

RELAZIONE SULLE ATTIVITA' ANNUALITA' 2014

INDIRIZZI ED OBIETTIVI

Il Consiglio camerale, con *delibera n°16 del 30 Ottobre 2013* approvando la "RELAZIONE PREVISIONALE PROGRAMMATICA 2014" ha indicato gli OBIETTIVI STRATEGICI sotto riportati, che hanno orientato le attività realizzate da Venezi@Opportunità durante l'esercizio 2014

OBIETTIVO STRATEGICO N. 2. – FAVORIRE L'INNOVAZIONE, IL TRASFERIMENTO TECNOLOGICO E LA TUTELA DELLA PROPRIETA' INTELLETTUALE ATTRAVERSO LA FORMAZIONE E LO SVILUPPO DEL CAPITALE UMANO

LINEE DI INDIRIZZO PER IL 2014

Occorre proseguire nell'opera di diffusione della cultura innovativa, nella tutela della proprietà intellettuale, sviluppando ulteriormente specifici progetti che allarghino i numeri delle imprese che abitualmente fanno investimenti su strumenti innovativi. Sarà necessario, pertanto, sostenere i progetti di innovazione tecnologica, le imprese innovative e creative che sono collegate con la specifica vocazione del territorio veneziano (turismo, produzioni tipiche, valorizzazione dell'ambiente, attività manifatturiere, di qualità, ecc.).

Coerentemente con questa prospettiva dovrà essere ampliata la collaborazione con l'Azienda Speciale Treviso Tecnologia (partner della Camera di Venezia) anche all'attività di formazione coinvolgendo le altre Camere a livello regionale.

I progetti avviati devono trovare il loro completamento, sviluppando innanzitutto le potenzialità che la cultura racchiude come veicolo di promozione di un territorio. Le azioni privilegiate riguardano l'analisi degli impatti dei progetti avviati con le Istituzioni culturali (Fenice, Biennale, Circuito museale) oltre che l'attività di convegnistica di formazione ed informazione collegata al capitale umano.

La legge finanziaria per il 2012, tra l'altro, coinvolge le Camere di commercio nella messa a punto di strumenti per la ricerca del lavoro, la catalogazione dei curricula e delle professionalità e inserisce anche la Camera di commercio nel S.I.L. (Sistema informativo Lavoro).

Bisogna, inoltre, strutturare ulteriormente l'alternanza scuola-lavoro, soprattutto per le alte professionalità, favorendo gli inserimenti lavorativi e la mobilità tra pubblico e privato.

Vanno pensati percorsi di monitoraggio e di sviluppo sul tema delle smart cities.

Ancora, sull'innovazione, vanno valorizzate le eccellenze locali, favorendo il collegamento tra la ricerca ed il collegamento tecnologico.

OBIETTIVO STRATEGICO N. 3 – FAVORIRE LE POLITICHE DI INTERNAZIONALIZZAZIONE

LINEE DI INDIRIZZO PER IL 2014

Proseguirà il sostegno ai consorzi di promozione export e la collaborazione con la nuova società regionale all'interno di programmi condivisi anche con i livelli nazionali. Proseguono le attività del Comitato EXPO Milano 2015.

La Camera di Commercio razionalizzerà l'attività di formazione degli operatori economici individuando nuovi moduli formativi ed informando le imprese veneziane delle opportunità che nei programmi nazionali e regionali possono nascere. Si prevede, inoltre, di sviluppare la promozione nei mercati esteri sostenendo il commercio elettronico sia nei rapporti con il consumatore finale e la individuazione di buyers da invitare nel nostro territorio.

OBIETTIVO STRATEGICO N. 6 – PROMUOVERE L'ECOCOMPATIBILITA' E LA RESPONSABILITA' SOCIALE DI IMPRESA ED IL MONDO DELLA COOPERAZIONE

LINEE DI INDIRIZZO PER IL 2014

La Camera di commercio di Venezia intende consolidare le azioni intraprese e sviluppare nuove progettualità attraverso:

- azioni per lo sviluppo delle energie rinnovabili, del risparmio energetico e del rifiuto concepito come risorsa, la valorizzazione e la tutela dell'ambiente come elementi di sviluppo dell'impresa, iniziative di comunicazione e di convegnistica e di formazione sulla responsabilità sociale dell'impresa, la sostenibilità del turismo in ambito lagunare, nella città storica e nell'entroterra veneziano.

- il consolidamento della collaborazione con le associazioni del settore cooperativo per la diffusione del nuovo contratto di rete, che offre particolari opportunità per lo sviluppo e la flessibilità delle imprese cooperative.

Potrebbe essere interessante avviare una analisi sulle dinamiche della cooperazione sociale nella provincia di Venezia con particolare riferimento agli inserimenti lavorativi di persone svantaggiate.

-Prosegue altresì l'impegno nella condivisione di progetti di promozione della responsabilità sociale, anche tramite l'azienda speciale camerale, con particolare attenzione ai temi dell'ambiente e delle politiche aziendali family/friendly.

OBIETTIVO STRATEGICO N. 7 – PROMUOVERE E SUPPORTARE IL TURISMO E I PRODOTTI TIPICI

LINEE DI INDIRIZZO PER IL 2014

La legislazione comunitaria e nazionale guarda con particolare favore a tutto ciò che caratterizza un territorio e favorisce tutte le aggregazioni possibili per fare in modo di creare una massa critica che sia competitiva a livello internazionale.

Occorrerà prestare particolare attenzione a rinnovare i prodotti turistici, ad utilizzare le norme che favoriscono i distretti balneari e le imprese che nascono su territori demaniali e a sviluppare le filiere agro-alimentari sia nel settore agricolo che in quello della pesca, innovando la commercializzazione del prodotto e le linee distributive. Sarà necessario, inoltre, accrescere la collaborazione ed il raccordo con altri soggetti presenti nel territorio: Convention Bureau, Consorzi Promozione turistica, Consorzi agroalimentari della pesca, ecc.

Dovrà essere meglio compresa anche la questione dei flussi turistici da e per il nostro territorio, con particolare riferimento ai flussi che si genereranno per Expo 2015, ma anche per il turismo congressuale.

Va implementato inoltre e coordinato il gruppo di lavoro con le Camere di Commercio del Veneto.

Il progetto Anonimo Veneziano deve progressivamente crescere proponendosi come contenitore per le iniziative promozionali e di marketing territoriali del sistema camerale veneziano e a disposizione di chiunque si riconosca nei valori del Venetian Way of living, e li voglia utilizzare per una promozione integrata.

OBIETTIVO STRATEGICO N. 11 – RIPENSARE ALLA GESTIONE STRATEGICA DELLE AZIENDE SPECIALI DI IN HOUSE SRL E DELLE PARTECIPAZIONI

LINEE DI INDIRIZZO PER IL 2014

La valutazione sulle dismissioni deve essere accompagnata ad una analisi attenta delle NEWCO che potrebbero essere promosse per individuare nuove opportunità (Mercati e piattaforme agroalimentari, reti telematiche, nuove strutture viarie, infrastrutture di supporto alle attività portuali, ivi compresa la società per il terminal passeggeri di Chioggia e la società per la gestione dell'allibo, ecc.).

Oltre a rafforzare lo Sviluppo ed il Coordinamento, la Camera, le Aziende ed In House SRL dovranno mettere a punto sistemi di monitoraggio con indicatori immediati, rispetto alla coerenza dei programmi assegnati a ciascuna struttura.

La direzione dovrà strutturare meglio i momenti di confronto e la tempestività delle decisioni uniformando le direttive interne.

Anche sotto il profilo della Comunicazione esterna si dovrà porre attenzione alla coerenza rispetto all'obiettivo strategico.

OBIETTIVO STRATEGICO N.14 – RAZIONALIZZAZIONE DELLE RISORSE PER RECUPERARE EFFICIENZA

LINEE DI INDIRIZZO PER IL 2014

Nel 2014 si conta di continuare sulla strada intrapresa, potenziando la razionalizzazione dei sistemi informatici, la formazione del personale per un miglior utilizzo degli strumenti in dotazione degli uffici.

Il lavoro di razionalizzazione, anche nel 2014, tende ad una logica di semplificazione interna cercando di comprimere ulteriormente i costi intermedi.

La valorizzazione della Società In House come centro unico degli acquisti e delle forniture di beni e servizi per l'intero gruppo camera di commercio e come soggetto gestore del patrimonio immobiliare affidato, diventerà strategica per perseguire obiettivi di maggiore efficienza e di recupero di risorse.

Successivamente, la Giunta Camerale, nell'ambito del "PIANO DELLA PERFORMANCE 2014", ha ulteriormente esplicitato tali indirizzi assegnando all'Azienda i seguenti **obiettivi operativi**, con relativi indicatori di valutazione:

Azioni	Indicatore	Segno	Target
ALTERNANZA SCUOLA E LAVORO	Numero di incontri di orientamento con gli studenti delle scuole superiori	>=	12,00
	Numero studenti interessati	>=	1.005,00
PROGETTO "NUOVA IMPRESA"	N di richieste allo sportello	>=	200,00
	N corsi	>=	10,00
	N partecipanti ai corsi finalizzati alla creazione di nuove imprese	>=	500,00
PROGETTO "RESPONSABILITÀ SOCIALE"	N eventi /incontri formativi ed informativi	>=	5,00
INIZIATIVE DI PROMOZIONE ECONOMICA E MARKETING TERRITORIALE E PROGETTI PROMOZIONALI INTERSETTORIALI	Costo contatto medio tra i vari strumenti di comunicazione (cst strumenti di comunicazione esterna/numero persone raggiunte)	<=	1,00
	Numero contatti/persone raggiunti	>	500.000,00
PROGETTO AZIENDA	% di riduzione dei costi	>=	5,00%
TRASVERSALE A TUTTE LE AREE DEL PREVENTIVO ECONOMICO (Venezi@Opportunità)	% progetti avviati su progetti approvati	>=	96,00%
	% spesa effettiva in rapporto al totale delle risorse assegnate	>=	75,00%
INIZIATIVE COMMERCIALI Preventivo VeOpp	entrate da servizi / costi di struttura	>=	1,00
	N iniziative commerciali	>=	5,00

ATTIVITA' E GESTIONE

Il Consiglio d'Amministrazione dell'Azienda ha predisposto il piano attività 2014 così articolato:

- ♦ INIZIATIVE di promozione economica e marketing territoriale;
- ♦ INIZIATIVE commerciali di formazione, eventi, convegni e promozione;
- ♦ PROGETTO Nuova Impresa e Ricambio generazionale;
- ♦ PROGETTI promozionali intersettoriali;
- ♦ PROGETTI promozionali cooperazione;
- ♦ PROGETTO "Responsabilità sociale".

Nello specifico, nell'arco del 2014 sono stati realizzati i seguenti interventi.

INIZIATIVE di promozione economica e marketing territoriale

Nell'ambito di questi progetti rientra il piano di partecipazioni fieristiche allestito dall'Azienda per la promozione delle produzioni e del sistema imprenditoriale veneziano sia in Italia che all'estero, che nel 2014 ha visto Venezi@Opportunità presente nelle seguenti manifestazioni:

- ♦ **Berlinale 2014**, Berlino Febbraio 2014 (nell'ambito del protocollo e coordinando la partecipazione della Regione Veneto e UNIONCAMERE per la promozione l'attrattività del territorio veneziano nei confronti delle produzioni internazionali cinematografiche)
- ♦ **Salone Nautico**, Venezia aprile 2014 (in compartecipazione con l'Azienda Speciale per il Porto di Chioggia A.S.Po.e Assonautica);
- ♦ **Vinitaly**, Verona aprile 2014 (in collaborazione con il Consorzio Vini doc Venezia) ;
- ♦ **GDS** Dusseldorf (D) settembre 2014, (in compartecipazione con Consorzio calzaturieri della Riviera del Brenta e sostenendo la partecipazione di 12 imprese)
- ♦ **OBUV**, Mosca (Ru) Ottobre 2014 (in compartecipazione con Consorzio calzaturieri della Riviera del Brenta e sostenendo la partecipazione di 17 imprese)

Tra le principali iniziative che l'azienda ha attivato in un'ottica di Marketing territoriale di particolare importanza sono stati i progetti:

Anonimo Veneziano, con la finalità di rafforzare e consolidare la riconoscibilità delle produzioni del territorio veneziano, evidenziando i valori e i fattori identitari che caratterizzano il modo di vivere e produrre veneziano. Nel 2014 è continuata l'animazione sui social network per mezzo della campagna "The venice reporter" per raccontare il territorio, intercettando il target selezionato e promuovere le imprese

Venice Film Fund

E' continuato anche nel 2014 il progetto del FONDO per l'attrazione ed il sostegno di soggetti economici che realizzano produzioni cine-audiovisive.

Le risorse economiche del Fondo, pari a complessivi € 118.089,00 sono state messe a Bando con evidenza pubblica e sono state assegnate completamente determinando il sostegno a 3 produzioni cinematografiche internazionali che hanno determinato una ricaduta diretta di acquisto in beni e servizi sul territorio pari a € 2.489.000,00

E' proseguita inoltre l'attività legata al protocollo d'intesa per il sostegno alle attività imprenditoriali cinematografiche tra Unioncamere Veneto e Regione Veneto che ha visto [Venezi@Opportunità](#) tra i principali attori coordinando e sostenendo i costi relativi alla partecipazione del partenariato alla Berlinale Film festival 2014, sezione mercato produzioni cinematografiche.

Sono state inoltre realizzate iniziative di Marketing territoriale, nell'ambito della convenzione tra Camera di Commercio e Gal Antico Dogado, consistenti nella realizzazione di 3 progetti **Rural Emotion R.EM, OPEN MARKET e TUR Rivers** finanziati nell'ambito del programma comunitario LEADER Asse 4, consistenti in azioni di promozione ed animazione rivolte ai territori rurali del Gal Antico Dogado.

INIZIATIVE commerciali di formazione, eventi, convegni e promozione

Nel 2014 l'Azienda ha svolto attività commerciali, relative alle forniture di servizi alle imprese, per un importo pari a **€ 36.749,00** con una diminuzione consistente rispetto al 2013.

Tale consistente riduzione è stata determinata dalla riduzione del personale aziendale dedicato a tali servizi, a seguito del termine dei contratti a tempo determinato di due unità intervenuti durante l'anno, e non più rinnovati per effetto della normativa sul contenimento dei costi.

L'Azienda ha in ogni caso attivato **2 Corsi formativi** per un totale di **23 interventi** e **92 ore** di lezione, erogate a **472 partecipanti**.

PROGETTO Nuova impresa e ricambio generazionale

Le attività di questo progetto si sono articolate prioritariamente su tre livelli:

- ♦ **Sportello** (telematico, telefonico, su appuntamento), fornendo direttamente informazioni ed orientamento a **350** aspiranti imprenditori;
- ♦ **Formazione** (interventi formativi) attivando **14** iniziative per un totale di **221** ore di formazione erogate a **675** aspiranti o neo imprenditori;
- ♦ **Scuola** (interventi di orientamento presso le classi quarte e quinte di istituti secondari superiori), organizzando **15 incontri** in **8** istituti diversi della provincia per un totale di **30** ore di orientamento a cui hanno partecipato **1030 alunni**

PROGETTI PROMOZIONALI INTERSETTORIALI

PROGETTI promozionali in agricoltura

In questo settore sono state attivate **8 iniziative**, per lo più legate all'educazione alimentare, alla ricerca e all'innovazione in rapporto con energia, clima e territorio, ed alla promozione delle imprese e delle produzioni agroalimentari e zootecniche veneziane con risorse impegnate pari a € 138.315,00

PROGETTI promozionali nell'artigianato

In questo settore sono state attivate **16 iniziative** aventi per oggetto l'attività di formazione/informazione e studio sulle dinamiche evolutive del sistema artigianale veneziano e promozione delle imprese e delle attività artigianali della provincia veneziana con risorse impegnate pari a € 164.360,00

PROGETTI promozionali nel commercio

In questo settore sono state attivate **13 iniziative** con riferimento alla rivitalizzazione e promozione delle attività imprenditoriali nei centri storici ed alla promozione delle imprese e delle attività commerciali, con particolare riguardo alle produzioni/trasformazioni tipiche e tradizionali veneziane con risorse impegnate pari a € 276.463,00

PROGETTI promozionali nell'industria

In questo settore sono state attivate **6 iniziative** legate alla promozione del sistema imprenditoriale industriale veneziano, all'attività di formazione/informazione, al sistema delle imprese industriali in tema di lavoro, sicurezza, ambiente, certificazione di prodotto – processo e credito, ed alla scuola e cultura d'impresa con risorse impegnate pari a € 171.902,00

PROGETTI promozionali nel turismo

Nell'ambito della promozione del comparto turistico, sono state attivate **8 iniziative** legate alla promozione e valorizzazione delle offerte turistiche veneziane, sia in ambito locale che internazionale, collaborando essenzialmente con i Consorzi di promozione turistica veneziani con risorse impegnate pari a € 75.247,00

PROGETTI promozionali con la cooperazione

In questo settore sono state attivate **3 iniziative** in collaborazione con il mondo della cooperazione, orientate alle imprese stesse e alla valorizzazione del territorio e delle sue imprese per mezzo delle proprie produzioni tipiche con risorse impegnate pari a € 17.998,00

PROGETTO "Responsabilità sociale"

L'Azienda ha proseguito l'attività di sportello CSR per l'informazione alle imprese sui temi della responsabilità sociale, promuovendo **5** incontri di sensibilizzazione, collaborando con il mondo della cooperazione alla sensibilizzazione delle imprese cooperative in merito alle problematiche della responsabilità sociale. Ha inoltre partecipato attivamente all'organizzazione di eventi culturali a sostegno delle iniziative di cooperazione con Paesi in via di sviluppo coordinate da AVSI nell'ambito della "campagna tende".

L'ORGANICO AZIENDALE

Al 31 dicembre 2014 l'Azienda ha in essere 5 rapporti di lavoro dipendente a tempo indeterminato

Pertanto, rispetto agli obiettivi assegnati, i risultati raggiunti sono stati i seguenti:

Azioni	Indicatore	Segno	Target	Risultati
ALTERNANZA SCUOLA E LAVORO	Numero di incontri di orientamento con gli studenti delle scuole superiori	>=	12,00	16,00
	Numero studenti interessati	>=	1.005,00	1.040,00
PROGETTO "NUOVA IMPRESA"	N di richieste allo sportello	>=	200,00	350,00
	N corsi	>=	10,00	14,00
	N partecipanti ai corsi finalizzati alla creazione di nuove imprese	>=	500,00	675,00
PROGETTO "RESPONSABILITÀ SOCIALE"	N eventi /incontri formativi ed informativi	>=	5,00	5,00
INIZIATIVE DI PROMOZIONE ECONOMICA E MARKETING TERRITORIALE E PROGETTI PROMOZIONALI INTERSETTORIALI	Costo contatto medio tra i vari strumenti di comunicazione (cst strumenti di comunicazione esterna/numero persone raggiunte)	<=	1,00	0.20 (180.000/870000)
	Numero contatti/persone raggiunti	>	500.000,00	870.000,00
PROGETTO AZIENDA	% di riduzione dei costi	>=	5,00%	0
TRASVERSALE A TUTTE LE AREE DEL PREVENTIVO ECONOMICO (Venezi@Opportunità)	% progetti avviati su progetti approvati	>=	96,00%	96,5 (67/70)
	% spesa effettiva in rapporto al totale delle risorse assegnate	>=	75,00%	80% (1477211/1850000)
INIZIATIVE COMMERCIALI Preventivo VeOpp	entrate da servizi / costi di struttura	>=	1,00	0,20
	N iniziative commerciali	>=	5,00	3,00

Venezia – Marghera, Aprile 2015