività della Camera, quali destinatari dei tre servizi istituzionali dell'ente: servizi di anagrafica e certificativi, di regolazione del mercato, e le iniziative per la promozione e lo sviluppo del territorio. Si evidenzia negli anni un aumento, sia in

termini assoluti che percentuali, della quota parte di Valore Aggiunto distribuito alle imprese ed agli utenti (32% nel 2008, 37% nel 2009 e 45% nel 2010).

Verso il **Personale** è rivolta una significativa percentuale del valore aggiunto distribuito (42%). La remunerazione di questo Stakeholder è costituita dal totale delle spese del personale, incluse le spese per la formazione, i rimborsi spese per missioni e buoni pasto. Negli anni la quota parte di VAG distribuito al personale è scesa (54% nel 2008, 49% nel 2009 e 42% nel 2010), a beneficio del VAG distribuito al sistema imprese e territorio.

Il **Sistema Camerale** è beneficiario di una quota non indifferente del valore aggiunto, pari al 9% del totale. Tale percentuale si mantiene pressoché costante negli anni (10% nel 2008 e 2009) . Tale dato evidenzia l'impegno dell'Ente nel partecipare a pieno titolo alla rete del sistema camerale così da concorrere, anche attraverso la forza complessiva del sistema nazionale e regionale delle Camere di Commercio, al sostegno dello sviluppo economico.

La **Pubblica Amministrazione** è beneficiaria di una remunerazione, pari al 3% del Valore Aggiunto, derivante dalle imposte. Nel tempo, tale percentuale è decresciuta progressivamente (5% nel 2008, 4% nel 2009, 3% nel 2010).

3.4. Interventi economici dell'Ente Camerale

La Camera di Commercio di Latina destina annualmente buona parte delle proprie risorse alle attività e ai servizi a favore del Sistema Imprese e degli utenti del territorio.

Di seguito si riporta il dettaglio, assoluto ed in termini percentuali, degli interventi economici a favore del Sistema Imprese per l'anno 2010, di quasi 4 milioni di euro, per tipologia di servizio, per comparto economico interessato e per categoria di intervento

Valore degli interventi economici per tipologia di servizio - anno 2010		
Servizio	Val. interventi (Euro)	%
Promozione dello sviluppo economico locale	3.865.293	97%
Servizi Anagrafico-certificativi e Regolazione del mercato	129.912	3%
Totale	3.995.205	100%

Valore degli interventi economici per comparto economico anno 2010		
Comparto	Val. interventi (Euro)	%
Agricoltura	283.798	7%
Agro-Industria	289.361	7%
Nautica e cantieristica da riporto	1.284.329	32%
Chimico-farmaceutico	156.089	4%
Turismo	471.737	12%
Commercio	342.751	9%
Servizi	495.480	12%
Artigianato	503.248	13%
Costruzioni	168.413	4%
Totale	3.995.205	100%

Valore degli interventi economici per categoria di intervento anno 2010		
Categoria di intervento	Val. interventi (Euro)	%
Internazionalizzazione	286.841	7%
Marketing territoriale e sviluppo SPL	2.310.755	58%
Formazione e orientamento imprenditorialità	419.780	11%
Studi ed informazione economica	231.355	6%
Innovazione e qualità	636.475	16%
Contributi ed accesso al credito	110.000	3%
Totale	3.995.205	100%

3.5. Indicatori economico-finanziari

Indicatori di performance economico-finanziari			
Tipologia	Formula (N =Numeratore; D=Denominatore)	2009	2010
Tasso di realizzazione dei programmi promozionali	N: Ammontare impieghi realizzati per attività promozionali D: Ammontare impieghi previsti da budget per attività promozionali	82,78%	92,44%
Tasso di riscossione delle entrate del diritto annuale	N: Totale entrate di competenza effettivamente riscosse per diritto annuale nell'anno D: Totale diritto annuale accertato al lordo delle svalutazioni imputate al fondo	71,24%	72,61%
Autonomia finanziaria	N: Totale proventi per la gestione corrente al netto degli interventi a titolo di fondo perequativo D: Totale oneri per la gestione corrente al netto dei contributi per il fondo perequativo	99,48%	98,75%
Rigidità gestionale	N: Totale spese correnti al netto dei contributi per il fondo perequativo e delle spese per attività promozionali D: Entrate della gestione corrente al netto di tutti gli interventi a titolo di fondo perequativo	55,29%	50,15%
Incidenza dei costi del personale sul totale oneri	N: Totali oneri del personale (competenze al personale e oneri sociali incluse fatture per contratti temporanei) D: Totali oneri della gestione corrente al netto degli oneri per la svalutazione crediti	35,54%	32,00%
Incidenza dei costi del personale su proventi	N: Totali oneri del personale (competenze al personale e oneri sociali incluse fatture per contratti temporanei) D: Totali proventi della gestione corrente al netto di variazioni rimanenze e fondo svalutazione crediti	35,57%	32,45%
Incidenza dei contratti per lavoro interinale	N: Totale oneri per lavoro interinale D: Totali oneri del personale (competenze al personale e oneri sociali incluse fatture per contratti temporanei)	0,53%	1,86%
Incidenza dei contratti di lavoro a progetto	N: Totale oneri per lavoro a progetto e interinale D: Totali oneri del personale (competenze al personale e oneri sociali incluse fatture per contratti temporanei)	0,00%	0,00%
Incidenza dei costi di funzionamento sul totale costi	N: Totale oneri di Funzionamento D: Totale oneri della gestione corrente	21,36%	18,67%
Costi connessi alla modernizzazione delle infrastrutture interne	N: Costi connessi all'automazione D: Totale oneri di Funzionamento	8,35%	10,01%

N: Numeratore

D: Denominatore

Capitolo 4

Dimensione sociale: i servizi e le iniziative dell'Ente Camerale

4.1. Risorse Umane

Premessa

La Camera di Commercio di Latina riconosce la centralità delle risorse umane nella convinzione che il principale fattore di successo dell'Ente sia costituito dal contributo professionale delle persone che vi operano. Una efficiente organizzazione interna, la valorizzazione delle risorse umane e una adeguata formazione contribuiscono infatti a garantire il buon funzionamento dell'Ente e l'erogazione di servizi di qualità, in grado di soddisfare le esigenze dell'utenza. In tale contesto, la gestione delle risorse della Camera di Commercio di Latina è orientata a garantire la parità di trattamento e condizioni di lavoro eque e a favorire lo sviluppo e la valorizzazione delle competenze dei singoli dipendenti, con l'obiettivo di motivarne ed incentivarne il miglioramento delle prestazioni e di svilupparne le capacità professionali.

Analisi dell'organico dell'Ente Camerale

Il personale della Camera di Commercio di Latina opera secondo le norme della Pubblica Amministrazione, che prevedono lo svolgimento in autonomia dei compiti amministrativi. Il rapporto con gli Organi Camerali non è di subordinazione gerarchica, ma di impegno nell'attuazione delle politiche e degli indirizzi da essi stabiliti. L'organizzazione degli uffici e dei servizi, si ispira a criteri di funzionalità rispetto agli obiettivi programmati ed alla loro evoluzione nel tempo, di flessibilità nella gestione, di imparzialità, trasparenza e responsabilità di risultato, in rapporto al livello di autonomia ed alle risorse assegnate alle singole aree gestionali.

Al 31/12/2010, risultano in servizio presso la Camera di Commercio di Latina 79 unità, compreso il Segretario Generale, su una dotazione organica di 86 unità approvata con determina commissariale n. 30 , del 26 Maggio 2008 e modificata in alcuni profili professionali con determina del Segretario

Generale n. 555, del 22 Giugno 2009. La quasi totalità delle risorse (96,2% pari a 76 unità) è assunto con contratto a tempo indeterminato, mentre è scarso il ricorso dell'Ente a forme di contratto atipiche, con soli 3 dipendenti assunti con contratto di somministrazione di lavoro a tempo determinato. Limitato è anche il ricorso al part time, con solo 8 dipendenti che hanno optato per tale soluzione contrattuale, pari al 10,53% del totale della forza lavoro.

Organico al 31/12/2010

Categoria Contrattuale	Dotazione Organico vigente	Personale in servizio al 31/12/2010	Personale in servizio al 31/12/2009	Variazione in valore assoluto
Dirigenti	4	4	4	0
Impiegati e funzionari: Categoria D	25	20	20	0
Impiegati e funzionari: Categoria C	33	28	28	0
Impiegati e funzionari: Categoria B	20	20	20	0
Impiegati e funzionari: Categoria A	4	4	4	0
Contratti di somministrazione	N/a	3	2	1
Totale	86	79	78	1

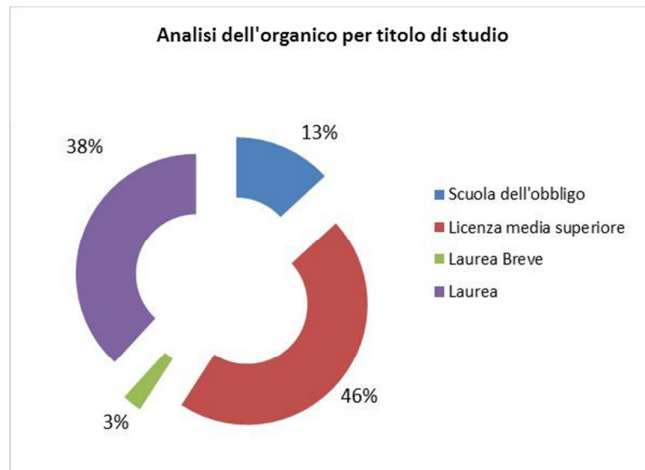
Rispetto al 2009, l'organico complessivo risulta pressoché invariato, evidenziando solo l'aumento dei dipendenti con contratto di somministrazione lavoro nella misura di una unità.

Invariata è anche la distribuzione dell'organico per categoria contrattuale che, come nel 2009, prevede:

- 4 dirigenti, compreso il Segretario Generale;
- 20 impiegati di categoria D;
- 28 impiegati di categoria C;
- 20 impiegati di categoria B;
- 4 impiegati di categoria A.

L'analisi delle percentuali di scolarizzazione evidenzia la crescente propensione dell'Ente Camerale a reclutare personale altamente specializzato: il 46% dei dipendenti è infatti in possesso di una licenza di scuola superiore, mentre il 41% è in possesso di un diploma di laurea.

Bilancio Sociale 2010

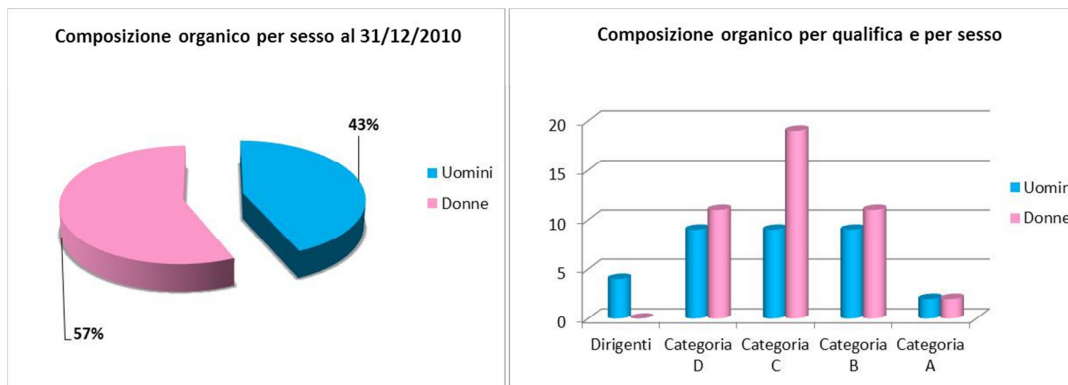


Diversità e pari opportunità

La Camera di Commercio di Latina gestisce le risorse umane nel pieno rispetto dei diritti sanciti dalle norme di legge e dai contratti di lavoro.

L'organico dell'Ente Camerale, al 31/12/2010, comprende 6 dipendenti disabili, pari al 7% del totale dei dipendenti in servizio, in conformità con quanto stabilito dall'art. 3 della Legge 68/1999. La Camera inoltre ha l'obiettivo di assumere una risorsa appartenente a categorie protette, per ottemperare agli obblighi previsti dall'art. 18 della Legge 68/1999.

La presenza femminile al 31/12/2010 si attesta intorno al 57% per un totale di 43 unità, sostanzialmente in linea con il precedente anno, e il rapporto del salario base tra uomo e donna per inquadramento è pari a 1.



Dall'analisi dell'organico per classi di età emerge che le fasce maggiormente popolate sono quelle tra i 35 e i 44 anni (46%) e tra i 45 e i 54 anni (30%). Tali dati evidenziano l'eterogeneità dell'organico dell'Ente Camerale, nell'ambito del quale si mescolano figure professionali giovani a profili con maggiore esperienza.

Fasce dipendenti per età	18-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	>60
Dipendenti al 31/12/2010	0	0	2	14	21	9	14	9	7
Incidenza sul totale dipendenti %	0%	0%	3%	18%	28%	12%	18%	12%	9%
Dipendenti al 31/12/2009	0	0	3	20	17	9	15	6	6
Incidenza sul totale dipendenti %	0%	0%	4%	26%	22%	12%	20%	8%	8%

Anzianità di servizio	0-5	6-10	11-15	16-20	21-25	26-30	31-35	36-40	>40
Dipendenti al 31/12/2010	4	16	32	2	4	9	6	3	0
Incidenza sul totale dipendenti %	5%	21%	42%	3%	5%	12%	8%	4%	0%
Dipendenti al 31/12/2009	6	27	24	0	4	9	4	2	0
Incidenza sul totale dipendenti %	8%	36%	32%	0%	5%	12%	5%	3%	0%

Sistema retributivo e politiche di incentivazione

Anche nel 2010 la Camera di Commercio di Latina, sulla base di quanto previsto dall'Art. 25 del "Regolamento degli Uffici e dei Servizi", ha riconosciuto ai propri dipendenti la progressione economica orizzontale, nel rispetto dei requisiti previsti dall' "Accordo sui criteri per la costituzione, l'utilizzazione e le modalità di attribuzione del fondo per le politiche di sviluppo delle risorse umane e per la produttività dell'anno 2009" e nei limiti degli importi stanziati per l'anno nell'ambito del "Fondo per le progressioni economiche orizzontali". La progressione economica orizzontale è riconosciuta sulla base del punteggio attribuito alla risorsa dal Dirigente responsabile dell'area nelle schede di valutazione e in presenza di adeguati requisiti di professionalità, esperienza, rendimento, qualità, apporti organizzativi ed innovativi la cui sussistenza è verificata dal Segretario Generale.

L'ammontare degli importi erogati a titolo di progressione economica orizzontale nel 2010 è pari a € 46.126, su un totale di 18 risorse interessate dal provvedimento. Di seguito il dettaglio delle variazioni per categoria contrattuale per l'anno 2010.

Variazioni posizioni economiche per categoria contrattuale al 31/12/2010

	Personale effettivo al 31/12/2010	Personale effettivo al 31/12/2009	Variazioni in valore assoluto
Dirigenti	4	4	0
Subtotale Dirigenti	4	4	0
Posizione economica D6	10	9	1
Posizione economica D5	4	3	1
Posizione economica D4	2	3	-1
Posizione economica D3	1	2	-1
Posizione economica D2	3	3	0
Subtotale Categoria D	20	20	0
Posizione economica C5	16	14	2
Posizione economica C4	8	7	1
Posizione economica C3	1	3	-2
Posizione economica C2	3	4	-1
Posizione economica C1	0	0	0
Subtotale Categoria C	28	28	0
Posizione economica B7	5	2	3
Posizione economica B6	9	9	0
Posizione economica B5	3	4	-1
Posizione economica B4	2	4	-2
Posizione economica B3	1	1	0
Subtotale Categoria B	20	20	0
Categoria A5	2	2	0
Categoria A2	1	1	0
Categoria A1	1	1	0
Subtotale Categoria A	4	4	0
TOTALE	76	76	0

Un'ulteriore misura adottata dalla Camera per incentivare le performance individuali è rappresentata dal riconoscimento del "Trattamento economico accessorio di produttività", sulla base di quanto stabilito dall'"Accordo sui criteri per la costituzione, l'utilizzazione e le modalità di attribuzione del fondo per le politiche di sviluppo delle risorse umane e per la produttività dell'anno 2009". Tale trattamento è riservato ai soli dipendenti che hanno prestato almeno 120 giorni di attività lavorativa e che hanno conseguito nell'anno una valutazione superiore alle soglie definite dal suddetto accordo. Il riconoscimento è inoltre calcolato in maniera proporzionale sulla base dei seguenti parametri:

- livello di raggiungimento degli obiettivi assegnati e delle prestazioni rese;
- requisiti di professionalità, qualità, attitudine organizzativa, rendimento;
- condizioni particolari di disagio, peculiare impegno, misura premiante per suggerimenti che abbiano portato a significativi miglioramenti organizzativi e funzionali.

Politiche di incentivazione del personale 2010

% di risorse cui è stata riconosciuta la progressione economica orizzontale nell'anno 2010	
Categoria D	20%
Categoria C	21%
Categoria B	40%
Categoria A	0%

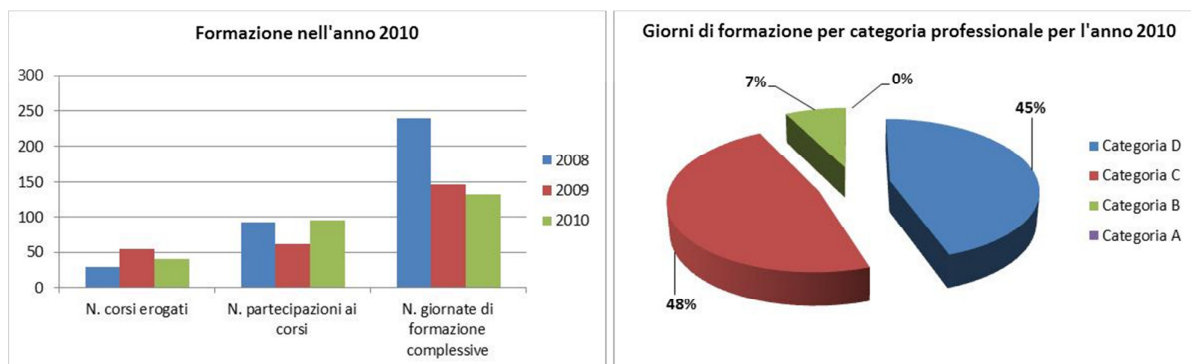
Formazione e sviluppo delle risorse

Nel 2010 è proseguita, quale politica prioritaria dell'Ente per una maggiore professionalizzazione delle risorse umane, l'attività di formazione ed aggiornamento continuo del personale camerale, anche attraverso percorsi di formazione aggiuntivi a quelli tradizionali, ma fortemente innovativi, finalizzati a consentire il pieno e consapevole coinvolgimento del personale nel processo di recupero ed accrescimento della produttività, dell'efficienza e del senso di responsabilità ed appartenenza all'Ente.

Nel 2010, la Camera di Commercio di Latina ha erogato un totale di 132 giornate di formazione, equivalenti a circa 950 ore complessive, pari a 12,5 ore per dipendente. Le attività formative hanno coinvolto un totale di 43 dipendenti, pari al 57% del totale dell'organico in servizio.

	2008	2009	2010	Variazione %
N. corsi erogati	29	54	41	-24%
N. partecipazioni ai corsi	93	62	95	53%
N. giornate di formazione complessive	239	146	132	-10%

La diminuzione del numero complessivo delle giornate di formazione rispetto al 2009 (-24%), è parzialmente compensata dall'aumento della partecipazione ai corsi da parte del personale dell'Ente Camerale (+53% rispetto all'anno precedente), ad evidenza del coinvolgimento di un numero sempre maggiore di risorse, nei percorsi formativi. Di seguito si riporta la ripartizione dell'offerta formativa per singola categoria professionale:



Nel 2010, la Camera di Commercio di Latina ha inoltre avviato un progetto innovativo riguardante il Sistema di Bilancio delle Competenze tecnico organizzative rivolto a tutto il personale.

Il progetto, ancora in corso di svolgimento, ha i seguenti obiettivi:

- mappatura delle storie professionali dei dipendenti;
- analisi della percezione individuale dell'organizzazione e della sua mission;
- definizione delle competenze individuali espresse o non espresse nell'azione organizzativa;
- definizione di profili individuali e di ruolo;
- censimento dei fabbisogni formativi;
- definizione delle criticità con riguardo alla comunicazione interna e alle relazioni gerarchiche e funzionali.

Tale progetto è finalizzato a rilevare e analizzare le competenze, le conoscenze, e le attitudini, il potenziale e i valori dominanti dei dipendenti della Camera, al fine di orientarne lo sviluppo professionale e l'offerta formativa.

Iniziativa in materia di salute e sicurezza

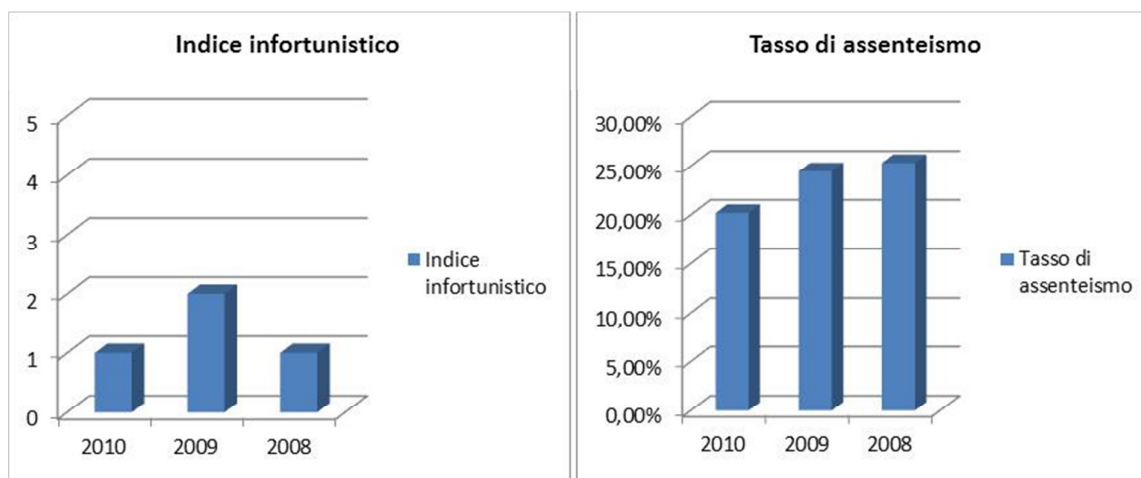
La Camera di Commercio di Latina ha concluso le attività programmate per l'anno di rendicontazione in materia di salute e sicurezza.

Per quanto riguarda la sicurezza sul posto di lavoro, anche nel 2010 è stata svolta la prova annuale di evacuazione generale dello stabile, attraverso la simulazione da parte della squadra di emergenza, di una situazione di allarme. Sono stati inoltre svolti 2 sopralluoghi della sede dell'Ente Camerale, da parte degli addetti della Società TecnoServiceCamere, responsabile dei servizi tecnici di

sicurezza per il patrimonio immobiliare della Camera, coadiuvati dal Provveditore della Camera stessa, per l'individuazione di eventuali non conformità rispetto agli standard di sicurezza e di igiene.

In tema di tutela della salute, nel 2010 si è svolto l'incontro annuale con il medico del lavoro, per valutare le criticità emerse dalle visite individuali dei dipendenti e le azioni intraprese per la loro risoluzione. All'incontro, hanno partecipato per l'Ente Camerale, il Provveditore, il rappresentate dei lavoratori e un delegato del Segretario Generale, in qualità di rappresentante dell'Ente datore di lavoro.

Per ciò che concerne gli infortuni sul lavoro, nel 2010 è stato riscontrato un unico caso, 1 in meno rispetto al 2009. Il tasso di assenteismo, che risulta dal rapporto tra le ore effettive di assenza da lavoro e il totale delle ore lavorative, è pari al 20,20%, in diminuzione del 4,24% rispetto ai dati del 2009 e in generale flessione negli ultimi tre anni. Non sono stati inoltre riscontrati casi di malattie professionali e di malattie da stress lavoro correlato nell'ultimo triennio.



Relazioni industriali e sindacali

Le relazioni industriali sono improntate al più rigoroso rispetto degli impegni fissati dalla normativa nazionale e dal contratto collettivo di riferimento, nonché da politiche di costruttivo e positivo dialogo con le organizzazioni sindacali finalizzato a incrementare la produttività e l'efficienza del servizio. Il 100% dei dipendenti della Camera di Commercio di Latina è coperto dal contratto

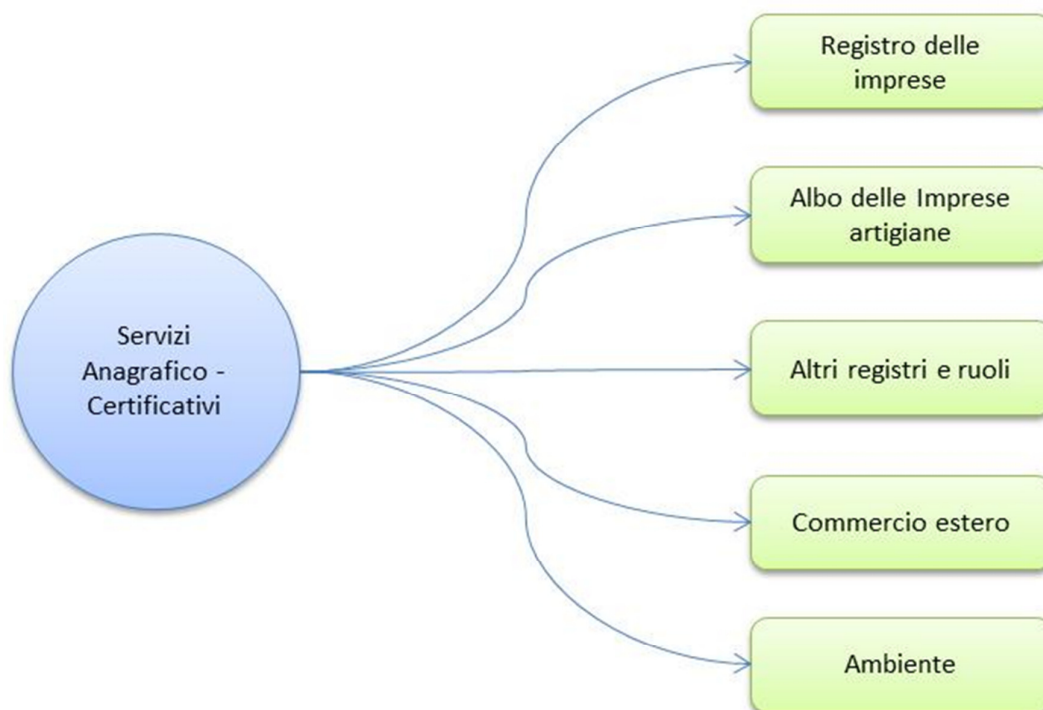
Bilancio Sociale 2010

collettivo nazionale delle Regioni e delle Autonomie Locali mentre circa il 22,3% dei dipendenti aderisce a un'organizzazione sindacale.

4.2. Servizi amministrativi di tipo anagrafico e certificativi

I servizi amministrativi di tipo anagrafico e certificativi rappresentano l'attività ordinaria della Camera di Commercio: si tratta di attività di natura essenzialmente pubblicistica, che leggi e regolamenti hanno attribuito nel tempo al sistema camerale e che trovano una espressa previsione nella Legge 580/93 sul riordinamento delle Camere di Commercio, come modificata dal D.Lgs. del 15 Febbraio 2010, n. 23. L'importanza di tale servizi è strategica: essi riguardano la tenuta, la vigilanza e l'eventuale attività sanzionatoria, relativa ad albi, ruoli, elenchi, registri, ovvero il rilascio di autorizzazioni e certificati. Si tratta dunque di attività amministrative a supporto dell'impresa, fin dal momento della creazione e attivazione della stessa.

Attività svolte nell'ambito dei servizi Anagrafico - Certificativi



Semplificazione amministrativa e miglioramento continuo dei servizi anagrafico-certificativi

L'obiettivo di migliorare l'economicità, il funzionamento della struttura camerale e la qualità dei servizi erogati all'utenza è proseguito anche nel 2010, attraverso il miglioramento e l'ottimizzazione dei servizi alla clientela e di quelli di supporto, con una conseguente efficienza in termini di velocizzazione ed evasione delle pratiche. In particolar modo, per quanto concerne i servizi anagrafico - certificativi, a partire dal 1° Aprile 2010 è stata avviata e messa a regime la procedura telematica "**Comunicazione Unica**", sia attraverso focus di approfondimento che hanno coinvolto più di 300 professionisti, sia attraverso la concreta operatività, che ha comportato un aumento delle denunce ricevute. La procedura è stata attivata anche presso gli sportelli delle Associazioni di Categoria attraverso apposite convenzioni, per un totale di 30 sportelli telematici dislocati sul territorio. E' stato inoltre predisposto un servizio di assistenza telefonica, mediante l'attivazione di un numero blu che fornisce informazioni sulla gestione delle pratiche telematiche.

Sempre nel 2010 la Camera di Commercio di Latina ha acquisito un **software per l'informatizzazione della procedura di iscrizione all'Albo delle imprese artigiane dei soggetti interessati (Starweb)**. Ciò consente il superamento della fase di inoltro della pratica cartacea da parte del Comune competente alla Commissione Provinciale per l'Artigianato (C.P.A.) presso l'Ente camerale, con sensibile risparmio di tempo.

Alle nuove iniziative avviate nel 2010 per favorire la semplificazione amministrativa e il miglioramento dei servizi anagrafico - certificativi, si accompagna l'impegno dell'Ente Camerale nella

*La **Comunicazione Unica** permette di assolvere tutti gli adempimenti amministrativi, fiscali, previdenziali e assicurativi necessari all'avvio di un'attività imprenditoriale e quelli da effettuare successivamente in caso di modifiche e cancellazioni dell'impresa. Consente maggiore semplicità nella gestione degli adempimenti e una riduzione dei tempi di risposta in quanto:*

- Unifica le modalità di presentazione: l'ufficio del Registro Imprese diventa lo "sportello d'accesso", a cui l'utente deve inviare la Comunicazione Unica, e garantisce l'inoltro dei moduli allegati agli altri Enti di competenza;

- entro 5 giorni la Camera di Commercio comunica l'avvenuta iscrizione all'indirizzo di Posta Elettronica Certificata dichiarata dal mittente della pratica stessa; entro 7 giorni i singoli Enti trasmettono gli esiti, sia all'impresa, sia al Registro Imprese, fatta eccezione per l'Agenzia delle Entrate, la cui ricevuta è trasmessa all'utente dallo stesso Registro delle Imprese.

promozione e diffusione di progetti e iniziative già avviate negli anni passati. In particolare, significativi sono i risultati ottenuti attraverso l'impiego del **portale Telemaco Pay**, che consente all'utente convenzionato di usufruire per via telematica dei servizi camerali (rilascio visure, copie di atti e bilanci, invio di istanze di iscrizione, modifica e cancellazione ecc..). La Camera ha inoltre incentivato la diffusione dei dispositivi di firma **digitale (Carta nazionale dei Servizi – CNS e Business Key)**, attraverso l'attivazione di uno sportello al pubblico per il rilascio. Tali strumenti assicurano e permettono di firmare digitalmente documenti, interagire on line con i siti web della Pubblica Amministrazione e scaricare automaticamente i documenti di interesse.

Infine, nell'ambito del **raccordo con gli altri Enti Pubblici**, è stato attivato nel mese di Giugno 2010 il **collegamento telematico tra il Registro Imprese e il Tribunale di Latina**: ciò consente di ricevere on line tutta la documentazione relativa alle procedure concorsuali relative ad imprese locali.

Le iniziative e i numeri		
Comunicazione Unica	Professionisti coinvolti nei Focus di approfondimento organizzati	300
Comunicazione Unica	Aumento delle pratiche rispetto al 2009	23,8%
Comunicazione Unica	% di evasione delle pratiche ricevute nei tempi	98,6%
Comunicazione Unica	N° sportelli attivati sul territorio provinciale	30
Starweb (Albo Imprese Artigiane)	Istanze di iscrizione deliberate dalla C.P.A	965
Telemaco Pay	% di incremento delle pratiche ricevute tramite Telemaco Pay rispetto al 2009	46%
CNS e Business Key	N° dispositivi rilasciati nell'anno	1843

4.4.1. Registro delle imprese

Il **Registro delle Imprese** è stato istituito nel dicembre 1993 (legge n. 580) ed è operativo dall'anno 1996, sostituendo e unificando il Registro delle società, in precedenza tenuto dalle Cancellerie Commerciali dei Tribunali, e il Registro Ditte, tenuto originariamente dalle Camere di Commercio. La previsione del Registro delle Imprese è finalizzata ad **assicurare la completezza e l'organicità della pubblicità legale per tutte le imprese soggette ad iscrizione** rendendo tempestiva l'informazione giuridico-economica in ordine alle stesse. Il Registro delle Imprese è composto da una sezione ordinaria, che attribuisce alle iscrizioni efficacia costitutiva, e da una sezione speciale, che raccoglie i dati anagrafici di imprese appartenenti a particolari categorie (piccola impresa, impresa agricola, impresa artigiana e società semplice) con funzioni di pubblicità notizia. Al Registro delle Imprese è collegato il **Repertorio economico amministrativo (REA)**, Istituito nel dicembre 1993 (legge n. 580), che contiene le **notizie economico/amministrative riguardanti gli iscritti al Registro delle imprese**. In sostanza raccoglie i dati relativi all'attività, al numero degli addetti, alle iscrizioni in albi, ruoli ed elenchi, alle unità locali, alla residenza dei soci/amministratori. La funzione del REA è integrare le informazioni contenute nel Registro delle imprese, garantendo completezza all'informazione economica su tutto il territorio nazionale.

L'Ufficio del Registro delle Imprese, oltre alla gestione e tenuta degli atti, eroga i seguenti servizi:

- rilascio di certificazioni ordinarie, speciali e antimafia, ricerche anagrafiche e visure;
- rilascio di copie di statuti, atti societari e bilanci;
- rilascio di elenchi merceologici di imprese;
- visti di conformità di firma degli imprenditori e amministratori;
- bollatura dei libri sociali.

Di seguito il dettaglio del numero delle pratiche pervenute ed evase nel 2010.

Attività dell'Ufficio Registro delle Imprese 2010

	Anno 2008	Anno 2009	Anno 2010	Var. %
N. iscrizioni nell'anno	3.451	3.352	4.419	31,83%
N. cessazioni nell'anno	2.210	2.168	3.319	53,09%
N. Visure e certificati	22.952	18.925	17.028	-10,02%
N. vidimazioni libri contabili	4.985	4.335	3.170	-26,87%
Totale	33.598	28.780	27.936	-2,93%

Fonte: elaborazione Area Anagrafica

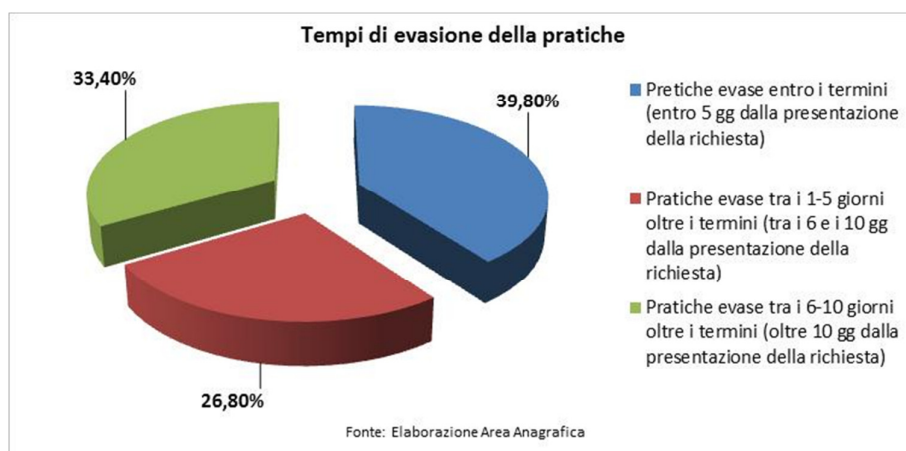
Nel 2010, il numero delle pratiche pervenute al Registro delle Imprese è pari a 27.936 con un decremento del 2,93% rispetto al 2009, dovuto essenzialmente ad una riduzione delle richieste di emissione di visure e certificati (-10,02% rispetto al 2009) e delle richieste di vidimazione dei libri contabili (-26,87% rispetto al 2009), solo parzialmente bilanciato dall'aumento delle richieste di iscrizione e di cessazione al registro delle imprese (rispettivamente +31,83% e +53,09% rispetto all'anno precedente).

Modalità di presentazione delle pratiche al Registro delle Imprese - anno 2010

	Anno 2008	Val. % 2008	Anno 2009	Val. % 2009	Anno 2010	Var. %
N. operazioni allo sportello	4.000	14,44%	3.775	11,32%	1.277	5,40%
N. operazioni telematiche	23.700	85,56%	29.586	88,68%	22.388	94,60%
Totale	27.700	100,00%	33.361	100,00%	23.665	100,00%

Fonte: elaborazione Area Anagrafica

L'analisi delle modalità di presentazione delle richieste al Registro delle Imprese evidenzia **l'incremento delle operazioni richieste per via telematica** (94,60% a fronte del 88,68% del 2009), a dimostrazione degli ottimi risultati ottenuti nell'ambito del processo di semplificazione amministrativa dei servizi anagrafico-certificativi e del sempre maggiore utilizzo da parte degli utenti degli strumenti forniti dalla Camera per la gestione telematica dei servizi camerali.



4.4.2. Albo delle imprese artigiane

L'albo delle imprese artigiane è stato istituito con la legge quadro n. 443/85. Sono tenute ad iscriversi a tale albo tutte le imprese che rientrano nella definizione di "imprese artigiane" e che presentano i seguenti requisiti:

- Prevalenza del lavoro del titolare e dei familiari rispetto a quello degli altri collaboratori;
- Produzione di beni o prestazione di servizi di carattere artistico o tradizionale;
- Rispetto di particolari limiti dimensionali.

Anche in relazione all'Albo delle Imprese artigiane si riscontra un incremento delle pratiche evase nel 2010 pari al 2,34% rispetto all'anno precedente, dovuto essenzialmente all'aumento delle richieste di variazione e di cancellazione (rispettivamente +5,91% e +6,47% rispetto al 2009).

Registro delle Imprese Artigiane - Anno 2010

	Anno 2008	Anno 2009	Anno 2010	Var. %
N. iscrizioni nell'anno	948	846	809	-4,37%
N. variazioni nell'anno	536	592	627	5,91%
N. cancellazioni nell'anno	696	866	922	6,47%
Totale	2.180	2.304	2.358	2,34%

Fonte: elaborazione Area Anagrafica

4.4.3. Altri albi, registri e ruoli

La Camera di Commercio di Latina è inoltre responsabile della tenuta di altri registri, albi e ruoli nell'ambito dei quali sono registrati i nominativi dei soggetti abilitati a svolgere specifiche attività professionali.

In particolare, l'Ente Camerale cura la tenuta dei seguenti registri e albi:

- Registro nazionale dei produttori di pile ed accumulatori;
- Agenti d'affari in mediazione;
- RAEE (D.Lgs 151/2005 e D.M. 185/2007) Registro nazionale dei soggetti obbligati al finanziamento;
- Albo degli assicuratori;
- Registro esercenti il commercio Somministrazione al pubblico di alimenti e bevande;
- Agenti e rappresentanti di commercio;
- Ruolo dei periti ed esperti;
- Ruolo stimatori e pesatori pubblici;
- Ruolo conducenti di veicoli o natanti adibiti ad autoservizi pubblici non di linea;
- Panificatori;
- Albo Nazionale Assaggiatori degli olii di oliva.

Altri Albi, Registri e Ruoli - Anno 2010

Albi/Registri/Ruoli	Operazioni	2008	2009	2.010
Agenti di Affari in Mediazione		88	78	67
Registro nazionale dei soggetti obbligati al finanziamento		16	4	0
Agenti e Rappresentanti di Commercio		64	66	70
Ruolo dei Periti e degli Esperti		7	5	22
Ruolo stimatori e pesatori pubblici		1	0	0
Ruolo cond. di veic. adibiti ad autoservizi pub. non di linea (Taxi)		72	32	50
Registro nazionale dei produttori di pile ed accumulatori		0	3	0
Totale		248	188	209

Fonte: elaborazione Area Anagrafica

4.4.4. Commercio estero

La Camera di Commercio, oltre alle attività di supporto all'internazionalizzazione delle imprese del territorio della Provincia nell'ambito dei servizi di promozione per lo sviluppo socio-economico, provvede al rilascio, su richiesta delle imprese operanti con l'estero, dei seguenti atti e certificati in materia di commercio con l'estero:

- **Certificato di origine:** documento finalizzato a certificare l'origine delle merci esportate sulla base di documentazione probatoria o di dichiarazioni rese dalle imprese.
- **Attestato di Libera Vendita:** documento rilasciato, su richiesta, a persone fisiche o giuridiche, reciprocamente residenti o con sede legale nel territorio provinciale, che fabbricano o commercializzano liberamente prodotti in Italia. Tale documento è richiesto da diversi Stati allo scopo di accertare che alcune merci importate nel loro Paese, siano liberamente vendute sul mercato italiano ed europeo e, pertanto, conformi alle legislazioni nazionali.
- **Carnet A.T.A.:** si tratta di una Convenzione doganale finalizzata a facilitare e favorire la circolazione internazionale delle merci, in temporanea importazione o esportazione, da utilizzare per fiere, mostre, mestieri o professioni, fra i paesi aderenti e di farle transitare attraverso gli stessi senza pagamento di IVA e dazio alla frontiera. I Carnets, con validità di un anno, sono rilasciati dalla Camera di Commercio di Latina, a persone fisiche o giuridiche che abbiano rispettivamente la residenza o la sede legale o a professionisti che esercitano la loro attività, nella provincia. Le Autorità doganali del Paese d'importazione hanno però la facoltà di abbreviare il periodo di permanenza delle merci nel proprio territorio.
- **Marchio INE:** marchio necessario per tutte le ditte od enti che intendono esportare vini D.O.C., a denominazione semplice, comuni e vermouth in Canada, Messico e Stati Uniti d'America. In applicazione della normativa vigente, le ditte o gli enti che intendono esportare vini nel Nord America (Canada, Stati Uniti d'America, Messico) devono iscriversi nell'elenco del "Marchio Nazionale Esportazione Vini", tenuto dall'Istituto Commercio Estero (I.C.E.) di Roma. L'iscrizione a questo elenco deve essere effettuata tramite la Camera di Commercio ove ha sede l'impresa richiedente.

- **Codice Meccanografico:** il Numero Meccanografico viene richiesto dalle banche, secondo le istruzioni dell'Ufficio Italiano Cambi, agli operatori abituali con l'estero. Viene assegnato esclusivamente alle imprese attive, iscritte al Registro delle imprese tenuto dalla CCIAA competente per territorio, avendo riguardo alla sede legale ovvero all'unità locale, in regola con il versamento del diritto annuale e che abbiano dimostrato il possesso del requisito di abitudine ad operare con l'estero.
- **Visti di legalizzazione firma:** sui documenti per l'esportazione (certificati d'origine e fatture) può essere apposto, qualora lo richieda il Paese di destinazione della merce, il visto di legalizzazione di firma del funzionario camerale che ha sottoscritto l'attestazione. Tale servizio è rivolto a tutti gli operatori a cui vengono richiesti certificati d'origine e fatture da parte di Paesi Esteri (es. Libano, Siria, Kuwait, Arabia Saudita, Argentina ecc.) con la legalizzazione di firma.

Commercio Estero - Attività 2010

	Anno 2008	Anno 2009	Anno 2010
Certificati di origine	4.100	4.250	3.401
Autentiche di firma	420	1.499	1.326
Attestati di libera vendita	30	30	28
Visti	10	5	72
Codici Meccanografici	2	2	6
Carnet ATA	7	10	10
Totale	4.569	5.796	4.843

Fonte: elaborazione Area Affari Istituzionali

4.4.5. Ambiente

SISTRI

Il Sistri (Sistema di controllo della Tracciabilità dei Rifiuti) è un sistema informatico messo a punto dal Ministero dell'Ambiente e gestito dal Comando Carabinieri per la Tutela dell'Ambiente. Il sistema è finalizzato a semplificare le procedure e gli adempimenti amministrativi per la gestione dei rifiuti e a combattere il traffico illecito e lo smaltimento illegale. La gestione informatica della

documentazione sostituisce la tenuta dei registri di carico e scarico (area Registro Cronologico della scheda Sistri), l'emissione dei formulari (area Movimentazione del Rifiuto della scheda Sistri) e prevede, a partire dal 2011, l'abolizione del MUD. L'informatizzazione dell'intera filiera dei rifiuti speciali a livello nazionale si realizza tramite l'uso di dispositivi USB personalizzati per ogni sede che produce o gestisce rifiuti e per ogni veicolo a motore che li trasporta. Il dispositivo USB è una chiavetta con firma elettronica che permette l'accesso in sicurezza al sistema informatico Sistri per la trasmissione dei dati e delle informazioni memorizzandole sul dispositivo stesso. Per ogni veicolo a motore adibito al trasporto dei rifiuti oltre alla dotazione di un dispositivo USB è prevista l'installazione di una black box (scatola nera) con la funzione di seguire e verificare il percorso dei rifiuti speciali in tempo reale dal momento in cui sono caricati sul veicolo fino alla destinazione finale.

La Camera di Commercio di Latina, sulla base di quanto stabilito dalla normativa vigente, è responsabile della consegna dei dispositivi USB e delle black box (per le sole imprese di trasporto) per tutti gli operatori con sede legale nella provincia. L'Ente Camerale ha iniziato l'erogazione del servizio nell'agosto 2010, tramite un apposito sportello ed ha rilasciato complessivamente **circa 3.000 dispositivi**. Questi dati confermano che i beneficiari ravvisano nel SISTRI una più corretta gestione dei rifiuti, con vantaggi sia in termini economici che di riduzione del danno ambientale, oltre che di eliminazione di forme di concorrenza sleale tra imprese.

MUD

La Legge 70/1994 prevede che tutti gli obblighi di dichiarazione, di comunicazione, di denuncia, di notificazione, previsti dalle leggi, dai decreti, e dalle relative norme di attuazione in materia ambientale, sanitaria e di sicurezza pubblica, siano soddisfatti attraverso la presentazione di un Modello Unico di Dichiarazione ambientale (MUD), alla Camera di Commercio, Industria ed Artigianato e Agricoltura competente per territorio. La Camera di Commercio competente per territorio è quella della provincia in cui ha sede l'unità locale o la sede legale, cui si riferisce la dichiarazione. Deve essere presentato un MUD per ogni unità locale che sia obbligata, dalle norme vigenti, alla presentazione di dichiarazione, di comunicazione, di denuncia, di notificazione.

Statistiche invio MUD - 2010

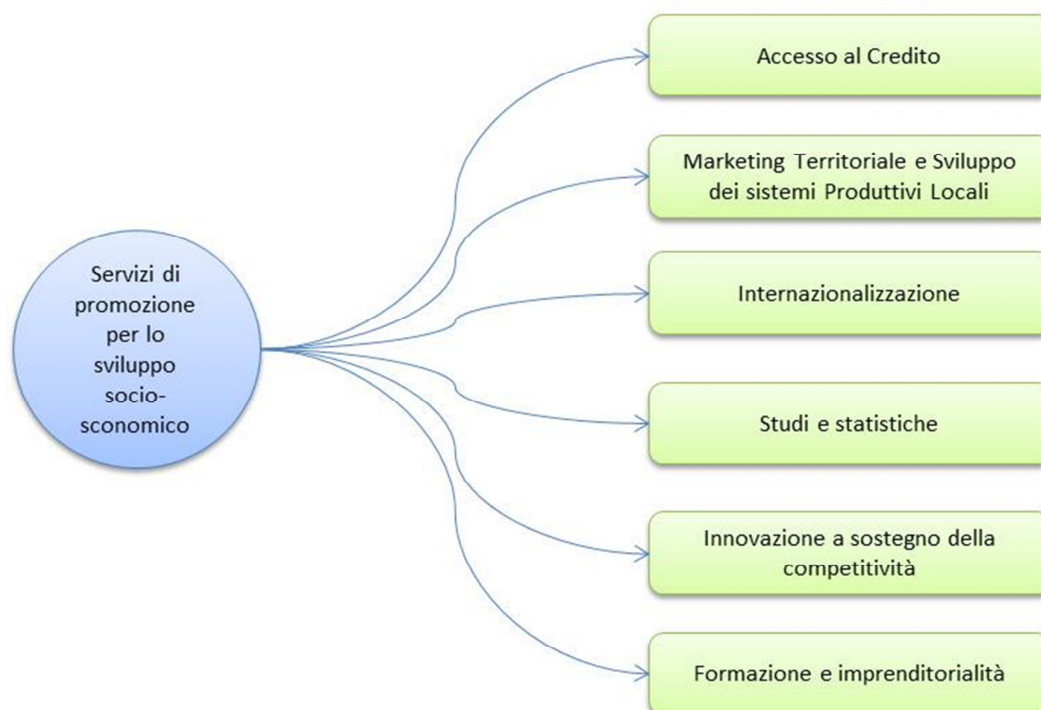
	Anno 2008	Val. % 2008	Anno 2009	Val. % 2009	Anno 2010	Val. % 2010
N. dichiarazioni inviate tramite supporto magnetico	2.580	61,18%	2.564	59,73%	1.581	53,92%
N. dichiarazioni inviate mediante procedura telematica	579	13,73%	646	15,05%	876	29,88%
N. dichiarazioni inviate in formato cartaceo	1.058	25,09%	1.083	25,23%	475	16,20%
Totale	4.217	100,00%	4.293	100,00%	2.932	100,00%

Fonte: elaborazione Area Affari Istituzionali

4.3. Servizi di promozione per lo sviluppo socio-economico

La Camera di Commercio di Latina, oltre alle funzioni amministrative istituzionali inerenti essenzialmente la gestione di albi, ruoli ed elenchi e la gestione del Registro delle Imprese, svolge una **funzione di promozione economica**, finalizzata a favorire e stimolare lo sviluppo delle economie locali, agendo come volano per la crescita economica del territorio provinciale. Nell'ambito di tali funzioni, l'Ente camerale si pone l'obiettivo di sostenere le diverse attività economiche incentivando la creazione di rapporti sinergici tra le imprese dei vari settori, nell'ottica di una efficiente politica di filiera, e ponendo le basi per lo sviluppo di un modello virtuoso di crescita attorno alle eccellenze dell'economia provinciale rappresentate dal comparto della nautica, dell'agroalimentare, del turismo e della chimico-farmaceutica.

Attività svolte nell'ambito dei servizi di Promozione per lo Sviluppo Socio-Economico



4.3.1. Accesso al credito

L'attività della Camera di Commercio di Latina per favorire l'accesso al credito alle imprese del territorio assume enorme rilevanza nell'attuale contesto economico, caratterizzato da una profonda crisi dei mercati nazionali e internazionali che ha avuto evidenti ripercussioni anche sull'economia pontina. Secondo le indagini Osserfare², la situazione finanziaria nella provincia di Latina, già fortemente critica nell'ultimo biennio, si conferma nel 2010 altrettanto problematica, mostrando una prevalenza di imprese che manifesta preoccupazione per il peggioramento della disponibilità di liquidità (50,8% la quota, in linea con i valori medi degli ultimi due anni). D'altra parte, la persistente debolezza degli ordini e dei consumi delle famiglie ha costretto numerose imprese a dare fondo alle proprie riserve per garantire la continuità aziendale. Sono cresciute le difficoltà finanziarie nei settori più esposti alla debolezza del mercato interno, prime tra tutte le attività commerciali, che per i 2/3 soffrono della peggiorata situazione finanziaria, con preoccupazioni maggiori da parte delle imprese di più piccola dimensione.

Sebbene i dati Osserfare³ relativi ai prestiti erogati dagli intermediari bancari evidenzino una variazione positiva rispetto all'anno precedente (+6,6%, per un totale di finanziamenti erogati pari a 7.705 milioni di euro), nell'ultimo biennio si registra una progressione dei prestiti piuttosto lenta, dovuta essenzialmente all'incapacità di coprire l'accresciuto fabbisogno creditizio del tessuto economico locale (oltre 800 milioni di euro in più nell'ultimo biennio, rispetto ai 400 milioni aggiuntivi impiegati nel biennio precedente). Inoltre, disaggregando i finanziamenti erogati nell'ultimo biennio in funzione dei soggetti prenditori, emerge che in principio la ripresa si è avviata prevalentemente a favore delle famiglie consumatrici, per estendersi solo successivamente anche alle imprese, a causa delle incertezze economiche sulle opportunità della ripresa, che hanno spinto gli operatori economici a rinviare eventuali scelte di investimento. Da rilevare inoltre che il fabbisogno creditizio delle imprese, nel periodo considerato, è finalizzato essenzialmente alla copertura delle spese di gestione corrente. Significativo, a tal riguardo, è il dato relativo alle sofferenze, intese come valore dei rapporti di credito intrattenuti dalle banche nei confronti di

² Dati indagine Osserfare "Congiuntura Latina 2010"

³ Dati indagine Osserfare "Rapporto Latina 2010 - L'economia reale dal punto di osservazione delle Camere di Commercio"

soggetti in stato di insolvenza o in situazioni equiparabili: il trend dei crediti in sofferenza in provincia di Latina rispetto al totale degli impieghi bancari registra una crescita considerevole a tutti i livelli territoriali, con una variazione media rispetto all'anno precedente che si attesta intorno al 70%. Il rapporto tra i crediti in sofferenza e i finanziamenti erogati nel corso del 2010 continua comunque a peggiorare, attestandosi al 6,9% in provincia di Latina, per una crescita di circa nove decimi di punto.

In un contesto economico finanziario fortemente indebolito dagli effetti della crisi internazionale, l'Ente Camerale, ha proseguito la propria attività finalizzata a favorire la concessione di credito nel sistema bancario per il riequilibrio finanziario delle realtà imprenditoriali che hanno sede legale e operativa nel territorio provinciale. Le iniziative della Camera di Commercio in tale ambito sono principalmente rappresentate dalla concessione di fidejussioni a garanzia del credito delle imprese del territorio provinciale, sia tramite il Consorzio Intrafidi, sia attraverso la stipula di Convenzioni con i Confidi o direttamente con gli Istituti di credito.

In relazione alle iniziative della Camera di Commercio tramite i Confidi, al 31/12/2010 le fidejussioni prestate dall'Ente Camerale sono pari a € 442.991, a fronte dei quali sono stati erogati nel 2010 € 11.3450, a copertura delle insolvenze delle imprese garantite.

Attività Camera di Commercio di Latina - Confidi

	Fidejussioni al 31/12/2010	Fondi erogati a copertura di insolvenze nell'anno 2010
Ascom Fidi Latina	87.468	0
Confidi Lazio	110.393	0
Confidimpresa Lazio	245.130	11.349
Totale	442.991	11.349

Fonte: elaborazione Area Affari Istituzionali

Per quanto riguarda invece l'attività del Consorzio Intrafidi, nel 2010 le domande pervenute al Consorzio sono state 62, per una richiesta totale di contributi pari a circa 4,8 milioni di euro. Le pratiche risultate ammissibili sono state 36, per un totale di contributi erogati pari a circa 2,2 milioni di euro.

Attività Consorzio Intrafidi - Anno 2010

	Anno 2008	Anno 2009	Anno 2010	Var. %
N. domande pervenute	74	66	62	-6,06%
Importo complessivo richiesto (in €/000)	7.076	7.387	4.783	-35,25%
N. pratiche risultate ammissibili	22	31	36	16,13%
Contributi accordati (in €/000)	1.590	3.360	2.221	-33,90%

Fonte: elaborazione Consorzio Intrafidi

Inoltre, nel 2010 la Camera di Commercio di Latina, per il tramite del Consorzio Intrafidi, ha erogato circa € 113.000 a copertura delle insolvenze delle imprese aderenti all’iniziativa.

Le criticità che caratterizzano il settore del credito nel contesto economico provinciale, hanno inoltre accresciuto la necessità di ridisegnare il ruolo strategico del Consorzio Intrafidi sul territorio, al fine di consentire allo stesso di migliorare ed implementare i servizi di concessione delle garanzie collettive alle PMI e le attività strumentali. A tal riguardo, la Camera di Commercio di Latina nel 2010 ha completato la fase di studio ed analisi propedeutica alla trasformazione del Consorzio in un soggetto finanziario (Intermediario Finanziario), con forma giuridica di Società di Capitali, sulla base di quanto stabilito dall’art. 106 della Legge Bancaria. Tale nuovo organismo, in qualità di “Intermediario Finanziario”, potrà rilasciare “Garanzie Dirette” e prestare “Attività di Consulenza alle Imprese”, sostenendo gli operatori economici sul territorio grazie alla operatività notevolmente ampliata, consolidando gli strumenti di cui l’attuale struttura dispone.

La Camera di Commercio di Latina, attraverso il rinnovato e strategico strumento operativo, Intrafidi, avrà quindi la possibilità di supportare maggiormente le PMI in termini di garanzie nei confronti del sistema bancario e di facilitare i rapporti tra gli imprenditori e gli istituti di credito.

Obiettivo ultimo è consolidare il ruolo di interlocutore privilegiato:

- per le imprese, fornendo consulenza in materia di finanziamenti e supporto nella realizzazione di contratti di programma, contratti d’area e progetti di ampio respiro con una

Il Consorzio Intrafidi nasce su iniziativa della Camera di Commercio di Latina, nonché delle Associazioni/Confidi di categoria della nostra provincia, allo scopo di fornire servizi mirati di credito alle aziende pontine. Intrafidi ha stipulato una serie di Convenzioni con vari Istituti di credito che prevedono finanziamenti fino all’80% dell’investimento totale, con un minimo di euro 5.200,00 ed un massimo di euro 1.000.000,00, assistiti da garanzia sussidiaria della Camera di Commercio e della Provincia di Latina, regolati ai tassi di mercato più favorevoli. Il Consorzio offre inoltre assistenza e consulenza tecnica per la presentazione delle richieste di finanziamento agli Istituti di Credito convenzionati.

vasta ricaduta sul territorio locale nonché garantire uno sviluppo armonico del territorio, anche in termini di occupazione;

- per il sistema bancario locale, rappresentando un centro di canalizzazione privilegiato e attendibile per le banche operanti sul territorio e stipulando convenzioni con gruppi bancari presenti sul territorio e sensibili allo sviluppo dello stesso.

4.3.2. Marketing Territoriale e sviluppo dei Sistemi Produttivi Locali

La Camera di Commercio di Latina è costantemente impegnata nello studio del contesto economico e territoriale della Provincia, analizzandone le evoluzioni e le criticità al fine di definire le strategie più opportune da porre in essere per favorire l'aumento della competitività e garantire la crescita economica, sociale e imprenditoriale complessiva dell'intero tessuto produttivo della provincia. L'azione dell'Ente Camerale in tema di **marketing territoriale e sviluppo dei sistemi produttivi locali**, è dunque strettamente connessa alle caratteristiche del "Sistema Latina" ed è orientata a supportare e incentivare lo sviluppo dei settori di eccellenza (agroalimentare, chimico-farmaceutico, cantieristico navale e turistico) che fungono da volano per tutto il resto dell'economia provinciale, attraverso interventi mirati a supporto delle imprese, finalizzati al raggiungimento di due distinti obiettivi strategici:

- **Consolidamento e sviluppo della struttura del sistema economico locale**, da attuare principalmente attraverso la promozione di strategie di integrazione tra i settori produttivi portanti dell'economia provinciale.
- **Sostegno alla competitività delle imprese**, da attuare mediante attività di promozione e valorizzazione del territorio provinciale, finalizzate a creare le condizioni per la migliore connessione tra l'offerta territoriale e le diverse tipologie di domanda allo scopo di favorire la fruizione del territorio.

Iniziative per il consolidamento e lo sviluppo della struttura del sistema economico locale

L'Ente Camerale ha contribuito all'attivazione di processi ulteriori di sviluppo dei sistemi produttivi locali, mediante l'attuazione di appositi piani per il rafforzamento dei distretti industriali (nautica, agroalimentare e chimico-farmaceutico) e per lo sviluppo delle politiche di integrazione tra i diversi comparti dell'economia provinciale.

Sviluppo e rafforzamento del Polo della Nautica

Nel 2010 sono stati completati tre modelli di sviluppo, nell'ambito delle progettualità relative alle **"Azioni di Sistema dei Sistemi Produttivi Locali della Nautica e della Cantieristica L.R. 36/01"**:

1. il Centro Servizi per le imprese della nautica;
2. lo Sportello Unico per l'internazionalizzazione della nautica,
3. lo Sportello Unico del Mare.

Le progettualità, presentate nelle linee di finanziamento Regionale - comunitario POR 2007-2013, sono attualmente in fase di esame per l'eventuale approvazione.

Sviluppo e rafforzamento dei Sistemi Produttivi Agro-Industriale e Chimico-farmaceutico

Nel 2010 la Camera ha proseguito l'attuazione dei **"Piani di Sviluppo dei Sistemi Produttivi Locali Agro-Industriale e Chimico-Farmaceutico" (finanziato a valere sulla L.R. 36/10)**. Nello specifico, Le attività progettuali sono state articolate in tre fasi principali:

1. nella prima fase si è proceduto ad elaborare un'analisi approfondita dei Sistemi Produttivi con l'obiettivo di individuare e raccogliere, in un'ottica sistemica, tutti gli elementi significativi per orientare le strategie di sviluppo relativamente alla logistica, al marketing, al credito ed alla formazione;
2. nella seconda fase si è predisposto uno studio di fattibilità economica, amministrativa e gestionale, per le diverse ipotesi costitutive del Comitato di distretto;

3. nella terza ed ultima fase, attraverso un'analisi comparativa delle diverse soluzioni prospettate, sono stati sviluppati Business Plan quinquennali funzionali alla progettazione di interventi di supporto al settore.

Sviluppo delle politiche di integrazione tra i diversi comparti dell'economia provinciale



La Camera di Commercio, al fine di promuovere e valorizzare il ruolo del turismo nella provincia di Latina, ha istituito un **Centro Studi sul Turismo**.

Tale struttura ha la peculiarità di svolgere tutte le attività necessarie alla **realizzazione e gestione di programmi e progetti di sviluppo integrato del territorio**. In particolare il Centro Studi sul Turismo si pone l'obiettivo di individuare e riconoscere gli SLOT, Sistemi Turistici Locali, compresa la promozione e l'attivazione di strumenti di concertazione per una crescita equilibrata del settore, prevedendo, a supporto, l'attivazione di un Laboratorio Sperimentale sul Turismo nonché di un Osservatorio Turistico.

Nel 2010, il **Centro Studi per il Turismo** ha proseguito le periodiche indagini congiunturali, estendendo l'analisi a tutte le tipologie di strutture ricettive della Provincia fino ad ora escluse (case per ferie, case ed appartamenti per vacanze, albergo diffuso, ostelli e nel periodo estivo anche a campeggi e stabilimenti balneari). Inoltre è proseguita l'attività relativa alla realizzazione di una piattaforma informatica che conterrà il database delle strutture ricettive, opportunamente profilate sulla base di una minuziosa serie di parametri relativi alle dotazioni di cui esse dispongono. La piattaforma ospiterà anche informazioni relative ai beni ambientali e culturali locali, ogni evento (sportivo, culturale, ecc.) che sarà realizzato in provincia, le progettualità di sviluppo economico del settore turistico allargato, indicazioni sui prodotti tipici, nonché i risultati delle analisi congiunturali ed una sezione dedicata agli utenti esterni, cui sarà consentito effettuare un numero congruo di interrogazioni quantitative (esportando tabelle a due dimensioni) sul database delle strutture e delle analisi congiunturali. Tutte queste informazioni raccolte ed elaborate dal C.S.T. hanno dato vita al "Catalogo dell'Offerta sul Turismo Integrato", composto da due sezioni, dove nella prima si mettono in evidenza le consistenze numeriche della provincia e nella seconda si approfondiscono più dettagliatamente i vari temi relativi al turismo.

Nel mese di dicembre 2010, il Centro Studi sul Turismo ha inoltre organizzato il **1° Congresso delle Imprese del Turismo Integrato** nell'ambito delle linee di azione 2011 individuate dal Tavolo Tecnico delle Imprese del Turismo Integrato costituito da undici Associazioni di categoria provinciali. Ai lavori hanno partecipato Unioncamere Lazio, la Provincia di Latina, l'Assessorato al turismo e al marketing del Made in Lazio della Regione Lazio, la Regione Lazio. Il Congresso si è articolato in tre sessioni di lavoro riguardanti:

1. I servizi e la loro centralizzazione: costruzione di soluzioni finalizzate alla creazione di un contenitore unico dei servizi turistici esistenti;
2. I tematismi e l'immagine coordinata Terra Imperiale per la costruzione e la vendita del prodotto turistico partendo dal cliente;
3. L'educational tour: selezione dei mercati e nuovi metodi di approccio: esperenziali e di qualità. Analisi e indagini per la selezione dei mercati più interessanti per i prodotti "Terra Imperiale.

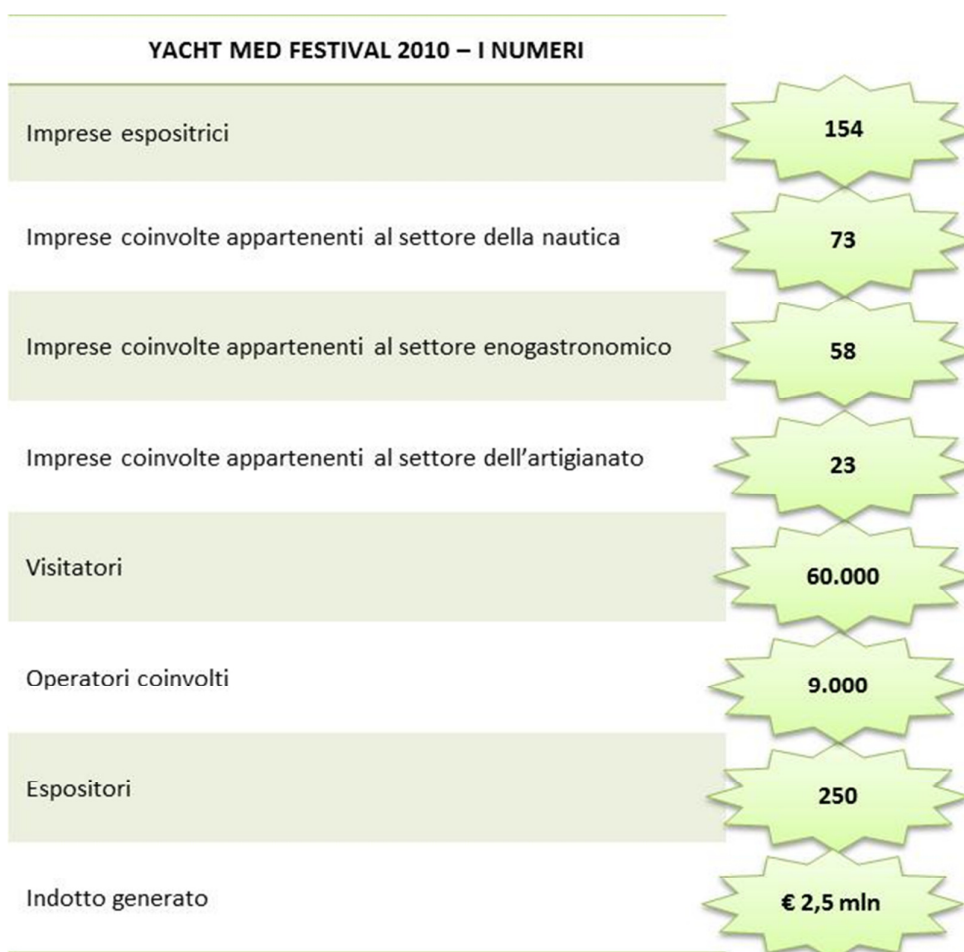


La III edizione **dello Yacht Med Festival 2010**, tenutosi a Gaeta dal 14 al 18 Aprile 2010, è stata promossa dall'Ente Camerale e rappresenta ***l'inizio di un nuovo progetto di marketing strategico integrato triennale (2010-12) per il rilancio dei comparti turistici, commerciali e di distretto della nautica dal Lazio al Mediterraneo***, posizionando Gaeta come punto centrale degli scambi dell'"AREA MED". Obiettivo principale è ***stabilizzare ed incrementare il fatturato sia delle PMI del turismo che del commercio e della nautica integrandole con le altre filiere produttive di eccellenza***, attraverso un format innovativo di Yach Expo e di "Trade & Tourism & Environment Expo mediterraneo" capace di esaltare le peculiarità delle imprese a confronto nel sistema mediterraneo. In tal senso, il format multidisciplinare dello YMF 2010 ha puntato sulla creazione di un villaggio polifunzionale suddiviso in due aree:

- lo *Yacht Village*, con 70 stand dedicati all'expo nautico, con la possibilità di effettuare "boat drive test" sulle imbarcazioni presenti in mostra e sede di diversi Forum tra cui il I° Forum Nazionale sui Distretti della Nautica, ove si è avuto un primo confronto nazionale sulle tematiche e sulle problematiche che accomunano i distretti nautici italiani.
- il *Med Village*, con 70 stand dedicati all'enogastronomia, all'artigianato artistico, alla cultura tradizionale, all'innovazione e all'energia è stato concepito con un senso multietnico e polifunzionale per la promozione delle eccellenze produttive regionali, sia con l'esposizione di prodotti di eccellenza dell'industria agroalimentare scambiati all'interno del Mediterraneo, sia come un contenitore di eventi storici e culturali legati al mare, tematici, convegnistici, artistici, musicali, senza tralasciare il ruolo del turismo quale volano di tutta l'economia regionale.

La filiera economica del mare

L'Economia del Mare è la naturale evoluzione del Distretto nautico, in quanto integrazione di risorse e competenze tra settori produttivi differenti ma uniti dal bene essenziale dell'acqua. Economia del Mare significa: turismo balneare, portualità commerciale e turistica, pesca, artigianato, agricoltura e produzioni tipiche, cantieristica navale, trasporti, formazione, servizi, logistica, ambiente e cultura. E significa sostegno ad una vocazione di eccellenza in grado di porci già oggi ai massimi livelli internazionali. Il Sistema Mare si presenta come un tema di non facile definizione alla luce del suo ampio raggio di espansione all'interno del sistema produttivo. Le attività che allora ne definiscono la filiera e la complessa natura e struttura dei sotto-settori legati alla risorsa mare possono essere individuate nella cantieristica navale, nella pesca, nei trasporti marittimi e nella portualità commerciale, nel turismo nautico e nella tutela ambientale.



Iniziative a sostegno della competitività delle imprese

La Camera di Commercio di Latina è costantemente impegnata in azioni di valorizzazione del territorio provinciale finalizzate a promuovere i settori di eccellenza dell'economia e a favorire l'incontro tra l'offerta territoriale e le diverse tipologie di domanda. L'azione della Camera di Commercio in tale ambito si articola nelle seguenti tipologie di iniziative:

- ***creazione e promozione di "brand territoriali", per il settore turistico ed enogastronomico:***
il marchio territoriale rappresenta una garanzia di qualità del "prodotto" e consente una più

rapida identificazione dello stesso da parte del consumatore, che scegliendo un “pacchetto” unico ha la possibilità di usufruire della variegata offerta di prodotti e servizi del territorio provinciale;

- **attività di promozione dei prodotti della Provincia sui mercati nazionali e internazionali**, attraverso l’organizzazione e la partecipazione a fiere, eventi e manifestazioni espositive.

Brand territoriali per la promozione e la valorizzazione del territorio



Il Tavolo Tecnico sul Turismo Integrato, attraverso il Centro Studi sul Turismo, ha sostenuto un’attenta analisi per l’identificazione di un Brand di prodotto che possa garantire il rilancio del sistema turistico.

La creazione di un brand distintivo, del territorio provinciale, è nato al fine di **creare un prodotto facilmente identificabile, in cui far confluire le diverse realtà che compongono la variegata offerta turistica locale**. La promozione del marchio, che avviene secondo le più accreditate strategie di marketing, mette in risalto il carattere poliedrico del territorio (mare, montagna, isole) che proprio per questo abbraccia un bacino di utenza allargato, che va dal turismo culturale a quello sportivo, religioso ed enogastronomico.



La Bandiera Arancione è il marchio di qualità turistico e ambientale, assegnato dal Touring Club Italiano, e destinato ai piccoli comuni dell’entroterra (la soglia massima è di 15.000 abitanti), che si distinguono per un’offerta di eccellenza e un’accoglienza di qualità.

La Camera di Commercio di Latina e il Touring Club Italiano hanno avviato la **1° edizione del programma territoriale “Bandiere Arancioni” nel territorio provinciale**. I comuni della provincia di Latina interessati sono 18, di cui 2, Campodimele e Sermoneta, già in possesso del marchio Bandiera Arancione. L’11 Giugno 2010 a Fossanova, si è svolta la consegna della Bandiera arancione ai Sindaci delle località candidate, assegnate, attraverso l’applicazione del Modello di Analisi Territoriale (MAT), al comune di Bassiano ed al B.go di Fossanova (comune di Priverno).



Il **Club del Gusto** è lo strumento che la Camera di Commercio mette in campo per perseguire l'ambizioso obiettivo di mettere a sistema le peculiarità del territorio puntando sulle eccellenze agroalimentari, sulle tradizioni enogastronomiche espressione della storia ed della cultura dell'area di

provenienza e sulla trasformazione del concetto di ristorazione da "bisogno primario a motivo di viaggio e conoscenza". Si tratta di sostenere con sempre nuove iniziative questo sviluppo presentando al mercato nuovi prodotti e sfruttando il posizionamento geografico per destagionalizzare il flusso turistico. Il Club del Gusto si propone, dunque, come una delle soluzioni possibili a questo tipo di strategia attraverso il coinvolgimento di un apposito Tavolo Tecnico delle Imprese sul Turismo Integrato, quale massimo momento di concertazione a livello locale, che comprende Associazioni di Categoria ed Organismi del settore chiamati a lavorare ad un progetto condiviso al fine di assicurare risultati concreti in termini di promozione economica dell'intero territorio.

Partecipazione a fiere, eventi e manifestazioni espositive per la promozione dei prodotti del territorio

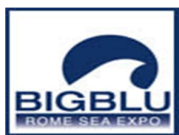


Dal 16 al 19 settembre 2010 si è svolta la 13^a edizione del **Buy Lazio, workshop internazionale sul turismo regionale**, organizzato dalla Camera di Commercio di Latina in collaborazione con Unioncamere Lazio, le CCIAA del Lazio, la Regione Lazio Assessorato al Turismo, l'ATLazio, l'ENIT e le associazioni di categoria del settore e tutti gli attori del territorio. Alla manifestazione hanno partecipato 83 Buyers provenienti dall'Europa e 149 imprese, di cui 48 della provincia di Latina.



La Camera di Commercio di Latina, in collaborazione con la Provincia di Latina e l'Azienda di Promozione Turistica di Latina, ha partecipato alla **50[°] edizione del Salone Nautico internazionale di Genova**. E' stata un'occasione per la promozione

territoriale delle eccellenze produttive all'interno di uno dei saloni più importanti al mondo, garantendo a tutte le imprese prive di propri spazi espositivi di poter incontrare e dialogare con i propri partner commerciali e condurre trattative di affari.



La Camera di Commercio di Latina, in collaborazione con la Provincia di Latina ha partecipato alla **Fiera Internazionale della Nautica di Roma (Boat Show)**. E' stata offerta l'opportunità alle imprese locali di usufruire di uno spazio collettivo per la mostra delle produzioni realizzate, con opportunità di vendita delle stesse. L'attività messa in campo ha riscosso un importante successo sia per l'Ente camerale sia, soprattutto, per le imprese che hanno partecipato al salone.



Partecipazione alla 15° edizione del **Salone internazionale dell'alimentazione – CIBUS**, dal 10 al 13 maggio 2010 a Parma. La Camera di Commercio di Latina ha coinvolto nell'iniziativa 14 imprese della Provincia.



La Camera di Commercio ha partecipato alla 44° edizione del **Vinitaly**, con il coinvolgimento di 10 imprese del settore agroalimentare della Provincia di Latina.



La Camera di Commercio di Latina ha partecipato alla Fiera **"FLORMART – MIFLOR"** – **Salone Internazionale del florovivaismo**, che si è svolta a Padova dal 19 al 21 Febbraio 2010. Nell'iniziativa sono state coinvolte 46 imprese locali del settore agroalimentare.



La Camera di Commercio di Latina ha partecipato alla 36esima edizione del MOA CASA, che si è svolta a Roma dal 23 Ottobre al 1 Novembre 2010. L'iniziativa ha visto il coinvolgimento di 24 imprese appartenenti al settore dell'artigianato.

4.3.3. Internazionalizzazione

Il processo di internazionalizzazione rappresenta un passaggio obbligato per il sistema delle imprese della Provincia di Latina, in un contesto economico in cui la globalizzazione e il conseguente aumento del numero dei competitors impongono alle imprese un continuo adattamento alle mutevoli condizioni dei mercati di riferimento. L'azione della Camera di Commercio di Latina in tema di internazionalizzazione è focalizzata su due tipologie di interventi:

- **azioni a supporto delle imprese che intendono intraprendere dei percorsi di internazionalizzazione**, assicurando assistenza nella ricerca di partner internazionali, per la realizzazione e organizzazione di filiali all'estero, fornendo informazioni sui singoli mercati (situazione economica, legislativa, commerciale) e consulenza in materia di finanza agevolata, contrattualistica, fiscalità e sistemi doganali.
- **azioni di promozione e di sviluppo del processo di internazionalizzazione nel sistema delle imprese della provincia**, mediante l'organizzazione di incontri, seminari e workshop sui temi dell'internazionalizzazione e la promozione di fiere e iniziative di partenariato legate alle opportunità offerte dai mercati internazionali.

Di seguito il dettaglio delle missioni di internazionalizzazione intraprese nel 2010.

La Camera di Commercio di Latina partecipa dal 2009 al Gruppo delle Strutture camerali per l'internazionalizzazione, costituitosi nell'anno 2003 con l'obiettivo di rafforzare l'interscambio tra le strutture aderenti e costruendo progetti trasversali secondo una programmazione condivisa ed obiettivi comuni. Il Gruppo, attualmente composto da 21 strutture camerali (Camere di Commercio, Aziende Speciali, Unioni Regionali, Centro Estero) svolge un ruolo importante e proficuo nella predisposizione e nella realizzazione delle iniziative inserite nelle Intese Operative ICE-Unioncamere.



Progetto CABOT'S

Nel 2010 è proseguito il progetto CABOT's – Central Asia Business and Organization Trainings, nell'ambito del programma Central Asia, di cui l'Ente camerale è capofila, partner le Camere di commercio della Lettonia, dell'Ungheria, della Repubblica Ceca, di Istanbul e della Repubblica dell'Uzbekistan, approvato dalla Commissione nel settembre del 2008. Obiettivo del progetto è contribuire alla promozione di uno sviluppo sostenibile della Repubblica uzbeka incoraggiando il potenziamento delle piccole e medie imprese locali attraverso la formazione e l'acquisizione di competenze da parte del personale camerale uzbeko per la fornitura di servizi, consulenze, azioni legali e best practise in grado di favorire le relazioni tra il governo ed il settore privato. Il progetto ha previsto, tra le numerose attività, l'organizzazione di un match-making il 25 novembre 2010, a Tashkent, tra imprese europee ed aziende uzbekhe.



Israele Incoming

Dall'11 al 14 aprile 2010, si è svolto l'educational tour per T.O. Israeliani nel territorio provinciale frutto di una stretta collaborazione con la Camera di Commercio e Industria Israele-Italia. Lo scopo della missione, a cui hanno partecipato 13 operatori israeliani, è stato quello di avviare collaborazioni con le strutture del territorio creando percorsi e pacchetti destinati ai potenziali venditori. A seguito dell'attivazione del match, hanno manifestato volontà di adesione all'iniziativa 65 strutture, i cui profili aziendali sono stati inoltrati alla Camera di Commercio e Industria Israele-Italia. Sulla base dei company profile, i Tour Operator Israeliani hanno selezionato 32 strutture che sono state visitate nel corso del loro soggiorno. Le altre strutture hanno avuto la possibilità di incontrare i T.O. Israeliani in un B2B predisposto in occasione della visita a Gaeta allo Yacht Med Festival, il 14 aprile.



Partecipazione camerale alla Manifestazione Fenakiwi

Dal 7 al 23 maggio 2010, a Farroupilha (Brasile), città gemellata con il Comune di Latina e con il quale sono già intercorsi rapporti di collaborazione, si è svolta la manifestazione plurisettoriale Fenakiwi, l'evento ha rappresentato un'occasione di promozione e di conoscenza integrata della realtà provinciale dal punto di vista turistico, culturale, artistico, naturalistico ed enogastronomico. La CCIAA di Latina si è impegnata nella spedizione di n.28 colli contenenti pregevoli volumi, pubblicazioni ed opuscoli realizzati dall'Ente camerale nonché concessi dall'APT, Provincia, Compagnia dei Lepini, Comunità Montane e dai locali Consorzi Industriali.



Partecipazione di aziende locali al Progetto Promofirenze "L'agroalimentare italiano come strumento trainante del made in Italy in Russia"

La Camera di Commercio ha aderito al Gruppo delle Strutture Camerali per l'Internazionalizzazione, costituitosi nell'anno 2003 con l'obiettivo di rafforzare l'interscambio tra le strutture aderenti, costruendo progetti trasversali secondo una programmazione condivisa ed obiettivi comuni. Nell'ambito delle attività programmate nel 2010 ha avuto luogo l'organizzazione di un incoming di operatori provenienti dalla Russia ed espressione del settore enogastronomico. L'evento, di respiro nazionale, ha coinvolto tutto il sistema camerale italiano aderente al Gruppo, e si è svolto in due tappe: a Firenze (5-6 luglio 2010), per le aziende del centro nord Italia (Lazio compreso) e a Matera (8-9 luglio 2010) per le aziende del sud Italia. La Camera di Commercio di Latina ha aderito all'iniziativa, proposta da Promofirenze quale Capofila del Progetto, coinvolgendo 8 imprese della provincia.



Brasile Incoming

L'Ente camerale, ha aderito all'iniziativa, poichè da lungo tempo impegnato sul fronte della promozione e valorizzazione delle risorse locali a sostegno di iniziative che permettano la conoscenza all'estero del territorio e lo sviluppo di opportunità economiche e possibilità di affari ed investimento per le realtà imprenditoriali della provincia di Latina. La delegazione istituzionale ed imprenditoriale brasiliana presente a Latina dal 21 al 24 giugno 2010, composta da rappresentanti di aziende al femminile espressione di vari settori economici, ha avuto modo di relazionarsi con le componenti del Comitato Imprenditoria Femminile di questa Camera, nonché di visitare significative realtà dell'imprenditoria locale per verificare la possibilità di relazioni commerciali.



Brasile Outgoing

La missione economica di imprenditrici provinciali (dal 12 al 17 dicembre 2010) ha messo in contatto diretto le realtà aziendali locali, aderenti all'iniziativa, con importanti realtà imprenditoriali brasiliane, per favorire lo sviluppo di nuove opportunità economiche e possibilità di investimento.



Grecia Incoming

Nel corso del Workshop Athena la CCIAA ha accolto un gruppo di 7 buyer greci del settore agro-alimentare, con alcuni dei quali sono stati già conclusi accordi commerciali.

Le risorse impiegate dalla Camera di Commercio di Latina nel 2010 per le iniziative di internazionalizzazione sono pari a € 275.255,00, con un totale di 78 imprese coinvolte, di cui 51 imprese locali e 27 estere.

4.3.4. Studi e statistiche

La Camera di Commercio ha istituito un "Osservatorio Economico" (OsserFare) al fine di svolgere un costante e organico monitoraggio del sistema economico provinciale, attraverso l'elaborazione di indagini congiunturali sull'andamento economico della Provincia, svolte con il coinvolgimento di un campione di imprese del territorio (circa 1.500 imprese). Obiettivo dell'Ente Camerale è creare un punto di osservazione e riferimento per l'imprenditoria tramite un'attività che non si limiti esclusivamente ad una raccolta e divulgazione di dati, ma che produca invece una base di dati di partenza per le future politiche decisionali delle imprese e degli operatori economici, istituzionali e sociali.

Nel 2010, l'Osservatorio Economico ha svolto un'attività finalizzata a cogliere le principali **tendenze congiunturali**, indagando direttamente le opinioni degli imprenditori locali e focalizzando, tra l'altro, i principali effetti della crisi economica sulle realtà aziendali da essi condotte, nonché le strategie adottate per gestire le criticità in atto.

Inoltre, l'Osservatorio ha realizzato gli approfondimenti utili a definire gli indicatori di fondo che delineano il **quadro socio-economico strutturale** della provincia attraverso la realizzazione delle seguenti analisi:

- rapporto Excelsior, nell'ambito del quale sono state analizzate le previsioni occupazionali delle imprese e i dati relativi al mercato del lavoro;
- report trimestrali relativi ai dati di demografia imprenditoriale;
- approfondimento degli indicatori del mercato creditizio e degli scambi commerciali con l'estero.

L'Osservatorio Economico ha inoltre condotto un'**indagine sulle produzioni ortofrutticole nella Provincia di Latina**. Obiettivo dello studio è l'individuazione, attraverso l'analisi dei fabbisogni degli operatori locali, di linee strategiche di sviluppo del comparto, da proporre ai decisori politici in sede distrettuale.

4.3.5. Innovazione

L'innovazione rappresenta un fattore chiave per sostenere la competitività del tessuto produttivo nell'economia globale. Innovare da un punto di vista sia scientifico che tecnologico, ma soprattutto saper valorizzare economicamente le ricadute dell'innovazione, significa spostare la competizione dal prezzo verso i prodotti e processi ad elevato valore aggiunto ed elevata marginalità. Per tale ragione, per rimanere competitivi è necessario focalizzare la propria azione verso le produzioni innovative, ossia verso quelle produzioni che incorporano un elevato tasso di conoscenza scientifica e tecnologica in nuovi prodotti e nuovi processi.

La Camera di Commercio di Latina svolge un ruolo di primaria importanza nella diffusione dell'innovazione nel contesto produttivo della Provincia, attraverso azioni mirate finalizzate a

favorire il trasferimento tecnologico al tessuto economico locale. In tal senso, l'attività della Camera è volta a creare le condizioni per:

- la creazione di nuove tecnologie a partire dai risultati della ricerca, mediante la generazione di nuove imprese;
- il trasferimento di tecnologie innovative ma già disponibili presso imprese esistenti;
- la diffusione dell'innovazione sul territorio, che necessita di organizzazioni che offrono servizi localizzativi e assistenza alle imprese soprattutto nella fase iniziale dell'attività.

Si collocano in tale contesto i risultati raggiunti nel 2010 dall'Ente Camerale nello sviluppo dei settori relativi ai Sistemi Produttivi locali, mediante l'attivazione dei **Progetti "Piattaforma Biotech" e "Emas di distretto"**, il completamento del **Progetto "Trasferimento tecnologico alle imprese"** e la sottoscrizione di un **protocollo di intesa** con il Comune di Cisterna per lo **"Sviluppo ed il potenziamento di un Centro Integrato di Ricerca Applicata -C.I.R.A.- per il trasferimento tecnologico alle PMI della provincia di Latina"**.

EMAS di Distretto finalizzato all'attestato APO

L'Attestato APO è un documento rilasciato dal Comitato Ecolabel-Ecoaudit avente l'obiettivo di riconoscere formalmente al soggetto Promotore il suo impegno a livello locale nella diffusione del Regolamento EMAS e nella creazione di sinergie in grado di indurre le imprese ad aderire. L'obiettivo dell'impegno del soggetto Promotore è quello di fornire supporto alle Organizzazioni che svilupperanno il loro sistema di gestione ambientale beneficiando di alcune semplificazioni derivanti dall'appartenenza all'Ambito Produttivo Omogeneo. Nel 2010 l'Ente Camerale, nell'ambito di tale progetto, ha svolto attività di sensibilizzazione presso le imprese dei settori interessati fornendo, in particolare, specifica consulenza in materia di "Audit ambientale" a favore di due aziende multinazionali del territorio.

Piattaforma BIOtech - LABIO

L'obiettivo del progetto **"Piattaforma Biotech (Latina BIOtech – LABIO)"** è la creazione di una piattaforma biotech, di supporto operativo ed informativo funzionale alle imprese che intendono effettuare investimenti in innovazione, ricerca ed energie rinnovabili, al fine di:

- raggruppare in una unica sede della provincia di Latina, le rappresentanze delle competenze biotech della zona;
- sostenere forme di agglomerazione su scala locale che sfruttino le risorse comuni (competenze, infrastrutture, ambiti di sperimentazione) a favore di processi di trasferimento di conoscenza;
- favorire la creazione di cluster industriali nella provincia di Latina;
- attuare start-up di imprese innovative;
- attrarre investimenti nella Provincia di Latina.

Progetto "Trasferimento Tecnologico alle imprese"

Un ulteriore traguardo raggiunto dalla Camera di Commercio nel 2010, è rappresentato dal completamento delle attività relative al progetto **"Trasferimento tecnologico alle imprese"**, avviato nel 2008 con la collaborazione della controllata STEP Srl. Il progetto ha cominciato a presentare i primi risultati in termini di:

- introduzione dell'innovazione tecnologica a supporto dei processi produttivi delle imprese e di gestione dei rapporti con la filiera a monte e/o a valle delle imprese, con particolare attenzione ai settori della meccanica (anche lavorazioni speciali di leghe e altri materiali compositi), dell'ICT, dell'industria agroalimentare ed infine della nautica;
- miglioramento dei canali di comunicazione a disposizione delle imprese verso gli altri attori del processo di innovazione, quali Università, Centri di ricerca, Enti locali ed altri Enti pubblici, necessari per approfondire le proprie esigenze di innovazione tecnologica e attuare progetti complessi;
- interventi formativi a sostegno delle imprese su tematiche legate all'innovazione e alla definizione della strategia e del governo della crescita.

Premio Impresa, Energia, Turismo e Ambiente

Nel 2010, l'Ente Camerale, nell'ambito delle attività di promozione dell'innovazione dei processi attraverso la ricerca e il trasferimento delle tecnologie, ha istituito il "**Premio Impresa Energia, Turismo e Ambiente**" con l'obiettivo di premiare le imprese della provincia che si sono distinte per aver sviluppato idee progettuali di notevole rilevanza in campo energetico e/o ambientale. L'obiettivo primario dell'iniziativa è:

- definire best practices applicabili e replicabili nel contesto locale, allo scopo di avviare un meccanismo virtuoso in grado di stimolare e promuovere progetti ecosostenibili;
- aumentare la visibilità delle imprese locali che operano nel rispetto dell'ambiente e che mostrano particolare sensibilità all'utilizzo delle principali fonti energetiche rinnovabili;
- trasferire al sistema imprenditoriale del territorio, con l'ausilio ed il coordinamento dell'Ente Camerale, le metodologie e le tecniche innovative acquisite nel settore.

Protocollo per lo sviluppo e il potenziamento di un Centro Integrato di Ricerca Applicata

La Camera di Commercio di Latina ha sottoscritto un protocollo intesa con il Comune di Cisterna per la condivisione delle idee strategiche e degli indirizzi per l'attuazione di un percorso istituzionale condiviso e finalizzato alla realizzazione di progetti d'innovazione tecnologica e di ricerca applicata tesi a favorire il trasferimento tecnologico alle PMI. A tale scopo saranno localizzati nel Comune di Cisterna di Latina il Centro Integrato di Ricerca Applicata (C.I.R.A.) per il trasferimento tecnologico alle PMI e un laboratorio "Prove materiali e strutture". Il progetto prevede l'attivazione di laboratori di ricerca gestiti da Enti universitari (Università "La Sapienza" di Roma e DISAT – Dipartimento Ingegneria Strutturale Acqua e Terreno - dell'Università dell'Aquila), con il compito di svolgere attività di ricerca e sviluppo, ricerca applicata e trasferimento tecnologico, formazione universitaria specializzata e formazione continua, consulenze istituzionali, consulenza alle PMI di settore, assistenza, verifiche, prove e certificazioni su componenti e prodotti e informazione, comunicazione, relazioni esterne.

Infrastrutture

Lo sviluppo economico del territorio richiede una rete infrastrutturale adeguata, in grado di sostenere i crescenti flussi di merci e di persone e di fornire agli operatori servizi completi ed adeguati. L'azione della Camera di Commercio in tema di infrastrutture si svolge nell'ambito del Tavolo di Concertazione Settoriale Infrastrutture, Mobilità e Logistica previsto dal "Progetto Provincia Latina", promosso ed avviato nel 2006 dalla CCIAA in collaborazione con la Regione Lazio e Provincia di Latina. Nel 2010, i lavori del Tavolo di Concertazione hanno prodotto i seguenti risultati:

- **Infrastrutture stradali:** approvazione del progetto per la messa in sicurezza del tratto Latina-Roma della SS 148 che comprende la bretella trasversale Cisterna Valmontone. Il progetto inserito nell'elenco degli interventi finanziati dal CIPE è di prossima realizzazione;
- **Trasporto marittimo:** individuazione e condivisione da parte della Regione Lazio, dell'Autorità portuale, del Comune di Latina e della Camera di Commercio di Latina, delle nuove strategie di sviluppo agroalimentare del Porto di Gaeta. La realizzazione del polo agroalimentare con l'utilizzo e la gestione integrata delle infrastrutture portuali, stradali e ferroviarie sarà il riferimento economico del settore per tutto il centro sud, valorizzando il ruolo del Porto di Gaeta, che in quanto "Porto Internazionale Frontaliero" (classificato PIF dalla CEE, insieme a Livorno e Trieste) a vocazione agro-alimentare-ittico può svolgere una funzione primaria in tutto il Mediterraneo.

Per quanto riguarda il **trasporto ferroviario**, nel 2010 l'Ente camerale ha avviato un'analisi propedeutica all'ottenimento di uno studio di prefattibilità per la realizzazione, tra Latina e Frosinone, di una linea ferroviaria dedicata da inserire successivamente nel Piano Regionale di Mobilità. E' stato costituito un gruppo di lavoro in collaborazione con la camera di commercio di Frosinone, la Fondazione Castani e il Dipartimento per il trasporto e la logistica dell'Università La Sapienza di Roma.

4.3.6. Formazione e Imprenditorialità

Uno degli obiettivi principali della Camera di Commercio di Latina è quello di favorire la formazione di un tessuto imprenditoriale in grado di far fronte ai cambiamenti del mercato e di competere a livello nazionale e internazionale. Consapevole della crescente complessità e flessibilità del mondo del lavoro e della concorrenza sempre maggiore, l'Ente Camerale riconosce l'importanza della formazione continua, favorendo lo sviluppo delle competenze del capitale umano attraverso la proposta di programmi di formazione professionale e abilitante, e partecipando ad iniziative per lo sviluppo e lo stimolo dell'imprenditorialità e la promozione della cultura di impresa.

Possono essere inquadrati in tale contesto, le iniziative intraprese nel 2010 dalla Camera di Commercio per il **sostegno alla nuova imprenditorialità locale e la diffusione della cultura d'impresa, mediante l'organizzazione e la partecipazione a corsi di formazione, seminari formativi e convegni**, in collaborazione con altri Enti pubblici e locali.

Iniziative della Camera di Commercio in ambito di formazione e di promozione della cultura di impresa e dell'imprenditorialità - anno 2010

Iniziative	Ente promotore
Corso di formazione per "Tecnico Superiore per la conduzione di navi mercantili – Sezione coperta"	Corso IFTS
Corso di formazione per "Tecnico Superiore dei trasporti e dell'intermodalità".	Corso IFTS
Corso di formazione per "Maestri d'Ascia"	Confartigianato Latina
Progetto "Il passaggio generazionale in azienda"	Fedrelazio Latina
Convegno "Prepararsi all'impresa"	Confindustria
Corso di formazione "Modelli organizzativi per l'impresa femminile e nuovi mercati", organizzato nell'ambito del progetto "L'impresa innovativa e l'imprenditoria femminile"	Camera di Commercio di Latina
Corso di formazione "Tecniche di ascolto del sistema territoriale, la comunicazione consulenziale", organizzato nell'ambito del progetto "L'impresa innovativa e l'imprenditoria femminile"	Camera di Commercio di Latina
Corso di formazione "Tecniche di progettazione integrata e animazione di rete", organizzato nell'ambito del progetto "L'impresa innovativa e l'imprenditoria femminile"	Camera di Commercio di Latina
Corso di formazione "Tecniche di gestione comunicativa di uno stand fieristico", organizzato nell'ambito del progetto "L'impresa innovativa e l'imprenditoria femminile"	Camera di Commercio di Latina

In tema di **imprenditoria femminile**, sin dal 2001 è attivo presso la Camera di Commercio di Latina il **“Comitato per il sostegno e lo sviluppo dell'imprenditoria femminile”**, nato sulla base di un protocollo di intesa siglato tra Unioncamere nazionale e Ministero delle Attività Produttive (cui la Camera di Commercio di Latina ha aderito) con il compito di:

- proporre suggerimenti nell'ambito della programmazione delle attività camerali, che riguardino lo sviluppo e la qualificazione della presenza delle donne nel mondo dell'imprenditoria;
- promuovere indagini conoscitive sulla realtà imprenditoriale locale per individuare le opportunità di accesso e promozione delle donne nel mondo del lavoro e dell'imprenditoria in particolare;
- attivare iniziative volte a facilitare l'accesso al credito anche promuovendo la stipula delle convenzioni previste per l'accesso delle imprenditrici alle fonti di finanziamento;
- proporre iniziative per attivare un sistema di collaborazioni sinergiche con gli enti pubblici e privati che sul territorio svolgono attività di promozione e sostegno all'imprenditoria femminile in generale.
- Promuovere iniziative per lo sviluppo dell'imprenditoria femminile, anche tramite specifiche attività di informazione, formazione imprenditoriale e professionale e servizi di assistenza manageriale mirata.

Anche nel 2010, il **Comitato per l'imprenditoria femminile** ha rinnovato il proprio impegno per l'organizzazione del **“Workshop Athena”, giunto alla IX edizione**. La manifestazione dell'imprenditoria femminile ha l'obiettivo di “portare allo scoperto” le realtà aziendali al femminile, creando uno spazio interamente dedicato, in cui la donna imprenditrice ha la possibilità di consolidare la propria immagine e sviluppare relazioni. Nel 2010 la manifestazione si è svolta dal 14 al 16 maggio ed ha registrato oltre 20.000 presenze accogliendo 114 realtà imprenditoriali, espressione di ogni settore economico, provenienti dalle province di Latina e Viterbo.

Nell'ambito di Athena sono stati organizzati:

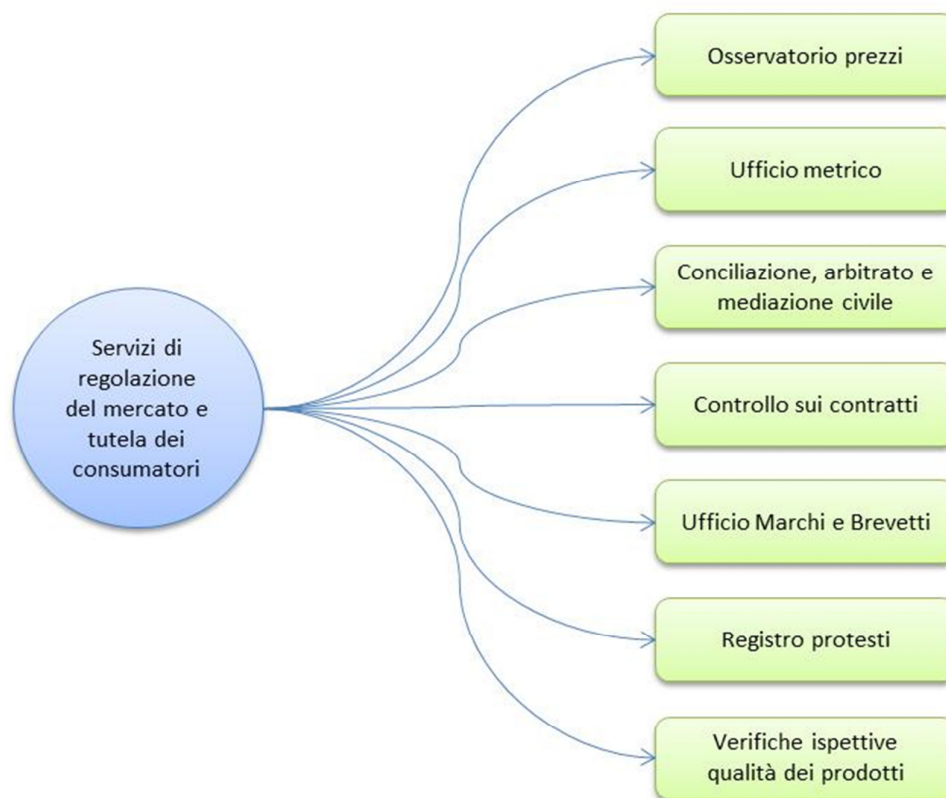
- seminario gratuito su “L’impresa Web 2.0”, promosso da WAI - Women Ambassadors in Italy e Bic Lazio;
- convegno su “Mettersi in proprio con il franchising: pari opportunità per le imprese femminili”;
- convegno “I Confidi ed il sostegno al credito: come orientarsi?”, organizzato dal Comitato Imprenditoria femminile e dal Consorzio Intrafidi;
- convegno sul Turismo Integrato, promosso dal Centro studi della Camera di Commercio di Latina, dal tema: “Nuovi modelli di sviluppo attraverso la creazione del prodotto turistico”;
- confronto sul tema “Un’alleanza tra Africa ed Europa per l’agricoltura e la sovranità alimentare” organizzato dall’associazione Terra Nuova Onlus che ha presentato la campagna ItAlAfrica/EuropAfrica e il lavoro di partenariato che il Lazio porta avanti con il Mali per il sostegno alle micro-imprese di trasformazione agro-alimentare promosse dalle produttrici africane.

4.4. Servizi di regolazione del mercato e tutela dei consumatori

La Camera di Commercio di Latina, nell'ambito delle proprie funzioni di regolazione del mercato, previste e attribuite dalla Legge 580/1993, assume il ruolo di garante del corretto funzionamento del mercato, a tutela degli interessi dei consumatori e degli operatori economici del territorio. L'Ente Camerale svolge tali funzioni in qualità di soggetto neutrale, attraverso l'esercizio di attività dirette a tutelare la trasparenza e la correttezza dei rapporti commerciali e l'equità di trattamento delle controparti: essa si pone come luogo di incontro e di mediazione tra le esigenze dei diversi soggetti che operano sul mercato e agevola la risoluzione delle controversie commerciali.

Di seguito il dettaglio delle attività svolte dalla Camera di Commercio di Latina, nell'ambito delle funzioni di regolazione del mercato:

Attività svolte nell'ambito dei Servizi di regolazione del mercato e tutela dei consumatori



4.4.1. Ufficio Metrico

Il controllo metrologico ha l'obiettivo di garantire la leale concorrenza fra le imprese e di tutelare i consumatori e la fede pubblica in merito alla corretta misurazione delle merci oggetto di compravendita.

In tale contesto, la Camera di Commercio esegue dei **controlli periodici** presso le imprese per **verificare il corretto funzionamento degli strumenti di misurazione** e la loro armonizzazione con le normative nazionali in materia (**metrologia legale**). Tali verifiche, svolte per il tramite dell'Ufficio Metrico, possono essere classificate come segue:

- **Verifica prima:** verifiche eseguite sugli strumenti di misurazione, prima dell'immissione sul mercato, al fine di accertare che gli stessi siano stati prodotti in conformità a specifici decreti ministeriali di approvazione.
- **Verifica periodica:** verifiche finalizzate all'accertamento periodico dell'affidabilità metrologica degli strumenti di misura. La periodicità di tali verifiche varia in base alla tipologia di strumento di misura (es: Masse e misure campione; misure di capacità comprese quelle montate su autocisterna: 5 anni; Strumenti per pesare: 3 anni; Complessi di misura per carburanti: 2 anni; ecc);
- **Verifiche ispettive:** controlli specifici svolti su segnalazione dei consumatori o per iniziativa di ufficio (es: a seguito di incrocio con le nuove iscrizioni nel registro delle imprese ecc).

Verifiche di metrologia legale - anno 2010

	Anno 2008	Anno 2009	Anno 2010	Var. %
n° verifiche prime	35	8	21	162,50%
n° verifiche periodiche	2.956	2.929	2.625	-10,38%
n° verifiche ispettive	13	58	39	-32,76%
n° verifiche di collaudo	148	122	73	-40,16%
n° di verifiche di rilegalizzazione	910	1.228	1.154	-6,03%
Totale	4.062	4.345	3.912	73,17%

Fonte dati: Elaborazioni dell'Area Anagrafica

L'Ufficio Metrico è inoltre responsabile della **concessione dei marchi di identificazione e di titolo dei metalli preziosi e dell'iscrizione nel Registro Assegnatari**. La concessione del marchio avviene a

seguito della ricezione di apposita domanda da parte del produttore richiedente e dopo l'eventuale sopralluogo dei laboratori al fine di verificare il rispetto e la conformità alle norme di legge o di regolamento. A partire dal 2003, in base a quanto stabilito nell'ambito di una convenzione tra il Ministero dello Sviluppo Economico, Unioncamere (in rappresentanza delle Camere di Commercio) ed Assicor (in rappresentanza delle Associazioni di Categoria), le Camere di Commercio sono responsabili dell'esecuzione di controlli presso grossisti, orafi e commercianti al dettaglio finalizzati ad accertare la leggibilità dei marchi, l'apposizione regolare dei punzoni, la dotazione dei punzoni presso gli assegnatari o presso i loro delegati. Sono inoltre svolti specifici controlli sull'esposizione di appositi cartelli con i titoli degli oggetti esposti in vendita e sull'esposizione di tabelle di comparazione dei titoli, laddove ci siano titoli e marchi diversi da quelli previsti dalla normativa nazionale.

Marchi di identificazione dei metalli preziosi - anno 2010

	Anno 2008	Anno 2009	Anno 2010	Var. %
n° marchi di identificazione per punzonatura dei metalli preziosi	52	54	52	-3,70%

Fonte dati: Elaborazioni dell'Area Anagrafica

La Camera di Commercio di Latina è inoltre Ente competente per il ***rilascio delle carte tachigrafiche***, sulla base delle attribuzioni del DM 361, del 31 ottobre 2003 e svolge il ruolo di ***garante della fede pubblica, intervenendo nei concorsi a premio con la figura del funzionario camerale***, al fine di verificare la completezza e correttezza della documentazione presentata dall'ente promotore per indire il concorso e garantire la regolarità dello svolgimento del concorso stesso.

L'Ente Camerale, tramite l'Ufficio Metrico, si occupa infine della tutela dei consumatori verificando il rispetto da parte dei produttori e dei distributori degli ***obblighi di legge previsti sulla sicurezza e sulla corretta etichettatura di alcuni prodotti*** non alimentari, tra i quali ad esempio giocattoli, prodotti elettrici, dispositivi di protezione individuale, calzature, tessili ecc. Nello specifico i compiti assegnati alla Camera di Commercio in materia di vigilanza sono finalizzati a garantire che i prodotti immessi in commercio siano sicuri e rispettino le varie disposizioni normative al fine di:

- Assicurare una corretta informazione all'acquirente circa le caratteristiche del prodotto acquistato, l'identità del produttore e/o responsabile dell'immissione in commercio e la conformità alle norme che regolano la produzione e la commercializzazione di un dato prodotto (es: etichettatura CE; composizione prodotto; modalità d'uso ecc)
- Favorire la leale concorrenza tra le imprese di un determinato settore;
- Informare gli operatori circa i loro obblighi, l'evoluzione delle norme di un determinato settore instaurando un dialogo permanente;
- Verificare le attività poste in essere dagli operatori e rimediare ad eventuali irregolarità riscontrate.

Attività Ufficio Metrico - anno 2010

	Anno 2008	Anno 2009	Anno 2010	Var. %
n° carte tachigrafiche rilasciate	1.307	994	1.269	27,67%
n° verifiche, controlli e ispezioni sulla sicurezza dei prodotti	2	1	4	300,00%

Fonte dati: Elaborazioni dell'Area Anagrafica

4.4.2. Giustizia alternativa

In base a quanto stabilito dalla Legge 580/1993, la Camera di Commercio di Latina, nell'ambito delle proprie funzioni di regolazione del mercato, promuove la gestione di servizi di giustizia alternativa, ai fini di una più rapida risoluzione delle controversie tra le imprese o fra queste e i consumatori, mediante il ricorso all'**arbitrato**, alla **conciliazione** e alla **mediazione civile**.

Arbitrato

L'**Arbitrato** è una procedura diretta a porre fine ad una controversia mediante l'intervento di un esperto, l'arbitro, a cui viene affidato il compito di giudicare. E' possibile accedere all'arbitrato solo se il contratto lo prevede espressamente tramite apposita clausola o anche dopo l'avvio della

risoluzione della controversia davanti al giudice ordinario, per mezzo di apposito compromesso arbitrale, attraverso il quale le parti convengono nel deferire la controversia alla decisione di un arbitro (o arbitri).

Presso la Camera di Commercio di Latina è stata istituita la *Camera Arbitrale*, con la finalità di agevolare il ricorso delle imprese e dei consumatori all'istituto dell'arbitrato per la risoluzione delle controversie. Sono stati predisposti appositi regolamenti, corredati da tariffe predeterminate, al fine di amministrare in maniera trasparente le procedure di arbitrato. E' stato inoltre istituito un *Albo degli arbitri*, che conta oltre 400 i professionisti tra dottori agronomi e forestali, avvocati, ragionieri e dottori commercialisti, geometri e architetti, ingegneri, chimici e periti agrari e industriali.

Procedure di arbitrato anno 2010

	Anno 2008	Anno 2009	Anno 2010	Var. %
Arbitrati	3	3	5	66,67%

Conciliazione

La **conciliazione** è una procedura di risoluzione delle controversie, volontaria e non obbligatoria in base alla quale una terza persona imparziale, il conciliatore, assiste le parti in conflitto guidando la loro negoziazione e orientandole verso la ricerca di accordi reciprocamente soddisfacenti. A differenza del processo civile e dell'arbitrato, che rientrano tra le procedure contenziose, la conciliazione non è finalizzata ad accertare la violazione di un diritto e ad individuarne le relative responsabilità, ma ha lo scopo di identificare la soluzione ottimale del problema e di orientare le parti a giungere ad un accordo vantaggioso per entrambe.

La Camera di Commercio di Latina ha istituito presso la propria sede lo "**Sportello di Conciliazione**", per consentire ai soggetti coinvolti nella controversia (consumatori/imprese, ecc) di presentare istanza di conciliazione. E' stata inoltre costituita una apposita "**Commissione di Conciliazione**", responsabile della tenuta e dell'aggiornamento dell'**Albo dei conciliatori** e della nomina del conciliatore per le procedure attivate. La Commissione è nominata dalla Giunta Camerale ed è composta da nove membri, di cui uno in rappresentanza dell'Ente Camerale, quattro in

rappresentanza dei settori dell'industria, del commercio, dell'artigianato e dell'agricoltura, tre in rappresentanza delle categorie professionali degli avvocati, dei notai, dei dottori commercialisti e dei ragionieri e uno in rappresentanza dei consumatori.

Procedure di conciliazione anno 2010

	Anno 2008	Anno 2009	Anno 2010	Var. %
Conciliazione	113	69	48	-30,43%

Mediazione civile

Il D.Lgs. 4 marzo 2010, n.28, ha introdotto la disciplina della **mediazione finalizzata alle controversie civili e commerciali vertenti su diritti disponibili**. Secondo la norma, per mediazione si intende l'attività svolta da un terzo imparziale e finalizzata ad assistere due o più soggetti, sia nella ricerca di un accordo amichevole per la composizione di una controversia, sia nella formulazione di una proposta per la risoluzione della stessa. Si tratta di uno strumento che consente di risolvere le controversie civili e commerciali, vertenti su diritti disponibili, in maniera semplice ed efficace, senza particolari formalità di procedura. La procedura di mediazione finalizzata alla conciliazione può essere:

- volontaria, attivata cioè volontariamente dalle parti;
- contrattuale, attivata per la presenza di clausole di mediazione (nel contratto, nell'atto costitutivo di società o nello statuto);
- demandata dal giudice, quando il giudice, cui le parti si sono già rivolte per la risoluzione di una controversia, le invita a tentare la mediazione;
- obbligatoria, ai sensi dell'art.5, comma 1, del D.Lgs.n.28/2010, nel quale è previsto che, in determinate materie, prima di adire la giustizia ordinaria, le parti devono esperire obbligatoriamente un tentativo di mediazione.

In particolare, dal 20 marzo 2011, la mediazione è divenuta condizione di procedibilità per tutte le controversie rientranti nelle seguenti materie: diritti reali, divisione, successioni ereditarie, patti di famiglia, locazione, comodato, affitto di aziende, risarcimento danni da responsabilità medica e da diffamazione a mezzo stampa o con altro mezzo idoneo di pubblicità, contratti assicurativi, bancari e

finanziari. A partire dal 20 marzo 2012 la mediazione diventerà obbligatoria anche in materia di condominio e di risarcimento del danno derivante dalla circolazione di veicoli e natanti.

Il D.Lgs.n.28/2010 prevede che il procedimento di mediazione si svolga presso organismi iscritti nell'apposito Registro tenuto dal Ministero della Giustizia. La **Camera di Commercio di Latina**, con provvedimento 9 maggio 2011 del Ministero della Giustizia, **è stata iscritta al n.302 del Registro degli Organismi di Mediazione ed è pertanto abilitata a svolgere le procedure di mediazione delle controversie civili e commerciali.**

4.4.3. Controllo sui contratti

L'impegno della Camera di Commercio di Latina nelle iniziative a tutela dei consumatori è da sempre finalizzato a garantire l'equità e la trasparenza dei rapporti contrattuali. A tal riguardo l'Ente Camerale esegue verifiche specifiche al fine di individuare eventuali **clausole vessatorie nei contratti** stipulati nella Provincia di Latina ovvero aventi ad oggetto una o più obbligazioni da eseguirsi nella Provincia di Latina. Tali verifiche sono svolte per il tramite della "**Commissione di Regolazione del Mercato**", che interviene su segnalazione di soggetti/enti interessati (consumatori, associazioni di consumatori, professionisti, associazioni di professionisti, enti pubblici) o su iniziativa d'ufficio a seguito dell'attivazione di indagini conoscitive, e svolge le seguenti attività:

- Esprime un parere tecnico-giuridico in ordine alla presunta vessatorietà delle clausole inserite nei contratti che regolano i rapporti tra consumatori e professionisti nonché quelli tra professionisti;
- Avanza proposte di modifica delle clausole di cui abbia accertato la vessatorietà e procede, congiuntamente ai soggetti coinvolti nel procedimento, alla predisposizione di un progetto volto alla riformulazione delle clausole censurate.
- Propone l'esercizio dell'azione inibitoria ex art. 1469 – sexies cod. civ..

Nel 2010, la Camera di Commercio ha portato a termine il procedimento di controllo, avviato nel 2009, sulla modulistica di mediazione immobiliare depositata dagli Agenti di Affari in Mediazione presso l'ufficio Albi e Ruoli camerale, al fine di verificarne la conformità alla disciplina sulle clausole

vessorie (D.Lgs.n.206/2005). Sono stati esaminati i formulari utilizzati da 14 agenzie immobiliari operanti nel solo Comune di Latina, per un totale di circa 45 modelli contrattuali.

4.4.4. Osservatorio prezzi

La Camera di Commercio di Latina, attraverso il servizio Studi e Statistiche, espleta una funzione di monitoraggio e analisi delle dinamiche socio-economiche del territorio, raccogliendo i dati su base provinciale del Sistema Statistico Nazionale e dando attuazione alle statistiche ufficiali disposte dall'ISTAT. I dati così prodotti costituiscono un importante punto di avvio per la definizione delle politiche camerali e degli strumenti di programmazione negoziata con altri soggetti del territorio e soddisfano le richieste di informazioni che provengono dal sistema socio-economico locale.

Analisi e indagini svolte dal Servizio Studi e statistiche nel 2010

Listino prezzi all'ingrosso dei prodotti ortofrutticoli e riunioni della relativa Commissione
Rilevazione mensile del paniere dei prodotti acquistati e venduti dagli agricoltori per conto dell'Istat
Rilevazione annuale della GDO per conto del Ministero dello Sviluppo Economico
Rilevazione attività edilizia presso i Comuni e comunicazione all'Istat
Rilevazione consistenza della pesca per conto dell'ISTAT
Rilevazione della consistenza del bestiame per conto dell'Istat
Pubblicazione mensile del "Listino Ufficiale dei prezzi alla produzione e all'ingrosso" delle principali produzioni locali rilevato attraverso l'apposita Commissione prezzi
Rilevazione dei prezzi dei "panieri Istat" dei prodotti venduti e acquistati dagli agricoltori.

Particolare rilevanza assume l'analisi svolta dall'Ente Camerale sui **prezzi all'ingrosso praticati nella Provincia di Latina per i prodotti agroalimentari**. Tale attività è svolta da un'apposita Commissione (Commissione Prezzi) nominata dalla Giunta Camerale, allo scopo di fornire uno strumento

trasparente di pubblicità dei prezzi all'ingrosso e alla produzione dei principali prodotti del comparto agroalimentare locale. Fanno parte della Commissione Prezzi 9 componenti, espressione dell'Ente Camerale, del MOF – Centro Agroalimentare all'Ingrosso di Fondi, del MOL – Mercato Ortofrutticolo di Latina e dei settori di riferimento dell'analisi (Vino, Olio di oliva e olive, cereali ecc). La Commissione si riunisce ogni quindici giorni per verificare i prezzi all'ingrosso rilevati da informatori individuati dalla Giunta Camerale e predisporre un report che è pubblicato sul sito della Camera.

La Camera di Commercio è inoltre incaricata delle **funzioni di controllo sulle tariffazioni idriche** applicate dai gestori dei servizi di acquedotto, fognatura e depurazione, sulla scorta delle deliberazioni del CIPE per ciascun anno idrico. Le verifiche sui due gestori della Provincia di Latina, avviate nel Giugno 2009, hanno riguardato due incrementi tariffari per ciascun gestore e risultano, al 31/12/2010 in fase di completamento.

4.4.5. Registro protesti

Entro i primi 15 giorni di ogni mese, la Camera di Commercio pubblica l'elenco dei protesti di cambiali, tratte accettate, assegni bancari e postali levati dagli Ufficiali levatori competenti dal giorno 27 di due mesi precedenti al giorno 26 del mese precedente. L'elenco così predisposto confluisce nel *Registro di protesti nazionale*, alimentato da tutte le Camere di Commercio, che consente di conoscere i nominativi dei soggetti protestati su tutto il territorio nazionale. L'Ente Camerale rilascia inoltre visure e/o certificati dei protesti iscritti in tutta Italia nel Registro Protesti negli ultimi cinque anni. Attraverso tali attività la Camera assicura certezza e trasparenza a coloro che sono interessati a verificare la situazione dei propri potenziali interlocutori di affari.

Attività del Registro Protesti 2010

	Anno 2008	Anno 2009	Anno 2010	Var. %
N. Protesti	21.252	22.409	19.942	-11,01%
N. Cancellazioni	802	699	616	-11,87%
Totale	22.054	23.108	20.558	-11,04%

Fonte: elaborazione Area Affari Istituzionali

4.4.6. Marchi e Brevetti

La Camera di Commercio si occupa della ricezione delle domande di registrazione di marchi e brevetti, fungendo da tramite tra gli utenti e l'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi presso il Ministero dello Sviluppo Economico. Si tratta di strumenti finalizzati a tutelare la proprietà industriale delle imprese, che come tali possono contribuire ad accrescere la competitività e l'innovazione tecnologica del tessuto economico locale. Nello specifico:

- Il **marchio** è un segno grafico di proprietà esclusiva che può contraddistinguere una società, un prodotto, una linea di prodotti, un servizio. Rappresenta l'identità e la forza dell'organizzazione di fronte alla pluralità dei suoi pubblici.
- Il **brevetto** è un contratto tra il richiedente e lo Stato nel quale il richiedente si impegna a mettere l'invenzione a disposizione del pubblico dopo un congruo periodo di tempo mentre lo Stato gli concede un diritto di esclusiva per lo sfruttamento dell'invenzione stessa. La Camera di Commercio riceve le istanze di registrazione di brevetti per:
 - Invenzione industriale;
 - Modello di utilità;
 - Modello ornamentale e serie ornamentale;
 - Brevetto internazionale;
 - Traduzione brevetto europeo.

Nel 2010, la Camera di Commercio di Latina ha registrato 21 brevetti (+10,53% rispetto al 2009) e 192 marchi (+20,75% rispetto al 2009), come dettagliato nella tabella di seguito riportata:

Attività dell'Ufficio Marchi e Brevetti 2010

	Anno 2008	Anno 2009	Anno 2010	Var. %
Brevetti	37	19	21	10,53%
Marchi	148	159	192	20,75%
Totale	185	178	213	19,66%

4.4.7. Controlli sulla qualità dei prodotti

Indicazione Geografica Protetta "Kiwi Latina"

Ai sensi dell'art. 14 della legge 526/99, la Camera di Commercio di Latina è designata come autorità pubblica per il prodotto agroalimentare a Indicazione Geografica Protetta "Kiwi Latina". In tale veste, l'Ente Camerale è responsabile dell'istruttoria sulle domande di certificazione presentate dai produttori e dai confezionatori, provvedendo alle seguenti tipologie di controlli:

- **Verifiche documentali**, finalizzate ad accertare l'adeguatezza, la completezza e la conformità al disciplinare di produzione della documentazione ricevuta dal Richiedente;
- **Verifiche sul campo**, per il controllo delle caratteristiche dei terreni coltivati, delle tecniche di coltivazione adottate dal produttore, della disponibilità e adeguatezza degli impianti per la lavorazione ed il confezionamento e dell'adeguatezza dei sistemi aziendali a garanzia dell'identificazione e della rintracciabilità del prodotto;
- **Verifiche campionarie sul prodotto**, allo scopo di garantire il rispetto dei requisiti qualitativi previsti dalla normativa.

La Camera svolge inoltre delle verifiche annuali su un campione di imprese certificate (campione pari al 14% del 35% complessivo dei soggetti certificati), al fine di accertare il mantenimento da parte dei produttori e dei confezionatori degli standard necessari al riconoscimento IGP "Kiwi Latina".

IGP "Kiwi Latina" 2010

	Produttori	Confezionatori
n° certificati al 31/12/2009	72	2
Certificazioni rilasciate nell'anno 2010	2	0
Cancellazioni anno 2010	11	0
n° certificati al 31/12/2010	63	2

Elenco Vigne I.G.T e Albo Vigneti D.O.C.

Nel 2010, la Camera di Commercio di Latina ha curato la tenuta dell'**Albo Vigneti D.O.C.** e dell'**Elenco Vigne I.G.T.**, nei quali sono iscritti i terreni destinati alla produzione delle uve atte a divenire vini a "**Denominazione di Origine Controllata**" (**D.O.C.**) e vini a **Indicazione Geografica Tipica (I.G.T.)**.

Nella Provincia di Latina sono state riconosciute 6 D.O.C. (Denominazioni Origine Controllata): la D.O.C. Aprilia, con una superficie tra i Comuni di Aprilia, Cisterna e Latina pari a 62,5 ettari; la D.O.C. Castelli Romani, con una superficie tra i Comuni di Cori, Cisterna ed Aprilia pari ad 820,7 ettari; la D.O.C. Cori, con una superficie tra i Comuni di Cori e Cisterna pari ad 80,8 ettari; la D.O.C. Circeo, con una superficie tra i Comuni di Latina, Sabaudia, San Felice Circeo e Terracina pari a 67,8 ettari; la DOC Terracina o Moscato di Terracina, con una superficie tra i Comuni di Monte San Biagio, Terracina e Sonnino per complessivi 36,2 ettari; la D.O.C. Velletri, con una superficie tra i Comuni di Cisterna e Latina per 17,8 ettari totali.

I numeri dell'Albo Vigneti D.O.C. nel 2010

	Conduttori	Superficie (ha)	Superficie media per conduttore (ha)	Uva (q.li)	Produzione media per conduttore (ha)	Vino (ha)	Produzione media per conduttore (ha)
D.O.C. Aprilia	73	62,50	0,90	1.929,20	26,40	1.350,40	18,50
D.O.C. Castelli Romani	495	820,70	1,70	114.298,20	230,90	82.849,30	167,40
D.O.C. Circeo	31	67,80	2,20	6.496,30	209,60	4.446,70	143,40
D.O.C. Cori	64	80,80	1,30	7.663,40	119,70	5.364,40	83,80
D.O.C. Terracina	67	36,20	0,50	3.250,40	48,50	2.236,30	33,40
D.O.C. Velletri	29	17,80	0,60	2.436,80	84,00	1.687,50	58,20
Totale	759	1.085,80	1,40	136.074,30	179,30	97.934,60	129,00

Nel 2010, l'Elenco delle Vigne I.G.T. conta invece **1021 aziende iscritte**, per una superficie complessiva vitata pari a **ha 1.556,3**, per una produzione totali di **q.li 146.152,9**.

I numeri dell'Elenco Vigne I.G.T. nel 2010

	Conduttori	Superficie (ha)	Superficie media per conduttore (ha)	Uva (q.li)	Produzione media per conduttore (ha)	Vino (ha)	Produzione media per conduttore (ha)
I.G.T.	1.021	1.556,30	1,50	146.152,90	143,10	116.899,00	114,50

La Camera di Commercio, in qualità di Ente responsabile della tenuta dell'Albo Vigneti D.O.C. e dell'Elenco Vigne I.G.T., esegue le verifiche istruttorie sulle richieste di iscrizione pervenute dai produttori, attivando specifici controlli sul campo, svolti da tecnici agronomi incaricati e tesi alla verifica della rispondenza dei vigneti alle caratteristiche previste dai disciplinari di produzione. L'Ente provvede inoltre alla verifica delle denunce di produzione presentate dai conduttori dei vigneti iscritti all'Albo dei Vigneti a D.O.C. e all'Elenco delle Vigne a I.G.T. per quanto attiene alle rese uva/Ha, e una volta concluso l'accertamento, rilascia apposita ricevuta. Sui vini D.O.C. , la Camera svolge anche un controllo qualitativo, che si articola nell'analisi chimico - fisica effettuata da laboratori autorizzati e nell'esame organolettico sui campioni di vino realizzata dalla Commissione di Degustazione. La Camera cura inoltre la tenuta dell'Albo degli Imbottiglieri di vini a D.O.C. e I.G.T. , cui hanno l'obbligo di iscriversi le imprese che si occupano dell'imbottigliamento dei vini della provincia certificati D.O.C. e I.G.T.

Nel 2010, la parte della filiera del vino, nella Provincia di Latina, assoggettata all'Organismo di Controllo della Camera di Commercio, conta 759 conduttori, escludendo ancora chi non rivendica DOC ma solo IGT, su un totale di 1780. Gli imbottiglieri della provincia sono 29 e a questi si aggiungono quelli autorizzati ma con sede su tutto il resto del territorio nazionale. Le cantine o vinificatori sono circa 30. I pareri di conformità rilasciati nel corso del 2010, dopo il primo anno dall'incarico triennale assegnato dal MIPAAF alla Camera di Commercio di Latina, sono stati circa 500 per il rilascio delle ricevute delle denunce delle uve (con riferimento alla vendemmia 2009), 60 per i prelievi, corrispondenti ad un totale di oltre 73.000 hl di vino certificato, e 260 per gli imbottiglieri, pari ad un totale di quasi 23.000 hl di vino imbottigliato.