

il primo BILANCIO SOCIALE

della Camera di Commercio,
Industria, Artigianato e
Agricoltura di Treviso



La “mission” e gli obiettivi della Camera di Commercio di Treviso

*L’obiettivo verso il quale tende l’intera attività dell’Ente camerale è quello dello
“sviluppo del sistema delle imprese della provincia di
Treviso nell’ambito del progresso socio-economico locale”.*

*La crescita delle imprese nel suo complesso potrebbe essere fine a se stessa se non fosse accompagnata
da un progresso sociale in cui un vasto insieme di soggetti, tra cui i lavoratori e i consumatori,
trae beneficio dallo sviluppo.*

Definizione

Il Bilancio Sociale è un documento consuntivo che attesta la dimensione sociale dell'attività aziendale.

Ogni azienda, pubblica o privata, da sempre ha sottoscritto un tacito e non formalizzato accordo con i propri stakeholder (portatori di interesse). Un “contratto sociale” che ora può essere formalizzato e registrato mediante questo strumento di rendicontazione.

Mentre, tuttavia, per l'azienda privata il fine sociale è condizionato dal fine economico, nell'azienda pubblica il fine sociale è prioritario e riguarda il benessere economico e sociale di tutta la collettività. Attraverso il Bilancio Sociale si individuano e si misurano i benefici prodotti verso tutti i soggetti direttamente o indirettamente coinvolti, in senso positivo, dell'operato aziendale.

Il risultato auspicato è che possa accrescere il livello di accountability sociale verso i cittadini ed un “ritorno” in termini di consenso e di immagine.

Gli obiettivi del Bilancio Sociale della Camera di Commercio di Treviso

Per la prima volta l'Ente camerale ha realizzato il proprio bilancio sociale, con riferimento al periodo 2002/2003.

Il Bilancio Sociale è certamente uno strumento efficace per illustrare quanto è stato fatto e come si voglia far meglio di quanto i vari stakeholder si aspettino.

Gli obiettivi principali si possono così individuare:

1 Rendicontazione, per “misurare” la capacità dell'Ente di realizzare la propria missione attraverso le proprie linee di azione, i servizi, i progetti;

2 Misurazione “quantitativa” e “qualitativa” dell'utilità prodotta a favore dei diversi “portatori di interesse” (stakeholder);

3 Comunicazione verso l'esterno dei risultati raggiunti e verifica della “percezione” degli stessi;

4 Comunicazione all'interno dell'Ente per amministratori e dipendenti, per pianificare eventuali azioni di miglioramento, per valorizzare il “senso di appartenenza”.

Il Bilancio sociale, quindi, non è uno strumento di comunicazione “politica” o un mezzo per elencare azioni e iniziative in modo autoreferenziale, bensì un documento volto a rafforzare la conoscenza delle azioni della Camera in favore della propria collettività di riferimento, in modo da accrescere la propria legittimazione nella comunità stessa e il consenso a livello sociale.

Bilancio Sociale: alcuni termini chiave

STAKEHOLDER: tutti coloro che, a vario titolo, hanno l'aspettativa di trarre benefici dal complesso delle attività realizzate dalla Camera di Commercio.

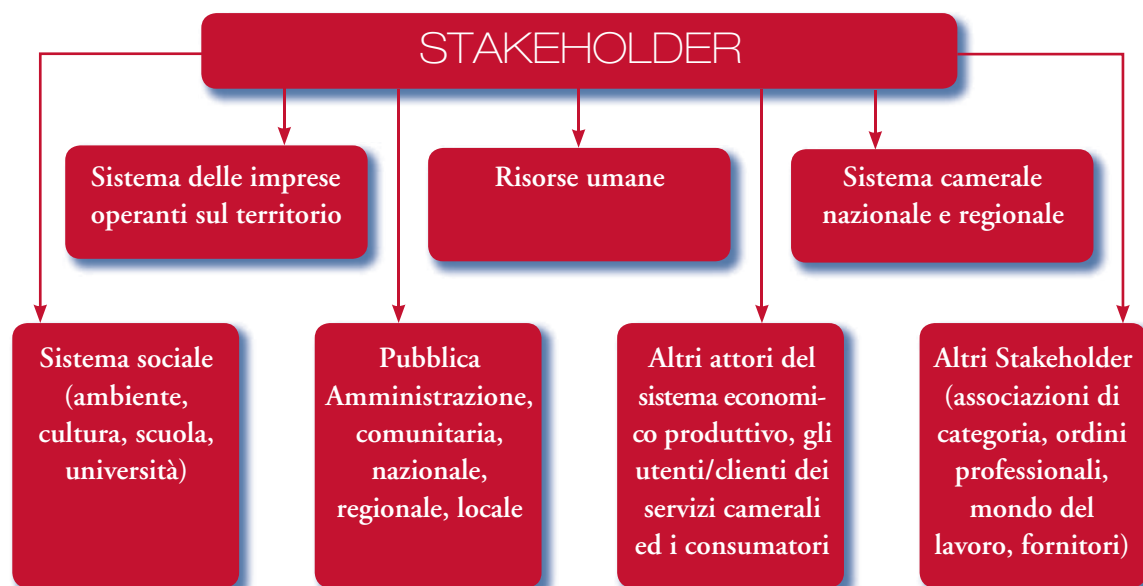
VALORE AGGIUNTO: misura della ricchezza che l'Ente produce e che è poi distribuita tra tutti gli stakeholder, calcolata come differenza tra i ricavi generati e i costi sostenuti nell'esercizio della propria attività.

UTILITA' ECONOMICA: vantaggio che un individuo, o la collettività, ricava dall'utilizzo di un bene economico o servizio.

EFFETTO MOLTIPLICATORE: processo che porta al coinvolgimento di altri partner, pubblici o privati, nella realizzazione di iniziative a favore dei diversi portatori di interesse derivante dalla distribuzione del Valore aggiunto prodotto dalla Camera di Commercio.

Gli stakeholder della Camera di Commercio di Treviso

Il percorso per apprezzare la dimensione sociale della Camera di Commercio non può che prendere le mosse dall'identificazione di quali siano i beneficiari delle attività, dei progetti e delle iniziative realizzate dall'Ente. Le diverse categorie di portatori di interesse possono essere raggruppate attraverso un primo livello di segmentazione:



La Camera di Commercio per il sistema economico-produttivo

La principale categoria di stakeholder è rappresentata dal sistema delle imprese operanti sul territorio provinciale. Una delle finalità del Bilancio Sociale è quella di evidenziare nel dettaglio in che modo la Camera crea utilità per il sistema delle imprese.

La scomposizione delle attività camerali a favore delle imprese porta a raggruppare le stesse principalmente in:

- servizi amministrativi per le imprese;
- regolazione del mercato;
- promozione e sviluppo del sistema economico locale.

I servizi amministrativi per le imprese

Tra le attività che maggiormente impegnano la Camera, sia in termini di risorse umane che finanziarie, vi sono quelle legate alla prestazione di servizi amministrativi e certificativi. Essi si concretizzano nell'esercizio delle seguenti attività:

- tenuta del Registro delle Imprese;
- tenuta dell'Albo imprese artigiane;
- tenuta di vari albi, registri ed elenchi necessari per l'esercizio di determinate attività;
- preparazione e rilascio di documenti necessari per il commercio internazionale o per altri scopi di settore;
- gestione delle dichiarazioni ambientali (MUD).

Servizi amministrativi: *a favore di chi?*

I servizi amministrativi e certificativi erogati dall'Ente assumono, di fatto, funzione di forte supporto alle attività d'impresa. Le informazioni contenute nelle banche dati relative ai diversi Registri, Albi e ruoli, infatti – disponibili a chiunque ne faccia richiesta – consentono di conoscere il contesto aziendale italiano e creano una fonte di risorse sia per chi desideri sviluppare rapporti con specifiche aziende, sia per chi desideri promuovere la propria attività o professionalità, generando utilità per buona parte degli stakeholder camerali:

1. per le imprese, come è evidente, di qualsiasi tipologia ed operanti in qualsiasi settore economico;
2. per i consumatori e gli utenti dei servizi camerali;
3. per la P.A. che può trarre diversi benefici dall'utilizzo dei dati custoditi presso il sistema camerale;
4. per il sistema camerale stesso, che, a livello di network, risulta potenziato dall'apporto che ciascuna Camera offre con la tenuta delle molte informazioni anagrafiche;
5. per le associazioni di categoria;
6. per gli ordini professionali.

VALORE AGGIUNTO DESTINATO AI SERVIZI AMMINISTRATIVI anno 2003:

3.495.442,00 Euro

I servizi di regolazione del mercato

Le funzioni di regolazione del mercato vengono svolte al fine di favorire l'affermazione del mercato, della concorrenza, della trasparenza, della libertà di impresa e di iniziativa economica e l'introduzione di sistemi alternativi alla giustizia ordinaria, a tutela dei consumatori e degli utenti, nonché a tutela della garanzia della fede pubblica, considerate condizioni essenziali per lo sviluppo socio-economico del territorio provinciale.

La regolazione del mercato, inoltre, tutela i produttori corretti da quelli che non lo sono e, quindi, costituisce un elemento di competitività dei sistemi economici evoluti rispetto a quelli emergenti.

La vigilanza e la regolazione del mercato attuata dalla Camera di Commercio avviene attraverso attività di:

- conciliazione delle controversie;
- informazione sulle normative a tutela del consumatore;
- vigilanza sulle manifestazioni a premio;
- controllo della conformità dei prodotti immessi nel mercato;
- tutela della proprietà industriale e intellettuale;
- rilevazione dei prezzi;
- consulenza alle imprese;
- tutela del consumatore.

Attività di regolazione del mercato: *a favore di chi?*

Le attività e i servizi nel settore della regolazione del mercato producono effetti positivi per le seguenti categorie di stakeholder:

1. per tutte le imprese che possono avere accesso a strumenti semplificati di risoluzione di controversie e di trasparenza del mercato;
2. per gli utenti/clienti dei servizi camerali;
3. per i consumatori;
4. per la P.A., soprattutto a livello locale che trae beneficio dalle azioni camerali nel settore con la Camera di Commercio;
5. per le associazioni di categoria;
6. per gli ordini professionali.

VALORE AGGIUNTO DESTINATO ALLA REGOLAZIONE DEL MERCATO anno 2003:

364.740,00 Euro

Promozione e sviluppo del territorio locale

Una delle linee di azione di maggiore impatto in chiave di Bilancio Sociale è legata all'insieme delle attività di promozione e sviluppo del territorio locale. In proposito, la Camera persegue specifici obiettivi fondamentali, tra cui:

- rilocalizzazione del sistema provinciale e rafforzamento della competitività territoriale;
- investimento in risorse umane;
- costruzione e sviluppo delle reti;
- qualificazione e marketing del territorio.

Questi obiettivi si concretizzano a loro volta in numerose azioni operative, per favorire in particolare:

- l'internazionalizzazione delle imprese e dei distretti;
- l'innovazione e il progresso tecnologico;
- l'informazione e la formazione;
- lo sviluppo del territorio;
- l'accesso a supporti finanziari.

Lo studio e la programmazione dell'economia locale, riassunti nel Piano strategico di sviluppo in collaborazione con la Provincia, fungono da guida per le politiche di sviluppo di tutti gli attori locali dell'economia trevigiana.

La matrice attività/stakeholder, una lettura di dettaglio

La Camera di Commercio sostiene l'internazionalizzazione delle imprese locali nella scelta e acquisizione di nuovi mercati e nelle sfide imposte dalla mondializzazione attraverso: l'intermediazione della cooperazione (per le imprese che cercano partner), lo svolgimento di iniziative a sostegno dell'export (mediante assistenza a singoli o gruppi di imprenditori nell'accesso ai nuovi mercati), la messa a disposizione di validi strumenti per l'intermediazione e la promozione dell'export (contatti con gli istituti ed Enti, sondaggi di mercato, cataloghi e repertori di aziende, partecipazione a fiere) e la realizzazione di funzioni di informazione, consulenza e formazione (assistenza tecnica in tema di commercio con l'estero, finanziamenti internazionali, materie fiscali, doganali, contrattualistica, trasporti e pagamenti internazionali, formalità amministrative, convegni, seminari).

Attività di internazionalizzazione: *a favore di chi?*

Le attività nel settore della internazionalizzazione generano ricadute per molti stakeholder camerali:

1. per le imprese che operano o desiderano operare con l'estero per imprese ed utenti dall'estero;
2. per gli utenti del sistema camerale;
3. per la P.A., soprattutto a livello regionale e locale che si interfaccia con la Camera;
4. per il sistema camerale stesso, che a livello di network, risulta potenziato dalla capacità di ciascuna Camera di sostenere la rete camerale anche nel settore della internazionalizzazione
5. per le associazioni di categoria;
6. per gli ordini professionali.

VALORE AGGIUNTO DESTINATO ALL' INTERNAZIONALIZZAZIONE anno 2003:

1.908.756,00 Euro

La matrice attività/stakeholder, una lettura di dettaglio

La globalizzazione dei mercati, la mobilità delle produzioni, la minor prevedibilità delle dinamiche finanziarie impongono nuove e più stringenti regole anche in funzione della competitività delle aziende operanti nella provincia di Treviso. Risulta indispensabile poter disporre di nuove leve per potenziare le capacità e la velocità di sviluppo di nuovi prodotti, innovando i fattori alla base dei cambiamenti tecnologici.

Attività di innovazione: *a favore di chi?*

Le attività nel campo della innovazione generano utilità per i seguenti stakeholder camerali:

1. per le imprese, operanti in settori economici evoluti, ma anche in settori tradizionali e che desiderano evolvere per continuare a competere;
2. per il sistema sociale in generale e per quello scolastico/universitario in particolare;
3. per il mondo del lavoro;
4. per le associazioni di categoria.

VALORE AGGIUNTO DESTINATO ALLA INNOVAZIONE anno 2003:

3.024.591,00 Euro

Attività di studi, informazione e formazione: *a favore di chi?*

Le attività e i servizi nel settore dell'informazione e della formazione generano ricadute per molti stakeholder camerali:

1. per le imprese di tutti i settori economici e di ogni dimensione, che traggono beneficio dagli studi economici e dalle attività formative che la Camera elabora;
2. per la P.A. centrale e regionale che utilizza la Camera come veicolo di raccolta ed elaborazione dati;
3. per il sistema sociale generale e quello scolastico/universitario in particolare;
4. per le risorse umane dell'Ente, cui sono destinate alcune specifiche attività formative;
5. per le associazioni di categoria.

VALORE AGGIUNTO DESTINATO A STUDI INFORMAZIONE E FORMAZIONE

anno 2003: **1.463.817,00 Euro**

Attività di sviluppo del territorio: *a favore di chi?*

Le molte e diversificate attività a favore dello sviluppo del territorio creano utilità i seguenti stakeholder camerali:

1. per le imprese di ogni dimensione e settore economico che abbiano un forte radicamento territoriale;
2. per gli utenti del sistema camerale e per i consumatori;
3. per la P.A., soprattutto a livello regionale e locale che coopera con la Camera nelle azioni di tutela e sviluppo territoriale;
4. per il mondo del lavoro;
5. per le associazioni di categoria;
6. per il sistema sociale in generale.

VALORE AGGIUNTO DESTINATO ALLO SVILUPPO DEL TERRITORIO anno 2003:

1.792.505,00 Euro

La matrice attività/stakeholder, una lettura di dettaglio

La Camera di Commercio di Treviso esercita il proprio ruolo di soggetto promotore dello sviluppo economico locale anche attraverso l'erogazione di contributi e sovvenzioni economiche, così da offrire un concreto supporto finanziario a favore delle imprese.

Incentivi alle imprese: *a favore di chi?*

Attraverso l'erogazione di incentivi alle imprese si generano ricadute per molti stakeholder camerali:

1. per tutte le imprese potenzialmente beneficiarie di strumenti di sostegno allo sviluppo, alla innovazione, al consolidamento produttivo o distributivo;
2. per i consumatori;
3. per le associazioni di categoria;
4. per gli ordini professionali.

VALORE AGGIUNTO DESTINATO AGLI INCENTIVI anno 2003:

2.701.730,00 Euro

Un tentativo di “misurazione” dell’utilità economica: il Valore Aggiunto generato dal “sistema” CCIAA di Treviso (CCIAA + Azienda Speciale Treviso Tecnologia)

Valore aggiunto (distribuito) nel 2002



18.557.123,00 Euro

Valore aggiunto (distribuito) nel 2003



19.505.005,00 Euro

Il Valore Aggiunto 2003 a favore del sistema economico produttivo: lettura per "aree di attività".

Aree di interesse	Remunerazione diretta	Remunerazione del personale	Remunerazione piena (valori assoluti)	Remuner. piena (valori %)
Servizi amministrativi	726.502	2.768.894	3.495.442	22,23 %
Regolazione del mercato	133.995	230.745	364.740	2,32 %
Internazionalizzazione	1.612.083	296.673	1.908.756	12,14 %
Innovazione	1.707.157	1.317.434	3.024.591	19,24 %
Studi di informazione e formazione	1.166.036	297.781	1.463.817	9,31 %
Sviluppo del territorio	1.495.832	296.673	1.792.505	11,40 %
Incentivi	2.569.879	131.854	2.701.730	17,18 %
Credito	905.476	65.927	971.403	6,18 %
TOTALE	10.316.957	5.406.027	15.722.984	100,00 %

L'extra bilancio: l'effetto "moltiplicatore"

L'effetto "moltiplicatore" si genera attraverso un utilizzo oculato delle risorse a disposizione. Questo processo economico è all'origine del cosiddetto "extrabilancio", cioè di quella parte di utilità che si crea per gli stakeholder grazie all'azione propulsiva della Camera di Commercio, ma legata al concorso finanziario anche di altri soggetti.

	Val. aggiunto CCIAA di Treviso con effetto moltiplicatore	Totale effetto moltiplicatore	% di "espansione" della spesa dovuta al moltiplicatore
Spese per iniziative promozionali	3.528.826	1.346.663	38 %
contributi a consorzi	1.581.201	805.774	51 %
Contributi per concorsi	861.365	585.787	68 %
Contributi per iniziative promozionali	1.285.400	789.967	61%
TOTALE	7.256.828	3.528.192	48,62 %

Se al valore aggiunto (distribuito) del 2003 aggiungiamo pure l'effetto moltiplicatore, avremo un valore aggiunto "allargato" di 23.033.197,00.