



# *RELAZIONE ATTIVITÀ ANNO 2019*

## **PREMESSA**

Negli ultimi anni il Sistema delle Camere di Commercio italiano è stato oggetto di un profondo ed incisivo intervento di rinnovamento della propria architettura istituzionale e delle proprie funzioni e attività. Tale rinnovamento ha cominciato significativamente ad incidere nel corso degli anni 2016 e 2017, riverberando la propria portata sulle attività svolte dall'Unione regionale, che ha dovuto conformare – e sta continuando a farlo - la propria tecnostuttura ad un nuovo modello organizzativo ampliando, allo stesso tempo, la sfera di intervento e di progettualità a beneficio delle imprese e dei territori.

Unioncamere Lazio, da sempre punto di riferimento nella regione per le attività di supporto allo sviluppo del territorio, ha saputo in questi anni proseguire il suo lavoro al servizio delle Camere di Commercio e delle imprese e, anche, nel corso del 2019 ha favorito, attraverso il suo lavoro, interventi economici a sostegno del sistema produttivo laziale per oltre 1 milione di Euro ed ha perseguito un'azione rivolta ad ottenere risultati concreti, raccogliendo nuove sfide e cercando il continuo dialogo e la collaborazione con le altre forze istituzionali e produttive della nostra regione.

Più in particolare, l'azione dell'Unione a sostegno delle progettualità delle Camere del Lazio si è sostanziata ulteriormente con la conferma di un Fondo di coesione *ad hoc* per la partecipazione finanziaria ed organizzativa a progetti presentati dalle Camere stesse per la valorizzazione dei territori e delle imprese.

Come meglio vedremo più avanti, inoltre, con la Regione Lazio è stata rinnovata la convenzione annuale per la realizzazione congiunta di manifestazioni ed eventi fieristici e promozionali.

Il sistema camerale regionale continua a creare sinergie, a lavorare in modo coeso e solidale con tutti i propri interlocutori: partendo dalle scelte strategiche e programmatiche formulate dalla Regione Lazio, in quanto istituzioni intermedie, Unioncamere Lazio ha continuato a essere un importante luogo di sintesi e di orchestrazione delle dinamiche per lo sviluppo regionale.

Al fine di stabilizzare univocamente il proprio ruolo istituzionale nello scenario economico politico regionale, Unioncamere Lazio, nel 2019, ha dunque realizzato le proprie attività secondo le seguenti direttrici:

- ✓ sostegno e promozione degli interessi generali del tessuto produttivo regionale, interessi che coincidono con quelli del sistema camerale stesso e che si esprimono tramite il sistema della rappresentanza associativa;
- ✓ rafforzamento del proprio impegno nella realizzazione di progetti di sviluppo regionale, con particolare riguardo alle peculiarità territoriali;

- ✓ coordinamento e realizzazione di studi e ricerche socio-economiche;
- ✓ dialogo istituzionale con la Regione Lazio, a supporto della sua attività legislativo-programmatoria.

**Personale:**

Risorse spese per la formazione del personale: € 16.664,00

Il personale in servizio presso l'Unioncamere Lazio al 31 dicembre 2019 è il seguente:

- Segretario generale (incarico ricoperto dal Segretario generale della Camera di Commercio di Roma)
  - n. 2 Dirigenti (1 Dirigente in aspettativa dal 1° ottobre 2019)
  - n. 2 Quadri
  - n. 5 I livello
  - n. 1 II livello
  - n. 8 III livello
  - n. 1 IV livello
  - n. 1 V livello

**MISSIONE COMPETITIVITÀ E SVILUPPO DELLE IMPRESE**

Le risorse per le attività si riferiscono alle iniziative realizzate e complessivamente ammontano a € 1.101.739:

Area Promozione (Linee di attività 1, 2, 3, 4, 5)	€	1.015.038
Area Studi e Ricerche (Linea di attività 6)	€	67.358
Area Legislativa e rapporti istituzionali (Linea di attività 7)	€	19.343
<b>Totale</b>	<b>€</b>	<b><u>1.101.739</u></b>

Nell'ambito della Missione "Competitività e Sviluppo delle Imprese" Unioncamere Lazio, in linea con il mutato contesto normativo di riforma, ha continuato ad operare per assicurare il più ampio supporto e sostegno alle imprese ed al territorio, puntando a sostenere lo sviluppo ed il rafforzamento del tessuto economico e produttivo della regione Lazio.

Il programma di attività approvato dal Consiglio è stato attuato dall'Ente che ha operato per "servire" le Camere di commercio della regione ed il mondo delle imprese attraverso servizi di informazione, formazione ed assistenza tecnica allo sviluppo di impresa, anche con riferimento ai temi dell'innovazione e internazionalizzazione.

Il 2019 ha fatto registrare un forte impulso allo strumento della Convenzione firmata con la Regione Lazio e la Camera di Commercio di Roma per la realizzazione congiunta della Fiere, nel pieno rispetto della norma (art. 2, comma 2, lett. g del Dlgs. 219/2016): uno strumento strategico di cooperazione interistituzionale che ha consentito di continuare il lavoro di sostegno allo sviluppo delle imprese e, parte integrante dell'Accordo Quadro tra Regione Lazio e Unioncamere Lazio "*Quadro di azione comune per la realizzazione di interventi a favore dello sviluppo economico delle imprese e dell'occupazione del Lazio*" sottoscritto nel settembre 2018, attraverso il quale sono state individuate le linee prioritarie della collaborazione che sono:

1. Accesso al credito e alle garanzie, opportunità di finanziamento:
2. Semplificazione
3. Innovazione e creatività
4. Educazione al fare impresa e nuovi percorsi di formazione
5. Monitoraggio dell'economia e sviluppo delle competenze
6. Promozione dell'attrattività culturale e turistica del territorio
7. Internazionalizzazione, attrazione di investimenti e promozione dei territori e delle imprese
8. Aggregazione delle imprese e processi di rete
9. Competitività e impresa 4.0
10. Programmazione europea

Si è data continuità, con crescente impegno di Unioncamere Lazio, alla linea di attività di cui si darà maggiore evidenza più avanti, relativa alla partecipazione finanziaria ed operativa di Unioncamere Lazio ai progetti presentati dalle Camere di Commercio del Lazio ed approvati dalla Giunta. Tale attività rientra nell'ambito del percorso di sostegno e valorizzazione delle attività dei territori per la crescita delle imprese. Il lavoro è disciplinato dal Regolamento per la partecipazione di Unioncamere Lazio ai progetti del sistema camerale del Lazio.

Ancora una volta, il forte raccordo con le cinque Camere di Commercio, con la Regione Lazio, le Associazioni di categoria e gli altri attori preposti allo sviluppo del territorio, ha permesso di presentare nel corso dell'anno un sistema regionale camerale coeso ed attento alle esigenze di accompagnamento delle imprese per favorirne la crescita, lo sviluppo.

A conferma di ciò, oltre 900 sono state le imprese coinvolte direttamente nelle iniziative e nei servizi di Unioncamere Lazio con la seguente ripartizione territoriale:

RM	66,46%
VT	11,71%
LT	8,44%
RI	7,70%
FR	5,70%

Di seguito viene riportata una sintesi di tutte le attività svolte.

## **LINEA 1) SOSTEGNO ALLE FILIERE PRODUTTIVE**

### **Partecipazione di Unioncamere Lazio ai progetti del Sistema Camerale del Lazio**

#### ***FONDO STRUTTURALE DI COESIONE E SVILUPPO IN COLLABORAZIONE CON LA FUTURA CAMERA LAZIO NORD (VT-RI)***

I progetti presentati dalle Camere di Rieti e di Viterbo nel corso del 2019, a valere sul Fondo strutturale di coesione ed approvati dalla Giunta di Unioncamere Lazio, sono stati i seguenti:

1. **Progetti della Camera di Commercio di Viterbo:** a) Salone dell'enogastronomia; b) Progetto Tecniche di vendita e di commercializzazione; c) Tuscia Agrifood

a) Salone dell'enogastronomia;

Contenuti del progetto:

- riunire in un'unica esposizione aziende virtuose del settore agroalimentare che operano nel Lazio;
- rivoluzionare il concetto di "fiera del settore", muovendo il target di interesse e dando la possibilità agli espositori partecipanti di esprimersi all'interno del proprio contesto regionale;
- potenziare la capacità dell'evento nel creare opportunità B2B di interesse per espositori e visitatori;
- promuovere il territorio della Tuscia tra visitatori e turisti interessati alle bellezze del territorio ma anche a fare nuove esperienze collegate all'agroalimentare;
- rafforzare la visione d'insieme del Sistema Territoriale Lazio, in quanto tessuto in grado di attivare sinergie, comprensive delle realtà di produzione primaria e di quelle complementari del settore terziario.

b) Progetto Tecniche di vendita e di commercializzazione

Contenuti del progetto:

- Migliorare le competenze attraverso l'esperienza diretta facendo ricorso all'uso di *role-play*, momenti di *brainstorming*, esercitazioni e *case history*.
- Creazione del Sistema Informativo Aziendale.
- Implementazione del *Marketing driven management*.
- Organizzazione aziendale ed organizzazione dell'ufficio commerciale.
- Implementazione delle tecniche CRM
- Migliorare la gestione operativa delle Risorse Umane.
- Introduzione e potenziamento delle nuove metodologie di vendita.

c) Tuscia Agrifood

Contenuti del progetto:

Il progetto affronta prioritariamente i due punti critici che le aziende del comparto agroalimentare si trovano ad affrontare nei riguardi del mercato, ovvero il raggiungimento e mantenimento di un processo di qualità riconosciuta e il rapporto tra azienda e consumatore.

Il progetto attraverso le sue due linee di intervento mira ad agire sia sul versante del miglioramento delle competenze tecniche di base, sia su quello della reale e immediata comprensione e risoluzione delle problematiche prevedendo interventi on the job.

**2. Progetti della Camera di Commercio di Rieti:** a) PromoRieti III; b) Tipicamente Rieti

a) Progetto "PromoRieti III"

Contenuti del progetto:

- Realizzazione di *temporary shops* durante il periodo natalizio: con l'obiettivo di aiutare e sostenere le imprese e l'economia del territorio promuovendo la conoscenza dei prodotti anche della tradizione natalizia.
- Definizione di un ricco calendario di appuntamenti ed iniziative da svolgersi nelle vie principali del centro storico di Rieti con eventi legati alla tradizione locale ed alla degustazione e promozione dei prodotti tipici. L'intervento dell'Ente camerale è quello di accrescere l'appetibilità del territorio al fine di favorire un ritorno di turisti, con stimolazione anche della domanda locale.
- Pianificazione e organizzazione di un press tour che conduca stampa, *blogger* e *instagrammers* alla scoperta di alcune delle bellezze della provincia di Rieti.

b) Progetto “Tipicamente Rieti”

Contenuti del progetto:

- Attribuire ai prodotti tipici un significato che va oltre la semplice commercializzazione di beni materiali.
- Evidenziare il fatto che le eccellenze, proposte nei piatti tipici, sono capaci di rendere visibile non solo l’ambito enogastronomico ma anche quello socio culturale, storico, turistico ed economico.
- Divulgare le informazioni sulla sicurezza alimentare e sugli strumenti di tutela dei prodotti tipici ( DOP, IGP, DOC, DOCG, IGT).
- Diffondere i valori connessi al patrimonio agro-alimentare reatino.
- Rafforzare l’immagine dei prodotti tipici stimolando forme di turismo partecipativo.

Per il sostegno alla realizzazione dei progetti presentato dalle Camere di Rieti e di Viterbo, l’impegno economico complessivo di Unioncamere Lazio è stato pari a € 228.290,00

**FONDO PROGETTI IN COLLABORAZIONE CON LA FUTURA CAMERA LAZIO SUD (LT-FR)**

I progetti delle Camere di Commercio di Latina e di Frosinone a valere sul Fondo progetti in collaborazione con la futura Camera Lazio Sud, ed approvati dalla Giunta di Unioncamere Lazio, sono stati i seguenti.

**Progetti della Camera di Commercio di Latina:** a) *“Il capitale produttivo e le direttrici di sviluppo nel sistema economico della regione Lazio: strumenti a sostegno del territorio ed opportunità a favore della competitività delle imprese dell’Economia del Mare 2019”*. - b) *“Il Florovivaismo anno 2019”*

a) “Il Capitale Produttivo”

Contenuti del progetto:

- realizzazione VIII Rapporto sull’Economia del Mare, in collaborazione con Unioncamere Nazionale/SI.Camera, e IV Rapporto sull’Economia del Mare del Lazio. Attraverso tali Rapporti, il sistema camerale intende offrire informazioni aggiornate sulle dinamiche della *Blue Economy* al fine di tradurne l’impatto sul tessuto economico nazionale e sull’occupazione. Un documento di orientamento programmatico ed operativo consolidato per operatori e, in generale, *stakeholder* territoriali interessati ad uno strumento costruito su analisi statistiche - economiche e metodologie di lavoro condivise oltre che sulle effettive esigenze espresse dalle imprese. Inoltre, è previsto un focus di approfondimento sul settore del turismo sportivo;

- organizzazione di un convegno per la presentazione dei Rapporti alla presenza di Enti, Istituzioni, Associazioni, Imprese, Istituti scolastici e mondo accademico;
- organizzazione di seminari/workshop rivolti soprattutto alle imprese, al fine di approfondire tematiche di specifico interesse anche in considerazione delle risultanze emerse dalle indagini strutturali e della trasversalità dei settori economici in cui si articola l'economia del mare;
- organizzazione, in collaborazione con le Camere di Commercio italiane all'estero, di *incoming* di operatori stranieri a supporto della competitività delle PMI espressione dell'economia del mare operanti nel settore del Turismo Sportivo e considerando, per le aree geografiche di riferimento, i Paesi europei a maggiore potenzialità di interscambio.

b) *“Il Florovivaismo”*

Contenuti del progetto:

- realizzazione di uno studio di fattibilità per la creazione di un organismo collettivo (es. rete, associazione, consorzio) volto alla valorizzazione congiunta ed unitaria della gamma dei prodotti florovivaistici del territorio, e definizione della gamma delle produzioni interessate;
- realizzazione uno schema di marchio di qualità ad uso collettivo, al fine di tutelare il prodotto garantendo al consumatore la provenienza e il rispetto di determinati standard qualitativi;
- realizzazione uno studio di fattibilità per la promozione della “Rosa di Ninfa”;
- promozione un piano di valorizzazione dei prodotti florovivaistici, per orientare e governare con strategie e obiettivi comuni il patrimonio delle produzioni esistenti;
- Organizzazione e realizzare un evento di presentazione dei risultati dell'attività svolta;
- Partecipazione ad una manifestazione fieristica dedicata al mondo del florovivaismo

**Progetti della Camera di Commercio di Frosinone:** a) Progetto *“Ciclovía Basso Lazio Terra dei Cammini”* – b) Progetto *“Export Business Manager”*

a) *“Progetto “Ciclovía Basso Lazio Terra dei Cammini”*

Contenuti del progetto:

La Camera di Commercio di Frosinone è l'Ente capofila per l'attuazione del percorso cicloturistico di circa 200 km nella provincia di Frosinone, progetto - realizzato con il supporto dell'Azienda Speciale “Aspiin” - con il quale si andrà a completare il “sistema di ciclovie nazionali”, rimaste scoperte in alcuni tratti, in particolare, fungendo da “cerniera” cicloturistica tra il Nord e il Sud Italia nei percorsi delle direttrici europee EuroVelo 5 (Via Francigena) ed EuroVelo 7 (Ciclovía del Sole).

b) Il Progetto *“Export Business Manager”*



Contenuti del progetto:

Le finalità specifiche dell'iniziativa sono quelle di fornire gli strumenti di base per comprendere e approfondire le tematiche del *business* internazionale. Più precisamente gli “*Export Business Manager*” dovranno essere in grado di:

- Effettuare un attento studio preliminare per valutare ex-ante la sostenibilità dell'intero progetto di internazionalizzazione;
- Acquisire una metodologia di analisi applicabile ai modelli di business internazionale;
- Predisporre correttamente il *business plan* al fine di reperire risorse finanziarie e di avviare partnership strategiche e/o commerciali;
- Elaborare strategie di scambio a livello internazionale;
- Organizzare e gestire piani di marketing.

Per il sostegno alla realizzazione dei progetti delle Camere di Commercio di Latina e di Frosinone, sopra sintetizzati, l'impegno economico complessivo di Unioncamere Lazio è stato pari a € 190.000,00.

### **XXVI Concorso regionale per i migliori oli del Lazio (Roma, premiazione 23 marzo)**

Il 23 marzo 2019 si è svolta, presso la Sala del Tempio di Adriano della Camera di Commercio di Roma, la cerimonia di premiazione della XXVI edizione del Concorso regionale per i migliori oli extra-vergine di oliva del Lazio “Orii del Lazio-Capolavori del Gusto”.

Il Concorso conferma il notevole successo di questa manifestazione che ha saputo, negli anni, favorire e consolidare la crescita delle imprese olivicole della nostra regione, accrescendone la visibilità e consentendo alle stesse di raggiungere traguardi di primato, a livello nazionale ed internazionale, nei riconoscimenti alla qualità degli oli extra-vergine e Dop. Il Concorso regionale rappresenta, inoltre, la fase di selezione regionale per la partecipazione delle imprese al Concorso nazionale “Ercole Olivario”, promosso ed organizzato dalla Camera di Commercio di Perugia.

Purtroppo, la campagna olearia del 2018 a causa delle gelate di marzo che hanno danneggiato e compromesso migliaia di ulivi, ha fatto registrare nel Lazio, in particolare nel territorio della Sabina tra Roma e Rieti, un calo di oltre il 50% della produzione. La scarsità di prodotto ha comportato un sensibile calo nelle domande di partecipazione al Concorso, rispetto alle annualità precedenti, per mancanza del quantitativo minimo richiesto dal Regolamento.

Complessivamente le imprese che hanno fatto domanda sono state 38 per 45 oli rappresentati.

La ripartizione provinciale delle imprese è stata la seguente:

FROSINONE:	7
LATINA:	10
RIETI:	4
ROMA:	5

Unioncamere Lazio, in virtù dell'alto livello di specializzazione e di funzionalità alle attività del sistema camerale in tema agroalimentare, si è avvalsa nuovamente della collaborazione di Agro Camera, Azienda Speciale della Camera di Commercio di Roma specializzata nella promozione e valorizzazione delle produzioni agroalimentari di Roma e del Lazio, affidandole la segreteria tecnica del Concorso.

Le analisi organolettiche e sensoriali sono state condotte, da un *panel* di elevata qualità che è stato guidato dal dr. Angelo Tombolillo, profilo di altissima professionalità tra gli esperti di assaggio di oli extravergine e Dop, in sostituzione, per indisponibilità, del Capo Panel dr. Lorenzo Natale.

Come per la precedente edizione, tutte le procedure di assaggio sono state opportunamente anonimizzate ad ulteriore conferma della trasparenza e serietà delle procedure concorsuali.

In occasione della cerimonia di premiazione, sono stati assegnati anche i premi per il miglior olio monovarietale, la migliore confezione premio dedicato a Tonino Zelinotti, storico capo panel del Concorso, il premio della critica, il premio Grandi Mercati, il miglior olio biologico, il miglior olio ad alto tenore di polifenoli e tocoferoli.

L'azione di promozione delle imprese vincitrici e, più in generale, delle imprese partecipanti al Concorso, è stata anche in questa edizione molto ricca e capillare.

Tra le attività collaterali realizzate figura la speciale seduta di assaggio, svoltasi il 18 marzo nei locali del Centro Servizi per i Prodotti Tipici e Tradizionali di Piazza Sant'Ignazio a Roma, luogo deputato alla presentazione professionale della gamma di eccellenze locali e sede di numerose attività di animazione, cui sono stati invitati rappresentanti delle principali testate radiofoniche, televisive, della carta stampata e *blogger*. Durante la degustazione degli oli, mirata a far riconoscere ed apprezzare le caratteristiche delle eccellenze del territorio regionale, i partecipanti hanno alla fine attribuito uno speciale "Premio della Critica" all'olio giudicato migliore tra quelli assaggiati, svelato in occasione della cerimonia di premiazione al Tempio di Adriano.

Come tradizione, allo scopo di accrescere la conoscenza degli oli vincitori del Concorso è stata effettuata nell'ambito delle attività post Concorso, un'azione mirata di promozione sugli Oli vincitori della XXVI edizione del Concorso regionale, presso un elenco di personalità del mondo istituzionale ed economico del Lazio, tra *stakeholder*, *opinion leader*, giornalisti, autorità del settore e rappresentanze imprenditoriali.

Le aziende vincitrici del concorso nazionale Ercole Olivario sono poi state protagoniste al Sol di Verona svoltosi a Verona dal 7 al 10 aprile e a Milano durante la manifestazione Tutto Food in programma dal 6 al 9 maggio. Inoltre, nell'ambito di Ercole Olivario, gli oli finalisti sono stati inseriti in un'iniziativa di promozione a Shanghai, nel mese di settembre, realizzata da CE-Agenzia per il Commercio Estero.

Anche per questa edizione è stato stampato il catalogo delle imprese partecipanti al Concorso, focalizzato sul prodotto/azienda, più “commerciale” e immediatamente utilizzabile in occasione di fiere e manifestazioni di settore in Italia ed all'estero. È possibile consultare il volume anche sul sito web: [www.oriidellazio.com](http://www.oriidellazio.com).

Dal punto di vista della comunicazione sui media di settore, l'elenco dei vincitori è stato pubblicato sia sul quotidiano “Il Messaggero” che garantisce la copertura sulle cinque province laziali sia sul quotidiano metropolitano “Leggo Roma”.

Numerose uscite stampa sia a livello locale che nazionale sono state raccolte nella Rassegna Stampa. Per diffondere ulteriormente la conoscenza degli oli vincitori verranno realizzate due ulteriori azioni di promozione istituzionale. Una nel mese di settembre all'interno della guida della Repubblica “Guida ai Sapori ed ai Piaceri di Roma e del Lazio 2019-2020”, apprezzatissimo e riconosciuto strumento per la promozione delle novità in termini di prodotti di qualità, ristorazione, accoglienza, percorsi enogastronomici.

L'altra azione promozionale importante realizzata è stata la pubblicazione dei vincitori all'interno della nuova guida annuale regionale, edita, in esclusiva dalla Pecora Nera Editore, preceduta da un banner a rotazione all'interno del loro sito internet e da un post pubblicitario sui social della stessa casa editrice.

Dal punto di vista economico il progetto si è concluso con costi diretti pari a € 62.186,66.

### ***XVI edizione del Concorso regionale per i migliori formaggi del Lazio (Roma, Cerimonia premiazione 26 maggio)***

Nel corso del 2019 Unioncamere Lazio, in attuazione del programma di attività, ha promosso la realizzazione della sedicesima edizione del Concorso regionale per i migliori Formaggi del Lazio “Premio Roma”.

L'iniziativa è realizzata da Agro Camera - Azienda Speciale della Camera di Commercio di Roma per lo sviluppo e la promozione del sistema agroalimentare, con la collaborazione di Unioncamere Lazio e in sinergia con le Camere di Commercio della regione.

La sedicesima edizione, che ha fatto registrare complessivamente la partecipazione di 123 aziende, suddivise in 10 tipologie di formaggi, ha dimostrato l'efficacia dell'intento del Concorso: stimolare i casari italiani e, in particolare quelli della nostra regione, al miglioramento della qualità del prodotto e alla diversificazione delle proprie produzioni.

La selezione è stata affidata agli esperti di ONAF e del Laboratorio Chimico-Merceologico della Camera di Commercio di Roma che, attraverso 10 sedute di assaggio tenutesi presso lo stesso Laboratorio Chimico-Merceologico, hanno selezionato i prodotti migliori fra le 10 tipologie di formaggi messe a Concorso.

Nello specifico, sono stati esaminati complessivamente oltre 300 campioni di formaggio di cui 97 iscritti alla sezione Roma e dal Lazio e 204 iscritti a quella nazionale ed internazionale.

Delle 123 aziende partecipanti, 37 imprese dal Lazio e 33 imprese risultate partecipanti dal resto d'Italia ripartite tra 13 regioni (principalmente Calabria, Campania, Lombardia, Puglia e Sardegna); rafforzata la partecipazione delle imprese estere con 53 imprese partecipanti, con iscrizioni provenienti dalla Spagna, dall'Austria, dalla Croazia, dall'Estonia, dall'Irlanda e dalla Lituania.

La suddivisione per provincia delle 37 domande di partecipazione per la Sezione Lazio è risultata la seguente.

RM	19 imprese
RI	4 imprese
VT	7 imprese
FR	2 imprese
LT	5 imprese

La cerimonia di premiazione dei vincitori si è svolta lunedì 3 giugno 2019 presso la Sala del Tempio di Adriano della Camera di Commercio di Roma.

In tale occasione, è stata distribuita ai partecipanti una copia della pubblicazione "L'Arte del casaro" (manuale tecnico-descrittivo dell'Iniziativa), realizzata sia in lingua italiana sia in lingua inglese, per favorire un'azione di promozione anche sui mercati esteri.

Unitamente alla pubblicazione, è stato realizzato anche il catalogo con i vincitori.

Oltre a questa canonica pubblicazione, è stata realizzata un'azione promozionale a favore dei formaggi vincitori con l'inserimento degli stessi all'interno della "Guida ai Sapori e ai Piaceri di Roma e del Lazio", Guida Regionale La Repubblica, pubblicata nel mese di settembre.

Nel prosieguo della cerimonia di premiazione gli invitati hanno potuto degustare le diverse tipologie di formaggio in concorso in abbinamento con il pane, i vini ed i prodotti tipici del territorio.

Nel pomeriggio, dalle ore 16 alle ore 18.30, la Sala del Tempio di Adriano è stata aperta al pubblico con un programma di laboratori sul formaggio con tecnici esperti dedicati agli appassionati dei prodotti di qualità.

L'elenco completo dei vincitori del Concorso è stato pubblicato su quotidiani di larga diffusione (Corriere della Sera, Il Messaggero, Leggo) per garantire la massima visibilità alle aziende ed ai prodotti di eccellenza del territorio.

L'intervento economico di Unioncamere Lazio a sostegno dell'iniziativa è stato di € 5.000,00 Iva inclusa.

### ***Fiere in Convenzione con Regione Lazio e Camera di Commercio di Roma***

#### ***Fiera Exco 2019 (settore cooperazione) – Fiera di Roma 15-17 maggio***

Unioncamere Lazio, la Regione Lazio e la Camera di Commercio di Roma, nell'ambito della Convenzione firmata tra gli stessi, hanno promosso la partecipazione di una collettiva di imprese del Lazio operanti nel settore della cooperazione nell'ambito della prima edizione della manifestazione "EXCO 2019", svoltasi presso la Fiera di Roma dal 15 al 17 maggio u.s.

EXCO 2019, 1<sup>a</sup> edizione della Fiera dedicata al mondo della Cooperazione Internazionale allo sviluppo, si è rivolta sia ai protagonisti del settore, sia alle imprese e startup che intendono affacciarsi per la prima volta nel mondo della cooperazione allo sviluppo.

La Fiera ha offerto l'opportunità di incontrare istituzioni finanziarie, rappresentanti dei governi, agenzie di sviluppo e organizzazioni internazionali, allo scopo di allacciare nuove relazioni d'affari finalizzate alla creazione di partnership che offrano soluzioni dedicate allo sviluppo sostenibile.

I soggetti firmatari della Convenzione hanno pubblicato una call congiunta per favorire l'adesione delle imprese e al termine delle procedure selettive della *call* 11 imprese hanno partecipato all'iniziativa.

Al fine di ottimizzare gli spazi e dare visibilità ai progetti che nel Lazio si stanno portando avanti in questo settore, è stato realizzato un *open space* che ha ospitato una rappresentanza di aziende eccellenze nel Lazio nel settore della cooperazione e nei settori trasversali.

Accanto al momento prettamente espositivo e al ricco calendario di seminari e workshop, si sono svolti gli incontri sia tra le imprese presenti alla manifestazione che con i principali attori del mondo della cooperazione.

Le imprese hanno apprezzato particolarmente il programma di incontri b2b sottolineando la qualità delle controparti incontrate con la speranza che da questi incontri possano nascere delle proficue collaborazioni future.

Dall'analisi dei questionari si rileva che le imprese sono state molto soddisfatte della manifestazione esprimendo il desiderio di partecipare nuovamente alla Fiera nel 2020.

L'iniziativa si è conclusa con costi diretti pari a € 10.0000,00.

### ***Fiera MOA CASA (settore arredo) – Fiera di Roma, 26 ottobre - 3 novembre***

Unioncamere Lazio, Regione Lazio, attraverso Lazio Innova SpA, e Camera di Commercio di Roma, nell'ambito della Convenzione firmata tra Regione Lazio-Camera di Commercio di Roma-Unioncamere Lazio, in un'ottica di collaborazione interistituzionale, hanno promosso la partecipazione di una collettiva di 77 imprese alla 45<sup>a</sup> edizione della Manifestazione di Arredo e Design "MoaCasa 2019".

La Fiera, dislocata su tre Padiglioni, ed avente cadenza annuale, si è svolta presso la Fiera di Roma, dal 26 Ottobre al 3 Novembre 2019.

L'evento, che ha una rilevanza nazionale, ed è una delle manifestazioni più importanti relative al settore Arredo e Design, è una vetrina espositiva che propone una visione completa di tutto quello che è tendenza per la casa e gli spazi abitativi, con sezioni dedicate al mobile contemporaneo, agli

spazi verdi, all'arredo bagno, all'arredo cucina, ai complementi di arredo e da esterni, alla ristrutturazione, all'immobiliare, alla Domotica e IoT (Internet degli oggetti) e momenti significativi di vita collettiva. In base alla Convenzione suindicata, è stata predisposta una call unica per favorire l'adesione delle imprese; tali adesioni sono pervenute attraverso la piattaforma elettronica di Lazio Innova. Le 77 imprese partecipanti su un'area complessiva di 924 mq hanno la seguente ripartizione provinciale:

FR	3
LT	2
RI	2
RM	57
VT	13

Queste le produzioni/servizi di eccellenza regionale esposte: infissi, grate, porte blindate, gazebo, telecamere di videosorveglianza, impianti di domotica, impiantistica per l'edilizia, elementi di design, stampe e quadri 3D, lampade a led 3D, serramenti, persiane, materiali relativi alla bioedilizia, pavimentazioni, complementi d'arredo, decorazione di interni, illuminotecnica, lampade, tavoli, cassapanche, quadri, gioielli, specchi, balaustre in ferro forgiato, lampadari, complementi di arredo in plexiglass, camini, stufe, sculture, fontane, vetrate artistiche, piccola oggettistica da regalo in vetro, camere da letto, cucine, mobili e mobili restaurati, composizioni floreali, tendaggi, sistemi di sicurezza, sistemi di sanificazione, oggetti da restaurare, articoli per arredamento, librerie in legno, pannelli e oggetti realizzati in mosaico, antiquariato, artigianato vario, lampade di sale, lampioncini, faretto di vario tipo, fari ad energia solare, scale d'arredamento, zanzariere, tende avvolgibili, manufatti in cristallo per l'arredamento, isolanti sfusi in fibra di cellulosa e lana di vetro, multi riflettenti in teli, mobili imbottiti a lavorazione artigianale, divani, arredi in ghisa, lavorazioni varie del marmo travertino e relativa oggettistica, impianto innovativo ed esclusivo denominato "Oxygenio", portacandele, appendiabiti e bijoux, pergotende, vetrate panoramiche, oggettistica in ferro battuto, apparecchiature igienizzanti e attrezzature robotiche, pareti vegetali per interni realizzati con piante stabilizzate, ceramiche, lampade bidimensionali in plexiglass, manufatti in marmo per arredamento interno ed esterno, diffusori per aromaterapia, incensi profumati, resine, essenze profumate, prodotti cosmetici da bagno naturali.

A fine manifestazione, come di consueto, le imprese sono state invitate a compilare un questionario di valutazione complessivo della partecipazione alla manifestazione.

Dall'analisi dei questionari si rileva che tutte le imprese hanno espresso il desiderio di partecipare nuovamente alla Fiera se programmata nel 2020.

I contatti di lavoro avuti dalle imprese durante il periodo di svolgimento della manifestazione, ritenuti mediamente sufficienti, hanno garantito principalmente la vendita diretta al pubblico e l'avvio di trattative commerciali ma anche una discreta visibilità.

Delle 77 imprese partecipanti, infine, 54 ritengono che dalla partecipazione all'iniziativa possano avere luogo vendite/ordinativi/accordi nel breve/medio termine.

Dal punto di vista economico, l'iniziativa è stata portata a termine per Unioncamere Lazio con costi diretti pari a € 45.000,00.

### ***Fiera Mercato Mediterraneo – (settore agroalimentare) Fiera di Roma, 9-12 novembre***

Nell'ambito della manifestazione "Mercato Mediterraneo", svoltasi presso la Fiera di Roma dal 9 al 12 novembre 2019, Unioncamere Lazio, la Regione Lazio e la Camera di Commercio di Roma, nel quadro della Convenzione firmata tra gli stessi, hanno promosso la partecipazione di una collettiva di imprese del Lazio del settore dell'agroalimentare e della ristorazione interessate ai mercati dell'area del Mediterraneo.

Mercato Mediterraneo, giunto quest'anno alla sua terza edizione, si pone come il più importante e qualificato appuntamento dell'anno per promuovere i prodotti agroalimentari del *Mare Nostrum* incentrandosi sulla conoscenza e sul valore sociale ed economico delle produzioni nazionali che si affacciano sul Mediterraneo.

Si tratta di un appuntamento professionale, luogo di opportunità di scambio, di prodotti della terra, di cibi e tradizioni. L'evento è stato al tempo stesso un'occasione per favorire il contatto diretto tra aziende e compratori di differenti paesi e nazionalità, così da sviluppare nuove opportunità di commercio, tramite uno speciale programma di appuntamenti *one-to-one* con *buyer* professionisti.

I soggetti firmatari della Convenzione hanno pubblicato una call congiunta per favorire l'adesione delle imprese e al termine delle procedure selettive della *call* 12 imprese sono state ammesse a partecipare all'iniziativa.

Oltre agli stand per le imprese del Lazio è stata allestita un'area dedicata alla realizzazione degli eventi di promozione collegati alla collettiva. Particolarmente ricco è stato, infatti, il calendario degli eventi di animazione promosso dagli Enti organizzatori della collettiva del Lazio e realizzato all'interno dello spazio espositivo regionale. Laboratori sulla lavorazione della pasta, del pane, dei dolci, *tasting* dei migliori oli extra vergine del Lazio, vincitori del Concorso Oroi del Lazio di Unioncamere Lazio, hanno animato lo spazio laboratori incontrando l'interesse e il favore degli operatori presenti alla manifestazione.

Al termine della Fiera, come di consueto, le aziende sono state invitate a compilare un questionario di valutazione complessiva della partecipazione alla manifestazione.

Dall'analisi dei questionari si rileva che le imprese sono state molto soddisfatte della manifestazione esprimendo il desiderio di partecipare nuovamente alla Fiera se programmata nel 2020. I risultati dell'analisi dei questionari hanno evidenziato in particolare quanto segue: tutte le imprese partecipanti alla manifestazione hanno avviato trattative commerciali supponendo che dalla partecipazione all'iniziativa possano avere luogo vendite/ordinativi/accordi nel breve/medio termine.

Dal punto di vista economico, l'iniziativa è stata portata a termine per Unioncamere Lazio con costi diretti pari a € 20.000,00.

### **Fiera Arti & Mestieri Expo (settore artigianato) - Fiera di Roma, 12-15 dicembre**

Nell'ambito della Convenzione firmata tra Regione Lazio (attraverso Lazio Innova SpA), Unioncamere Lazio e CCIAA di Roma, per la promozione congiunta della partecipazione di imprese del Lazio ad una selezione di iniziative in programma presso la Fiera di Roma, dal 12 al 15 dicembre 2019, si è svolta "Arti E Mestieri Expo" con la partecipazione di imprese laziali artigiane e agroalimentari rappresentative delle migliori produzioni del Lazio, delle tradizioni e della cultura del territorio.

La manifestazione, giunta nel 2019 alla quattordicesima edizione, è ormai un appuntamento tradizionale dello *shopping* pre-natalizio; ideale per il pubblico in cerca di un regalo originale e unico e di un contatto diretto tra i visitatori-clienti e gli artigiani protagonisti del "Made in Lazio".

I soggetti firmatari della Convenzione hanno pubblicato una *call*, a firma congiunta, per favorire l'adesione delle imprese con una particolare attenzione per le imprese dell'area del cratere (Comuni interessati dal terremoto) e, al termine delle procedure selettive della *call* e delle varie rinunce pervenute, 54 imprese (*Allegato 1*) hanno partecipato all'iniziativa secondo la seguente ripartizione territoriale:

#### ARTIGIANATO

Frosinone	1
Latina	2
Rieti	3
Roma	28
Viterbo	2

#### AGROALIMENTARE

Frosinone	1
Latina	3
Rieti	2
Roma	7
Viterbo	5

Unioncamere Lazio ha sostenuto i costi per 14 imprese partecipanti, mentre la Camera di Commercio di Roma e la Regione Lazio hanno coperto i costi delle restanti imprese. I costi dello spazio istituzionale e del programma di animazione sono stati equamente suddivisi tra gli enti promotori. Oltre agli *stand* per le imprese del Lazio è stata allestita un'area informativa Istituzionale dedicata, al fine di presentare al pubblico le attività della Regione e delle Camere di Commercio del Lazio. Unioncamere Lazio ha coordinato, in stretto rapporto con i *partner* della manifestazione, l'allestimento e l'organizzazione di tutti i servizi collegati alla presenza imprenditoriale ed istituzionale.



A fine manifestazione, come di consueto, le aziende sono state invitate a compilare un questionario di valutazione complessiva della partecipazione alla manifestazione.

Dall'analisi dei questionari si rileva che, nonostante non si sia registrata una grande affluenza di pubblico e ci siano stati alcuni disservizi, più del 50% ha espresso il desiderio di partecipare nuovamente alla Fiera se programmata nuovamente nel 2020, sebbene con modalità e collocazione temporale diversa.

I risultati dell'analisi dei questionari evidenziano in particolare che più del 50% delle imprese ha comunque concluso affari durante la manifestazione, avviando trattative commerciali e vendite al pubblico mentre solo una piccola percentuale ritiene che dalla partecipazione possano nascere accordi e/o ordini nel breve/medio termine.

Dal punto di vista economico, l'iniziativa è stata portata a termine per Unioncamere Lazio con costi diretti pari a € 39.999,99.

### ***Fiera Rome Museum Exhibition (settore culturale) - Fiera di Roma, 29 novembre – 1° dicembre***

Nell'ambito della manifestazione "Rome Museum Exhibition", svoltasi presso la Fiera di Roma dal 27 al 29 novembre 2019., Unioncamere Lazio, la Regione Lazio e la Camera di Commercio di Roma, nell'ambito della Convenzione firmata tra gli stessi, hanno promosso la partecipazione di una collettiva di imprese del Lazio operanti nel settore del turismo e del patrimonio culturale.

Rome Museum Exhibition, giunta quest'anno alla sua seconda edizione, si è presentata come uno spazio espositivo e di confronto per *decision maker*, *buyer*, operatori del settore del patrimonio culturale, università e scuole.

Diecimila metri quadri di area espositiva con stand e *corner* di musei, istituzioni nazionali e locali, fondazioni, associazioni, regioni, concessionari di servizi museali, aziende e professionisti, con l'obiettivo di promuovere, mediante incontri, workshop e conferenze, incontri *BtoB*, approfondimenti specialistici, scambio di buone prassi e reti di collaborazione per la valorizzazione e la salvaguardia del patrimonio culturale.

I soggetti firmatari della Convenzione hanno pubblicato una call congiunta per favorire l'adesione delle imprese e al termine delle procedure selettive della *call 15* imprese hanno partecipato all'iniziativa.

Al fine di ottimizzare gli spazi e dare visibilità ai progetti che nel Lazio si stanno portando avanti per la cultura, è stato realizzato un *open space* che ha ospitato la rappresentanza di aziende per raccontare, attraverso l'uso della tecnologia, la storia, la cultura, l'arte e le tradizioni del territorio.

Accanto al momento prettamente espositivo, nel corso della Fiera si sono svolti appuntamenti BtoB con la delegazione dei *buyer* internazionali.

Il ricco programma della manifestazione ha fatto registrare incontri con i principali direttori dei musei, conferenze ed iniziative a cui hanno preso parte rappresentanti della Commissione Europea,

della Commissione nazionale Italiana per l'Unesco, dei Ministeri, della Banca Mondiale, delle Regioni, dell'Anci, delle Camere di Commercio, dell'Icom Italia, dell'ICCROM, del Fondo Ambiente Italiano, di Federculture, delle associazioni che aggregano i musei civici, i musei ecclesiastici, i musei scientifici, i musei d'impresa, dell'Associazione Borghi Autentici d'Italia, dell'Associazione Città d'Arte e Cultura, della Fondazione FS, dell'Anas SpA, degli ordini e gli albi professionali e delle associazioni di categoria.

L'iniziativa ha offerto una preziosa occasione di contatto con i direttori di musei italiani e internazionali provenienti da Europa, Stati Uniti e Singapore, con le istituzioni museali, con i più importanti concessionari museali e le imprese del settore e consente di organizzare un business matching con una qualificata platea internazionale di visitatori professionali, buyer e rappresentanti istituzionali.

Dall'analisi dei questionari si rileva che le imprese sono state molto soddisfatte della manifestazione esprimendo il desiderio di partecipare nuovamente alla Fiera nel 2020.

I risultati dell'analisi dei questionari hanno evidenziato in particolare quanto segue: molte imprese partecipanti hanno concluso affari durante la manifestazione siglando accordi di collaborazione e *joint venture* per importi che vanno fino a € 40.000,00.

Al tempo stesso, altre imprese hanno avviato trattative commerciali prevedendo che dalla partecipazione all'iniziativa possano avere luogo vendite/ordinativi/accordi nel breve/medio termine.

Dal punto di vista economico, l'iniziativa è stata portata a termine per Unioncamere Lazio con costi diretti pari a € 20.000,00.

### **New Space Economy (settore aerospazio) - Fiera di Roma 10-12 dicembre**

Nell'ambito della prima edizione della manifestazione "New Space Economy", svoltasi presso la Fiera di Roma dal 10 al 12 dicembre 2019, Unioncamere Lazio, la Regione Lazio e la Camera di Commercio di Roma, nell'ambito della Convenzione firmata tra gli stessi, hanno promosso la partecipazione di una collettiva di imprese del Lazio operanti nel settore dell'industria dello spazio.

New Space Economy, è stato il primo appuntamento internazionale svoltosi in Fiera di Roma, con focus sulla *new space economy* e le nuove frontiere dell'industria dello spazio, volto alla valorizzazione della filiera produttiva dell'Aerospazio e della Sicurezza anche in ambiti non convenzionali e in applicazioni e servizi che possono essere resi disponibili alla cittadinanza, all'economia, alla società utilizzando le informazioni prodotte dai sistemi spaziali.

Organizzato da Fondazione Amaldi e Fiera Roma, in collaborazione con Space Foundation e con il supporto della rete Enterprise Europe Network, di cui Unioncamere Lazio è nodo ufficiale e di ICE Agenzia, la manifestazione si è articolata in tre giornate di lavoro nel corso delle quali è stato possibile conoscere gli scenari presenti e futuri dei settori industriali potenzialmente coinvolti nella *new space economy*.

L'iniziativa ha offerto inoltre l'opportunità di incontrare e scambiare opinioni tra stakeholder industriali consolidati e realtà emergenti, PMI innovative, investitori, venture capitalist, startupper, università e centri di ricerca, agenzie spaziali e istituzioni con interessi nel settore Spazio, sia a livello internazionale, sia nazionale.

I soggetti firmatari della Convenzione hanno pubblicato una call congiunta per favorire l'adesione delle imprese e al termine delle procedure selettive della *call 14* imprese hanno partecipato all'iniziativa.

Al fine di ottimizzare gli spazi e dare visibilità ai progetti che nel Lazio si stanno portando avanti in questo settore, è stato realizzato un *open space* che ha ospitato una rappresentanza di aziende eccellenze nel Lazio nel settore aerospaziale.

Accanto al momento prettamente espositivo e al ricco calendario di seminari e workshop, si sono svolti gli incontri *b2b* pre-organizzati.

Unioncamere Lazio, Lazio Innova e CNR, in qualità di membri della Rete europea EEN - Enterprise Europe Network, hanno gestito le attività di matching rivolte a tutti gli attori pubblici e privati disposti a dare il proprio contributo, attraverso la condivisione di competenze, la presentazione dei prodotti e tecnologie, l'offerta di opportunità di networking strategiche e di contributi allo sviluppo della New Space Economy.

Le 14 realtà selezionate hanno così potuto prendere parte agli incontri B2B pre-organizzati attraverso il sistema di matching interattivo della Rete EEN.

Ciascuna impresa registrata ha ricevuto un'agenda di appuntamenti che si sono svolti nell'arco delle tre giornate per un totale di 24 incontri con controparti estere, imprese ed istituzioni, con le quali hanno condiviso idee e progetti. Le imprese hanno apprezzato particolarmente il programma di incontri b2b sottolineando la qualità delle controparti incontrate con la speranza che da questi incontri possano nascere delle proficue collaborazioni future.

Dall'analisi dei questionari si rileva che le imprese sono state molto soddisfatte della manifestazione esprimendo il desiderio di partecipare nuovamente alla Fiera nel 2020.

Dal punto di vista economico, l'iniziativa è stata portata a termine per Unioncamere Lazio con costi diretti pari a € 5.000,00 Iva inclusa.

## **LINEA 2) TURISMO**

### ***BIT – Borsa Internazionale del Turismo - Fiera di Milano, 10-12 ottobre***

Unioncamere Lazio ha partecipato, in collaborazione con la Regione Lazio alla Borsa Internazionale del Turismo. La BIT costituisce uno dei principali riferimenti d'incontro per il turismo di affari e, in generale, per il mercato turistico, e permette agli operatori di aprire nuovi canali commerciali anticipando la stagione delle vendite. Tale appuntamento prevede l'incontro con circa 1500 buyer nazionali ed internazionali, 2.000 seller selezionati nell'ambito della ricettività, *real*

*estate, tour operator*, e oltre 50.000 visitatori professionali attesi. La fiera si è svolta presso il quartiere espositivo di FIERAMILANOCITY, Milano Congressi.

Da oltre trent'anni la BIT, manifestazione tesa a promuovere l'offerta italiana nel suo complesso presso i principali attori della domanda internazionale, infatti, favorisce l'incontro tra *decision maker*, esperti del settore e *buyer* accuratamente selezionati, provenienti dalle aree geografiche a più alto tasso di crescita economica e da tutti i settori della filiera.

Un evento che è anche formativo con convegni e seminari sulle ultime tendenze di settore.

Dal punto di vista economico, l'iniziativa è stata portata a termine per Unioncamere Lazio con costi diretti pari a € 10.000,00 Iva inclusa.

### ***Fiera TTI-Travel Trade Italia - Fiera di Rimini, 9-11 ottobre***

Unioncamere Lazio, al fine di rafforzare l'attività di promozione turistica del territorio regionale a livello nazionale ed internazionale, ha partecipato alla Fiera TTG Incontri dal 9 all'11 ottobre 2019 a Rimini.

L'evento, punto di riferimento nel panorama delle manifestazioni turistiche a livello nazionale ed internazionale, è il principale workshop per promuovere il prodotto turistico italiano a livello internazionale permettendo di pianificarne la commercializzazione, di approfondire la conoscenza dei mercati mondiali e la possibilità di trovare nuovi partner e siglare accordi.

Al fine di offrire un'immagine omogenea e coordinata delle attrattive turistiche presenti nel Lazio, in un'ottica di crescente concertazione e collaborazione fra gli Enti territoriali, l'iniziativa, a supporto delle imprese e per favorire nuove opportunità d'affari, è stata realizzata in collaborazione con la Regione Lazio, attraverso l'Agenzia Regionale del Turismo, ed ha visto la presenza di 24 imprese.

Unioncamere Lazio ha acquisito da Italian Exhibition Group spa, organizzatore in esclusiva della manifestazione, uno spazio espositivo di 48mq e un'agenda di appuntamenti per le imprese con i buyer presenti all'evento; l'Agenzia Regionale del Turismo a sua volta ha acquisito uno spazio di 150mq e altre agende di appuntamenti. L'area complessivamente allestita di 198 mq ha permesso a tutti gli operatori di svolgere nel miglior modo i *meeting* btob ed a Unioncamere Lazio e Agenzia Regionale di svolgere le proprie attività di promozione del sistema turistico regionale.

Al termine della manifestazione, le imprese partecipanti si sono dichiarate soddisfatte per la partecipazione ed hanno espresso il desiderio di partecipare sempre con l'aiuto di Unioncamere Lazio e delle altre istituzioni anche ad altre fiere di settore così come emerge dall'analisi dei questionari somministrati alle imprese.

Più in particolare, durante la Fiera, le imprese hanno avuto la possibilità di presentare i propri prodotti al mercato internazionale, avviare nuovi contatti e consolidare i vecchi clienti.

Dal punto di vista economico, l'iniziativa è stata portata a termine per Unioncamere Lazio con costi diretti pari a € 25.000,00.

## **XXII Workshop Internazionale Buy Lazio - Roma, 19-22 settembre**

La ventiduesima edizione del Buy Lazio, Workshop Internazionale del turismo regionale, si è svolta dal 19 al 22 settembre 2019.

I lavori della giornata del Workshop, in programma venerdì 20 settembre, sono stati organizzati nella splendida *location* della Sala del Tempio di Adriano della Camera di Commercio di Roma.

Il Buy Lazio, in questi anni ha saputo creare una identità nuova, più efficace e distintiva dell'offerta turistica di tutto il territorio regionale costituendo per le imprese del turismo un punto di riferimento per l'incontro con la domanda internazionale.

L'evoluzione del mercato turistico, sia dal punto di vista della domanda che dell'offerta, ha richiesto all'organizzazione della manifestazione dei miglioramenti continui nella metodologia per l'individuazione dei prodotti turistici specifici e peculiari di ogni singolo territorio per attrarre gli operatori stranieri più sensibili ed interessati.

L'esperienza maturata nell'arco delle oltre venti edizioni del Buy Lazio, ha reso possibile, attraverso una puntuale strategia operativa, la focalizzazione su di una serie di "prodotti tematici" rappresentativi delle diverse aree della regione, agevolando la selezione degli operatori stranieri da invitare per rispondere alle specifiche offerte degli operatori delle cinque province laziali.

A tale proposito, in questa edizione, si è voluto dare risalto a due settori in forte espansione, quello Sportivo e il MICE (Meeting, Incentive, Congress, Exhibitions) che vede Roma e il Lazio presente con numerosi e prestigiosi poli congressuali, luoghi ideali per chi organizza meeting, convention e congressi di respiro internazionale e in grado di esprimere enormi potenzialità, invitando una delegazione di buyer specializzati in questo settore.

Anche quest'anno è stata implementata la piattaforma elettronica on-line per la programmazione degli incontri B2B tra buyer e seller che ha permesso una migliore e più proficua gestione degli oltre 1700 incontri BtoB effettuati durante la giornata del Workshop.

Il livello di prestigio che caratterizza il Buy Lazio è il risultato di un serio e proficuo impegno di lavoro e cooperazione tra le risorse interne ed esterne al sistema camerale e di una sinergia con gli enti partner dell'iniziativa, in particolare l'Enit, Agenzia Nazionale del Turismo, la Regione Lazio e il Comune di Roma. Crescente e sempre più proficua anche la collaborazione con il sistema delle Associazioni di categoria di settore.

Il protagonista della ventiduesima edizione è stato il mercato dell'Europa, Cina e Nord America; in particolare, sono stati invitati gli operatori dei seguenti Paesi: Austria, Belgio, Canada, Cina, Danimarca, Estonia, Finlandia, Francia, Germania, Lettonia, Lituania, Norvegia, Paesi Bassi, Regno Unito, Repubblica Ceca, Russia, Spagna, Svezia, Ucraina, Ungheria, USA.

La scelta di tali mercati si fonda su di un costante monitoraggio degli stessi realizzato in collaborazione con l'Enit, e in linea con le rapide evoluzioni della domanda mondiale.

Nelle differenti fasi di organizzazione del Buy Lazio è stato registrato un consolidamento della collaborazione con l'Enit, in particolare con gli uffici delle diverse delegazioni estere nei paesi interessati, che hanno curato la selezione dei buyer di concerto con gli organizzatori e, per la sensibilizzazione del mondo delle imprese laziali, con le Associazioni di categoria.

I buyer che hanno partecipato alla XXII edizione del Buy Lazio sono stati 67 operatori così suddivisi:

Austria	3	Francia	1	Repubblica Ceca	3
Belgio	2	Germania	9	Russia	6
Canada	4	Lettonia	2	Spagna	2
Cina	6	Lituania	2	Svezia	2
Danimarca	2	Norvegia	1	Ucraina	4
Estonia	1	Paesi Bassi	5	Ungheria	4
Finlandia	1	Regno Unito	3	USA	4

Per quanto riguarda i seller la ventiduesima edizione del Buy Lazio ha fatto registrare l'iscrizione di 166 aziende, la cui suddivisione per provincia è la seguente:

Roma	76
Viterbo	41
Rieti	19
Provincia di Roma	15
Latina	8
Frosinone	7

Come di consueto, il Buy Lazio è stato preceduto da una serie articolata di attività preparatorie e di approfondimento, indispensabili per assicurare il coinvolgimento delle istituzioni e degli operatori, per presentare un prodotto peculiare sempre più selezionato, in linea con le aspettative degli operatori invitati.

Dal punto di vista della comunicazione, numerosi sono stati gli strumenti attivati per assicurare la massima visibilità e risonanza all'evento, come dimostrato dalla rassegna stampa di questa edizione. Più in particolare, sono state svolte le seguenti attività:

- aggiornamento del sito dedicato esclusivamente alla manifestazione [Buylazio.org](http://Buylazio.org) i cui contenuti spaziano dalla descrizione del territorio e delle sue peculiarità alle modalità di partecipazione al workshop ed alla sezione multimediale con video e gallerie fotografiche del Lazio;
- organizzazione di una conferenza stampa a Roma per la presentazione della ventiduesima edizione del Buy Lazio alla quale sono intervenuti i massimi rappresentanti delle istituzioni nazionali, regionali e provinciali interessate;
- realizzazione del Catalogo dei Seller e dei Buyer nella sua classica veste grafica che ha

riscosso giudizi molto positivi. Un apprezzamento che conferma la bontà della formula della pubblicazione quale manuale di vendita, comprensivo di indicazioni precise sulle singole province, sulle strutture presenti al workshop e di ogni possibile informazione tecnica impostata sulla massima completezza dei dati;

- organizzazione e predisposizione della piattaforma online per gli incontri b2b: l'implementazione di una piattaforma elettronica per fissare gli incontri BtoB tra buyer e seller, ha permesso da un lato la conoscenza reciproca degli operatori attraverso i profili inseriti e dall'altro una migliore programmazione degli appuntamenti incrociando domanda e offerta.

Il programma di lavoro che Unioncamere Lazio ha elaborato in questa edizione per ospitare al meglio i buyer stranieri è stato decisamente ricco.

Particolarmente apprezzati i 4 tour "post workshop", che hanno permesso agli ospiti stranieri una migliore conoscenza delle attrattive dei territori delle province:

Frosinone: "Water&Wine"	15 buyer
Latina: "Lazio's sea"	14 buyer
Rieti: "Religious / Cultural / Food&Wine / Sport"	18 buyer
Viterbo: "North and Lazio Little Towns"	15 buyer

I tour post workshop rappresentano un momento particolarmente importante che consentono agli operatori stranieri di conoscere da vicino le realtà turistiche laziali.

Anche quest'anno, la manifestazione ha fatto registrare ottimi risultati confermandosi un'iniziativa di grande rilevanza strategica per il turismo della regione Lazio, come risulta sia dai commenti a caldo espressi dai partecipanti, sia dall'analisi dei questionari (dei Seller e dei Buyer) sul grado di soddisfazione dell'evento e sui risultati scaturiti: 1770 meeting svolti che hanno portato a 50 accordi siglati e ad una previsione di circa 231 accordi che si concluderanno a breve.

Un'edizione del Buy Lazio dunque particolarmente ricca con numerosi elementi di novità, uno sforzo organizzativo importante e ricco di risultati, che fornisce un ulteriore stimolo a proseguire in un'ottica di miglioramento continuo del lavoro svolto.

Dal punto di vista economico la manifestazione si è conclusa con costi diretti pari a € 144.764,65.

### **Progetto: Turismo Sportivo nel Lazio**

In linea con le evoluzioni di mercato e, nell'anno del turismo lento proclamato per il 2019, il Consiglio di Unioncamere Lazio, su proposta della Giunta, ha approvato la realizzazione del progetto "Il Turismo sportivo nel Lazio".

Le principali attività previste dal progetto possono essere così sintetizzate:

1. Realizzazione di una Guida al Turismo sportivo del Lazio all'aria aperta, prima prodotto sul mercato dedicato al segmento;

2. Mappatura del territorio per analizzare le offerte esistenti in termini di percorsi, di servizi inerenti il settore sportivo ma anche di ricettività, somministrazione e di cose da vedere e da vivere nel territorio;
3. Programmazione di un'attività di medio periodo più strutturata per professionalizzare l'accoglienza di questa tipologia di turismo;
4. Promozione del Lazio come meta del "turista sportivo" attraverso:
  - comunicazione tradizionale (Pubbliche relazioni e rapporti con i vari mass media anche specialistici) e digitale (social, siti internet, app)
  - partecipazione ad una fiera del turismo sportivo internazionale
  - coinvolgimento di operatori specializzati nel turismo sportivo nazionali ed internazionali.

Attraverso il Workshop Turistico Buy Lazio era già emersa la richiesta da parte dei *buyer* di esplorare le opportunità di offerta turistica sportiva esistenti nel Lazio e si era, quindi, già dato avvio ad un lavoro di raccolta di informazioni e dati sugli sport nel Lazio. Ora, grazie al progetto dedicato, la Guida agli sport all'aria aperta nel Lazio, realizzata da giornalisti esperti di settore, trova la sua giusta collocazione all'interno di un progetto più ampio.

Il progetto si è dunque articolato in azioni a regia diretta dell'Unione regionale e altre con il coinvolgimento diretto delle Camere alle quali sono stati erogati contributi per lo svolgimento di azioni sul territorio volte a sviluppare pacchetti turistici dedicati al tema del turismo sportivo.

La Guida cartacea al Turismo sportivo nel Lazio è stata realizzata con il supporto di un *team* di giornalisti con vasta esperienza nella costruzione di Guide e con la prestigiosa collaborazione del Touring Club Italia che ne è diventato editore.

Si tratta di una guida completa, riccamente illustrata, dedicata a tutte le attività sportive all'aria aperta che è possibile praticare nel Lazio: *Escursionismo, Trekking e Cammini, Trail (corsa in montagna), Golf, Bici da strada, Mountain-bike, Alpinismo, Arrampicata sportiva, Speleologia, Torrentismo, Parapendio e deltaplano, Volo con aliante, Volo con aerei da turismo e ultraleggeri, Equitazione ed escursioni a cavallo, Sci di pista, Escursioni con le ciaspole, Sci da fondo, Scialpinismo, Canoa fluviale e rafting, Vela, Windsurf, Kitesurf, Canoa da mare, Immersioni in apnea (e snorkeling), Immersioni con bombole, Surf da onda.*

Per ognuna delle 26 attività, sono citate tutte le federazioni e le associazioni di riferimento, e ove esistenti le scuole e le guide professionali. Per ogni attività vengono anche suggeriti e sommariamente descritti degli itinerari consigliati dagli autori e dalle associazioni di cui sopra.

La Guida è stata ufficialmente presentata al vasto pubblico in occasione di un evento organizzato presso il CONI alla presenza del Presidente Malagò e di tutte le autorità governative nazionali, regionali e locali preposte al tema del Turismo con un grande successo di pubblico.

Il progetto complessivo si è concluso con costi diretti pari a € 96.977,15



## **Fondo di Perequazione Unioncamere: La valorizzazione del patrimonio Culturale e del Turismo**

Nell'ambito del Fondo di Perequazione 2015-2016 Unioncamere Lazio ha presentato un progetto a valere sulla linea progettuale denominata "Valorizzazione del patrimonio culturale e del Turismo". Obiettivo del progetto è quello di dotare le Camere di commercio degli strumenti fondamentali per presidiare la competenza in materia di valorizzazione del patrimonio culturale e promozione del turismo, anche tenendo conto del necessario raccordo con gli enti e organismi preposti (Amministrazioni regionali, Province Autonome, Poli museali etc.), in linea con quanto previsto dal Decreto di Riforma D.Lgs. 219/2016.

Il progetto è stato approvato da Unioncamere nel maggio del 2018 per una spesa ammessa e un contributo riconosciuto dietro rendicontazione pari ad € 180.000,00.

Il Progetto si è concluso a fine settembre 2019 con la presentazione della relazione e della rendicontazione finale a Unioncamere nazionale.

Nella realizzazione del progetto, Unioncamere Lazio si è avvalsa di Isnart quale soggetto tecnico al fine di seguire le metodologie di lavoro indicate da Unioncamere. Tra gli obiettivi principali conseguiti dal progetto vi è stata la Mappatura di 23 attrattori turistici della regione allo scopo di evidenziarne punti di forza e di debolezza e fornire chiavi di lettura e strumenti al sistema delle Istituzioni e delle imprese per la promozione del territorio. Il sistema delle Camere di Commercio del Lazio ha dunque, provveduto ad individuare 23 attrattori, così suddivisi tra le province (FR 4, LT 4, RM 6, VT 4, RI 5). Una volta che sono state inserite tutte le informazioni e i dati reperiti, per ognuno dei 23 attrattori individuati, al fine di valutarne le carenze emerse, in termini di fruibilità e di connessione tra i vari elementi che compongono il sistema turistico di offerta legato a ciascun attrattore, è stata effettuata un'analisi SWOT. Quest'ultima si è basata sul sistema dell'intelligenza artificiale della piattaforma che riconosce le similarità, in termini positivi e negativi, e le differenze tra i diversi attrattori.

Nel quadro del progetto vi era anche l'obiettivo di individuare le migliori pratiche di gestione d'impresa per fornire alle imprese strumenti operativi per migliorare il posizionamento competitivo, attraverso l'individuazione di almeno 5 avanguardie/*best practice* imprenditoriali per Camera di Commercio pre-accorpamento, per un totale di almeno 25 avanguardie/*best practice*. A tal fine, all'inizio di febbraio 2019, Unioncamere Lazio ha lanciato la Call "Le Avanguardie del Turismo nel Lazio", per andare ad individuare e selezionare le avanguardie nel settore della filiera del turismo allargata presenti nella regione Lazio

Infine, la mappa delle opportunità e i suoi risultati sono stati presentati agli stakeholder locali come strumento utile alle scelte strategiche di sviluppo del territorio nel corso dell'evento regionale che si è tenuto il 19 luglio 2019 presso la Camera di Commercio di Roma dove hanno partecipato le imprese, le amministrazioni locali, le Associazioni di categoria e gli altri stakeholder del territorio. In

tale occasione sono state anche premiate le imprese più innovative partecipanti alla Call Le Avanguardie del Turismo.

Con riferimento all'anno 2019 i costi diretti sono stati € 50.570,84

### **LINEA 3) COMPETITIVITÀ ED INNOVAZIONE DELLE IMPRESE**

#### ***Progetto Desk Canada***

Il progetto "Desk Canada" nasce nell'aprile 2019, dall'accordo tra Camera di Commercio Italiana dell'Ontario (ICCO), Camera di Commercio di Roma ed Unioncamere Lazio, per supportare le aziende del territorio laziale interessate a creare business in Canada.

Il Desk, nella sua prima fase di attività, ha esaminato le tipologie di aziende presenti nel Lazio, per poi, successivamente, concentrarsi sui settori maggiormente interessanti per le aziende stesse. Al fine di promuovere al meglio il nuovo Desk Canada, è stata decisa la partecipazione all'evento "CNA Network" svoltosi a Roma il 25 Ottobre 2019, attraverso la quale è stato possibile offrire un contatto diretto alle aziende ed una prima analisi di fattibilità.

Di seguito l'elenco delle quindici aziende incontrate con i relativi feedback espressi dalla Camera di Commercio Italiana dell'Ontario:

- Italia Delight – presentata l'azienda ai nostri tour operator e college con programmi di cucina, stiamo inoltre trattando per un progetto sul turismo dal Canada verso l'Italia con le camere commercio di Montreal e Vancouver.
- Ferretti snc – abbiamo promosso i suoi prodotti (lampade in rame) inviando email di presentazione agli operatori di settore.
- Agriturismo "il Torrino dei GELSI" – promozione di pacchetti turistici enogastronomici, con possibilità di masterclass, *show cooking* e laboratori rurali. Presentata ai nostri tour operator e college con programmi di cucina, inoltre possiamo inviare alcuni chef canadesi, nonché inserire l'azienda nel progetto sul turismo Camerale.
- BS design – il prodotto è ottimo, soprattutto per quanto riguarda i tavoli, presentata via email a distributori di arredo di design.
- Architetto Alessandro Mari – introdotti a studi di architettura locali con meeting, anche via skype.
- Revelox – è una tipografia di grandi dimensioni, ma il servizio offerto è molto difficile da presentare in Canada, è stato consigliato di procedere oltre.
- Tiber ADV – Società di comunicazione che opera anche nel settore della redazione di progetti per l'ottenimento di contributi, potenzialmente da affiancare alle aziende italiane.
- Jolie Concierge – società organizzatrice di eventi business e matrimoni in Italia, abbiamo promosso il servizio con i nostri soci, creando un pacchetto o un codice sconto

- Papini Agostino snc – prodotto di qualità, statue Italiane classiche per uso esterno ed interno, abbiamo presentato l’offerta a distributori specializzati
- Biondi caffè – produttori di caffè per espresso italiano, interessati a partecipare a fiere di settore a Toronto ed a nostri eventi, sono stati organizzati meeting con distributori direttamente durante l’evento Pentola d’oro
- Jakin – società operante nel settore dei big data, business intelligence e cyber security. È stato consigliato di provare ad operare direttamente sul territorio canadese dato che il loro è un prodotto difficile da vendere rimanendo in Italia a causa del servizio di assistenza post vendita, consiglio inoltre di partecipare a SECTOR, fiera del Cybersecurity a Toronto.
- Studio Martino 5 – Studio di progettazione per allestimenti in fiera o per presentazioni private aziendali sia in Italia che all’estero, anche in questo caso il servizio non è semplice da poter vendere, abbiamo pubblicizzato la loro offerta con un codice sconto tra I nostri soci.
- Fenucci Marmi – produttore di arredamento con marmo, è possibile anche restaurare o costruire direttamente sul posto – organizzato meeting via skype con THOR&PARTNERS il 5 Novembre.
- Pasticceria Augustea – Abbiamo pianificato con loro la partecipazione a qualche nostro evento dedicato al food & beverage italiano come pasticceri per uno show cooking o master class.
- Miass Srlcr – creano stampi industriali per il settore automotive, aeronautico, ferroviario e navale, abbiamo effettuato una teleconferenza il giorno 12 Novembre indicando quali siano i modi migliori per penetrare il mercato Canadese.
- Mormora srl – casa discografica che progetta e distribuisce concetti di show. Lavorando già con il Canada, abbiamo risolto un problema di tipo fiscale con Canada Revenue Agency.

Grazie alla partecipazione all’evento, è stato possibile presentare le opportunità di business e rispondere direttamente alle domande poste dalle aziende, selezionando quelle che rispettavano alcuni elementi per essere vincenti nel mercato canadese.

Nello specifico l’azione svolta ha cercato di dare massima visibilità all’azienda che si affacciava per la prima volta sul mercato canadese, con l’introduzione di nuovi prodotti e/o servizi, attraverso l’invio di email e creando degli annunci specifici sui nostri social media.

Il passo successivo sarà l’organizzazione di incontri in cui raggruppare importatori, distributori e qualsiasi altro operatore del settore per metterli a conoscenza, tramite una presentazione, della nuova offerta di queste aziende della Regione Lazio.

Desk Canada ha, inoltre, elaborato quattro newsletter focalizzate altrettanti settori allo scopo di fornire un’analisi approfondita della situazione pregressa ed attuale, ma soprattutto di suggerire alle aziende quali potevano essere i passi migliori da intraprendere per essere competitivi nel mercato dell’Ontario,

Le newsletter sono state inviate a circa 1.700 aziende di seguito indicati i temi trattati:

Le newsletters hanno contribuito ad avvicinare al desk Canada le aziende interessate ad approfondire le opportunità di business descritte al loro interno.

Dal punto di vista economico la prima annualità si è conclusa con costi diretti pari a € 35.026,50.

## **LINEA 4) POLITICHE EUROPEE**

### ***Progetto europeo EEN***

Unioncamere Lazio è uno dei nodi ufficiali della rete italiana Enterprise Europe Network e partner del Consorzio Else (Enterprise Lazio Sardegna for Europe) che eroga i servizi della rete nelle regioni Lazio e Sardegna. Enterprise Europe Network è la più vasta rete creata dalla Commissione europea per accrescere il potenziale innovativo e competitivo delle piccole e medie imprese nel mercato europeo ed internazionale. Enterprise Europe Network è presente in oltre 50 Paesi e rappresenta un network di 600 organizzazioni, tra cui Camere di Commercio, Associazioni imprenditoriali, Agenzie regionali di sviluppo, Centri tecnologici ed universitari, in cui operano circa 4000 professionisti esperti di servizi alle imprese, che grazie a un unico sistema forniscono alle imprese servizi integrati e complementari per l'internazionalizzazione e l'innovazione.

L'obiettivo della rete è quello di offrire servizi di informazione ed assistenza ad imprenditori, ricercatori ed altri operatori economici per:

- Sviluppare il proprio potenziale di innovazione
- Accedere ai programmi europei di finanziamento
- Ricercare partner all'estero ed esplorare nuove opportunità di business del mercato europeo
- Favorire l'accesso al credito delle Pmi
- Raccogliere le opinioni delle imprese sulla legislazione europea

Per il Lazio fanno parte del *Network* oltre a Unioncamere Lazio, Apre, Confcommercio, CNR, Lazio Innova ed Università di Tor Vergata.

Il 2019 è stato un anno particolarmente importante per le attività svolte da Unioncamere Lazio nell'ambito delle politiche di sostegno alle imprese interessate ai temi europei.

Il servizio di assistenza fornito ad alcune imprese del Lazio ha generato anche delle "*best practice*" che sono state riconosciute a livello di Commissione europea.

Un crescente successo ha fatto registrare anche la *Newsletter* che si conferma essere un prodotto agevole e completo di informazione alle imprese sulle opportunità di finanziamento a livello europeo, nazionale e regionale. Il prodotto è anche integrato da altri servizi informativi per la ricerca di partner d'affari e per la partecipazione ai progetti europei. Il prodotto si rivolge alle imprese, agli Enti, alle Associazioni ed è stato molto apprezzato per la sua chiarezza, rapidità di consultazione e completezza.

Accanto all'attività di informazione al sistema camerale del Lazio, alle imprese e agli *stake holders* regionali sulla legislazione e i bandi europei, sono stati promossi ed organizzati *brokerage events* dedicati a far incontrare la domanda e l'offerta delle imprese europee.

Nel corso del 2019 sono stati realizzati i seguenti brokerage events: IBT Berlin, Blue Invest in the *Mediterranean*, Ket Strasburgo, *Meet in Italy* for Life Sciences, Space Week, New Space Economy accompagnando imprese del Lazio e generando 56 incontri.

Di seguito si riporta un prospetto numerico delle iniziative e delle imprese assistite, nel corso dell'anno, dal personale Unioncamere Lazio impegnato nel progetto EEN su alcuni servizi dal contenuto altamente specialistico.

Società assistite in attività di ricerca partner	39
Società assistite da EEN su tematiche UE, innovazione, digitalizzazione	33
<i>Assessment</i> tecnologici condotti con tool IHC ed Improve	2
<i>Advisory Specialised Outcomes</i> (ASO)/Servizi di assistenza con ricadute economiche dirette	3
Partnership Agreement	3
Società coinvolte in azioni di IPM (Interactive Policy Making) / Consultazioni	11
Società partecipanti a brokerage	27
Aziende incontrate ad eventi promozione EEN	89
<b>Totale aziende nei confronti delle quali sono stati promossi i servizi EEN</b>	<b>139</b>

Sempre nell'ambito delle attività EEN Unioncamere Lazio ha partecipato all'evento CNA Matching promosso da CNA Lazio e Maker Faire organizzato da Innovacamera Azienda Speciale della camera di Commercio di Roma.

Si riporta, inoltre, che grazie all'adesione di Unioncamere Lazio ad Unioncamere Europa, l'associazione del sistema camerale a Bruxelles, Unioncamere Lazio ha, inoltre, assicurato nel corso del 2019 i seguenti servizi:

***Servizi di monitoraggio:***

- *Monitoraggio legislativo e monitoraggio dei bandi europei* assicurato settimanalmente attraverso un *link* costantemente aggiornato e di facile lettura ed interpretazione;
- *Newsletter* quindicinale informativa sui bandi e gli eventi di interesse comunitario per il sistema camerale e per le imprese. L'impostazione della *newsletter* è stata ampiamente condivisa per consentire ad ogni numero, l'inserimento di un'intera pagina alle notizie provenienti dalla rete *Enterprise Europe Network*. L'inserimento di queste notizie è curato però direttamente dall'Unione Regionale che provvede ad inviare ai referenti territoriali la *newsletter* per favorirne la capillare diffusione sul territorio.
- *Newsletter Mosaico Europa* focalizzata sui temi europei di prioritario interesse per le Camere di Commercio italiane.

- Servizi di Assistenza tecnica alle Camere per la partecipazione ai bandi europei.

Nell'ambito di questa linea di attività è proseguito il lavoro di formazione delle imprese sui temi del Commercio Internazionali. In cooperazione con Lazio Innova è stato promosso un nuovo ciclo di seminari gratuiti **"INTFORMATEVI"** a beneficio delle PMI laziali interessate ad intraprendere percorsi di internazionalizzazione.

I seminari sono realizzati in collaborazione con la Regione Lazio/Lazio Innova e le singole Camere di Commercio ed hanno registrato un alto tasso di gradimento da parte delle imprese del territorio.

SEMINARIO	LUOGO DI SVOLGIMENTO	PARTECIPANTI
L'export per una PMI - Focus su Pagamenti e Marketing Internazionale	CCIAA Latina, 16 gennaio	19
Progettare attività di internazionalizzazione: modelli di aggregazione per le PMI	Forma Camera, Roma, 05 febbraio	14
E-commerce e internazionalizzazione - la sfida dell'export digitale	ASPIIN Frosinone, 27 giugno	20
Come Scegliere i Mercati Internazionali target più idonei	CCIAA Latina, 02 luglio	10
Come Scegliere i Mercati Internazionali target più idonei	CCIAA Rieti, 05 luglio	10
E-commerce e internazionalizzazione - la sfida dell'export digitale	Forma Camera, Roma, 27 ottobre	5
E-commerce e internazionalizzazione - la sfida dell'export digitale	CCIAA Rieti, 15 novembre	17
Come Scegliere i Mercati Internazionali target più idonei	CCIAA Viterbo, 03 dicembre	8
Totale Partecipanti anno 2019		103

### **Web Focus "Il Marketing Digitale per l'Estero"**

Nel mese di novembre 2019 si è svolto il percorso formativo Web Focus Lazio organizzato da ICEAgenzia con Unioncamere Lazio e Tecnopolo SpA, in collaborazione con Lazio Innova, un percorso formativo sul marketing digitale per l'export rivolto alle imprese della regione Lazio. Il percorso, articolato in 3 incontri specialistici in aula e una giornata di incontri individuali con gli esperti della Faculty di ICE Agenzia, ha offerto un approfondimento sulle principali tematiche del marketing digitale nell'ambito delle strategie di internazionalizzazione aziendale. Con un approccio pratico, i partecipanti hanno avuto l'opportunità di analizzare i principali strumenti

digitali, valutare con maggiore consapevolezza la propria presenza online e massimizzare le potenzialità offerte dal web e dai canali e-commerce sui mercati esteri.

Il corso si è svolto a Roma presso il Tecnopolo Tiburtino, di seguito si riporta il dettaglio delle giornate:

SEMINARI	DATE	LOCATION	NUMERO PARTECIPANTI
Web focus. Il Marketing digitale per l'export - Percorso di formazione specialistica con ICE	07/11/2019	Tecnopolo Tiburtino	64
Web focus. Il Marketing digitale per l'export - Percorso di formazione specialistica con ICE	14/11/2019	Tecnopolo Tiburtino	58
Web focus. Il Marketing digitale per l'export - Percorso di formazione specialistica con ICE	21/11/2019	Tecnopolo Tiburtino	49
Web focus. Il Marketing digitale per l'export - Percorso di formazione specialistica con ICE -INCONTRO CON ESPERTO	28/11/2019	Tecnopolo Tiburtino	29

I quesiti evasi attraverso il Servizio Sprint Export, servizio gratuito di assistenza alle imprese sui temi dell'internazionalizzazione, sono così articolati:

Nr. quesiti	Tipologia quesito
2	Dogane, logistica trasporti internazionali
2	Contrattualistica internazionale, fiscalità marchi e brevetti
5	Marketing internazionale
1	Tutela di Marchi e Brevetti

Complessivamente per tutte le attività sopra elencate sono stati sostenuti costi diretti pari a € 12.014,98.

### ***Sportello Europa***

Nel quadro della attività di divulgazione dei servizi di informazione ed assistenza sulle tematiche europee Unioncamere Lazio ha partecipato alla prima edizione dell'evento *CNA Matching* per le imprese del Lazio svoltosi il 25 ottobre presso la Fiera di Roma.

L'iniziativa nasce dall'esigenza di creare opportunità di *business* per le imprese del Lazio attraverso incontri *BtoB* organizzati. Il progetto ha avuto come obiettivo di aumentare le relazioni e le occasioni di affari e moltiplicare le opportunità di fare rete, promuovendo incontri tra imprese, organizzati attraverso uno specifico e collaudato sistema di *matching*. Oltre 500 partecipanti all'evento e 195 imprese coinvolte negli appuntamenti BtB che hanno generato, complessivamente, 2000 incontri.

L'iniziativa ha avuto anche un respiro di carattere internazionale, attraverso il coinvolgimento di Assocamerestero, che ha permesso alle imprese di avere informazioni sulle opportunità e le modalità di accesso ai mercati esteri.

In questo contesto fortemente operativo, dinamico e di supporto alle imprese, CNA Lazio ha richiesto la partecipazione di Unioncamere Lazio attraverso una presenza strutturata con la quale promuovere le molteplici attività dell'Ente e rispondere alle richieste delle imprese.

L'area espositiva acquisita da Unioncamere Lazio, pari a 20 mq, è stata allestita per presentare alle imprese i servizi di Unioncamere Lazio in particolare quelli di informazione, formazione e assistenza tecnica sulle modalità di accesso ai mercati esteri, ai finanziamenti europei, nazionali e regionali, sull'assistenza e pianificazione di *check up* aziendali volti a misurare il grado di innovazione e di digitalizzazione delle imprese, nonché fornire informazioni su tutte le altre iniziative in programma a sostegno delle imprese promosse nell'ambito del progetto europeo *Enterprise Europe Network*. Ampia visibilità è stata data a Unioncamere Lazio all'interno dei vari strumenti e prodotti di promozione sviluppati dall'organizzatore, tra cui:

- sito dell'evento
- catalogo *on line* e cartaceo
- attività di comunicazione alle imprese (*newsletter*, inviti, etc.)
- materiale promozionale
- grafiche relative all'evento

L'iniziativa si è conclusa con costi diretti pari a € 15.207.30

## **LINEA 5) ALTERNANZA SCUOLA LAVORO**

Nell'ambito della funzione di Orientamento e formazione, data dal Decreto di Riforma delle Camere di Commercio a supporto dell'incontro tra domanda e offerta di lavoro e a sostegno della transizione dalla scuola e dall'università al lavoro, nel 2019 Unioncamere Lazio ha proseguito nel lavoro monitoraggio e *network* territoriale, in raccordo con il lavoro svolto dalle 5 Camere di Commercio del Lazio che si sono attivate con i Bandi per promuovere percorsi di Alternanza Scuola Lavoro, con *voucher* e contributi per le imprese, ed hanno istituito il Premio "Storie di alternanza" a favore degli istituti scolastici, con l'obiettivo di valorizzare i progetti d'alternanza scuola-lavoro realizzati dagli studenti.



Sul sito *internet* istituzionale dell'Unione regionale stati pubblicati i dati mensili del sistema informativo *Excelsior* sui fabbisogni professionali e formativi richiesti dalle imprese del Lazio; è stato inoltre monitorato lo stato di adesione delle imprese del territorio al Registro Nazionale per l'Alternanza Scuola Lavoro.

Nell'attività di *network* territoriale, l'Unione regionale ha partecipato, il 15 ottobre 2019, all'iniziativa "*Employers' Day 2019*", organizzata da Regione Lazio e ANPAL (Agenzia Nazionale Politiche Attive del Lavoro) presso lo Spazio Lavoro-Porta Futuro di Roma, e al convegno "Centri per l'impiego, competenze e professionalità al servizio delle imprese".

Nell'ambito del convegno l'Assessore della Regione Lazio al Lavoro, Scuola, Formazione e diritto allo studio universitario, Claudio Di Berardino ha presentato la Riforma dei servizi per il lavoro e dei Centri per l'impiego che, a livello regionale, prevede uno stretto rapporto di collaborazione con il mondo produttivo e un più efficace incontro tra domanda e offerta di lavoro, grazie anche alle informazioni fornite dal Sistema camerale del territorio con i dati *Excelsior* sui fabbisogni occupazionali espressi dalle imprese.

Le attività svolte non hanno comportato spese vive.

## **LINEA 6) STUDI E RICERCHE**

### ***Osservatorio e monitoraggio dell'economia***

Le attività di osservatorio, analisi e monitoraggio dell'economia territoriale, enunciate specificatamente dal D. Lgs. n. 219/2016 all'art. 6 comma 6, costituiscono una funzione di rilievo per il sistema camerale regionale, qualificandolo tra le fonti autorevoli per la produzione e diffusione di informazioni statistico-economiche.

Nel 2019 Unioncamere Lazio ha proseguito nell'attività di analisi sull'andamento del tessuto imprenditoriale e dei principali indicatori economici che hanno un impatto sul territorio (Pil e valore aggiunto, demografia, nati-mortalità delle imprese per settori, mercato del lavoro e previsioni sui fabbisogni occupazionali delle imprese del Sistema Informativo *Excelsior*, turismo, credito, ecc.).

È proseguita, inoltre, l'attività di informazione economica, fornendo elaborazioni statistiche e report specifici sia a supporto del sistema camerale e istituzionale che per l'utenza esterna.

### ***Monitoraggio congiunturale regionale***

Nel 2019 Unioncamere Lazio, ha proseguito nella realizzazione dell'Osservatorio congiunturale regionale sulle imprese del territorio attraverso un'indagine trimestrale su un campione di 1600 imprese del Lazio, rappresentative dei settori Manifatturiero, Commercio, Costruzioni e Servizi, disaggregate per classi dimensionali e per territori provinciali.

L'indagine sulle imprese è stata realizzata con metodologia CATI (*Computer Assisted Telephone Interviewing*) e CAWI (*Computer Assisted Web Interviewing*, in collaborazione con l'istituto di ricerca SWG.

Nell'indagine campionaria è stato chiesto alle imprese, attraverso un questionario strutturato, di dichiarare l'andamento congiunturale e tendenziale di una serie di indicatori economici, tra i quali l'andamento della produzione, delle vendite, degli ordinativi, e la previsione per il trimestre successivo. Sono inoltre stati realizzati focus di approfondimento su temi di interesse per il sistema camerale, quali: Logistica e viabilità sul territorio, Criminalità e sicurezza, Sostenibilità ambientale, Analisi sull'emergenza Covid 19.

L'Osservatorio congiunturale si conclude con la rilevazione effettuata sulle imprese nel primo trimestre 2020 e la redazione del rapporto annuale.

Dal punto di vista economico al 31/12/2019 per Unioncamere Lazio il progetto si è concluso con costi diretti pari ad € 41.358,00.

### ***Relazione sulla situazione economica del Lazio***

Realizzato annualmente dal sistema camerale regionale, il Rapporto sulla situazione economica del Lazio offre un quadro di lettura delle dinamiche socio-economiche territoriali con l'analisi dei dati quali-quantitativo sull'andamento complessivo della regione.

Il rapporto 2019 è stato sviluppato con approfondimenti di interesse specifico manifestati dal sistema camerale, attraverso il contributo dell'apposito gruppo di lavoro intercamerale denominato "Brain trust" o "Gruppo consiliare". Tale gruppo di lavoro, composto da alcuni dirigenti camerale, dai responsabili degli uffici studi delle Camere di Commercio della regione e da esperti nel campo della ricerca socio-economica, si riunisce periodicamente per analizzare i dati settoriali disponibili per le singole Camere di Commercio, discutere ed elaborare, con un approccio metodologico qualitativo, le dinamiche economiche regionali.

L'analisi documentale-statistica, su alcuni temi inerenti la competitività e gli scenari economico-sociali del territorio, è stata realizzata in collaborazione con l'Eures, istituto di ricerche economiche e sociali per lo studio e l'analisi applicata in campo economico e sociale.

Il Rapporto annuale, basato sia sull'analisi di indicatori quantitativo-strutturali che qualitativo-tendenziali, offre una panoramica delle principali dinamiche macroeconomiche che hanno caratterizzato l'economia regionale negli ultimi anni, muovendo da un'analisi descrittiva dei dati e individuando le principali chiavi di lettura e gli elementi di riflessione delle trasformazioni in atto nell'economia nazionale e territoriale.

Partendo dal contesto macroeconomico, internazionale, europeo e nazionale, si passa ad analizzare la congiuntura regionale, le dinamiche socio-economiche territoriali, la struttura e le dinamiche di crescita del tessuto produttivo, il mercato del lavoro, i fattori e i processi territoriali che delineano i tratti distintivi del sistema economico locale.

La Relazione si conclude con l'analisi delle attività realizzate dal sistema camerale a sostegno delle imprese e della crescita del territorio, nel quadro della riorganizzazione disposta dal Decreto sul riordino delle funzioni e del finanziamento delle Camere di Commercio.

Il Rapporto annuale 2019 viene concluso nel 2020, con la pubblicazione editoriale della casa editrice Franco Angeli.

Dal punto di vista economico al 31/12/2019 per Unioncamere Lazio il progetto si è concluso con costi diretti pari ad € 26.000,00.

## **SERVIZI ISTITUZIONALI E GENERALI DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE**

### **LINEA 7) ATTIVITÀ LEGISLATIVA E ISTITUZIONALE**

Le iniziative realizzate dall'Ufficio legislativo nel corso del 2019, qui di seguito descritte, corrispondono a quelle attività che, *ex lege*, Unioncamere Lazio è chiamata a svolgere.

Nel corso dello scorso anno, in funzione dell'evoluzione dello scenario di riferimento che ha reso maggiormente chiari compiti e ruolo dell'Unione, nonché sulla scorta dell'esperienza capitalizzata e dei risultati ottenuti negli anni precedenti, l'attività dell'Ufficio Legislativo di Unioncamere Lazio si è attivata principalmente in queste direzioni:

- *Attività di rappresentanza politico istituzionale: raccordo, coordinamento e rappresentanza generale delle CCIAA del Lazio nei confronti della Regione Lazio;*
- *Realizzazione della Relazione Generale annuale sulle attività delle Camere di Commercio laziali.*

#### ***Attività di rappresentanza politico istituzionale: raccordo, coordinamento e rappresentanza generale delle CCIAA del Lazio nei confronti della Regione Lazio***

Unioncamere Lazio è l'organismo di rappresentanza istituzionale del Sistema Camerale regionale, importante interlocutore di riferimento per la Regione Lazio

Fra le proprie attività anche nel 2019 l'Unione regionale ha realizzato una funzione di *lobbying* verso la Regione stessa, tesa a rappresentare al decisore pubblico le istanze provenienti dal territorio e dalle comunità socio economiche del Lazio.

Nel corso dello scorso anno l'attività di Relazioni Istituzionali verso i riferimenti politico istituzionali della Regione Lazio, si è sviluppata lungo le seguenti direttrici:

- ✓ attività di contatto, relazione e sviluppo dei rapporti con gli Assessorati presso la Giunta, le Commissioni consiliari ed i Gruppi politici in Consiglio regionale;
- ✓ monitoraggio dei lavori della Giunta, del Consiglio Regionale e delle Commissioni consiliari, partecipazione ad audizioni e dibattiti pubblici, con azione di influenza e *lobbying*;

- ✓ partecipazione ai Lavori della Commissione Regionale per l'Artigianato;
- ✓ partecipazione a Tavoli di Lavoro, Commissioni e Comitati, quali il Tavolo di partenariato ed il Comitato di Sorveglianza del FESR PSR 2014-2020;
- ✓ documentazione, selezione, archiviazione e monitoraggio dei Progetti di legge regionale, nelle materie di interesse del Sistema Camerale regionale;
- ✓ studio, approfondimento ed assistenza tecnica alle Camere di Commercio del Lazio, dei principali disegni di legge, *reporting* con particolare riguardo al loro *iter*, *drafting*, valutazione tecnica del potenziale impatto sull'ordinamento e sul grado di attuabilità amministrativa.

La Regione Lazio, all'interno del proprio Statuto, approvato ormai nel lontano 2004, sulla base dei principi di sussidiarietà, differenziazione ed adeguatezza, ha espressamente riconosciuto le Camere di Commercio quali Autonomie funzionali, attribuendo loro la partecipazione ad alcune funzioni amministrative attinenti ai propri ambiti di attività (5° comma dell'art. 16 dello Statuto).

Tale riconoscimento ha rappresentato un'occasione di straordinaria importanza per il Sistema Camerale regionale, in quanto la recente architettura di riforma delle Amministrazioni pubbliche che si va delineando, ha infatti determinato un rinnovato interesse verso tutte le forme di Autonomia e, quindi, anche verso le Camere di Commercio.

Inoltre, i Presidenti delle 5 Camere sono stati chiamati a sedere all'interno del CAL, il Consiglio per le Autonomie Locali, caso finora unico nel panorama nazionale: tale riconoscimento ha rappresentato una straordinaria affermazione per il Sistema Camerale regionale.

Il CAL, difatti, vede riunirsi i rappresentanti delle Autonomie presenti sui 5 territori provinciali del Lazio e, in questo caso, le Camere di Commercio sono state destinatarie di un ulteriore riconoscimento che, al di là del dato funzionale, mette in luce il complesso e prezioso sistema di rapporti che le Camere hanno intessuto in questi anni con i principali attori istituzionali del Lazio.

Le Regioni, destinatarie da parte dello Stato di nuove competenze soprattutto in materia di sviluppo socio economico, hanno a loro volta devoluto alcune attività - amministrative, gestionali, attuative - verso le altre autonomie presenti sul proprio territorio.

Se le Camere di Commercio si presentano come uno degli interlocutori primari delle Regioni, queste ultime richiedono al sistema camerale un dialogo univoco nelle strategie e nel merito, stabile nel tempo.

Per tale ragione le Unioni regionali sono assunte a loro naturale punto di riferimento, quale Istituzione di rappresentanza dell'intero sistema camerale regionale, un interlocutore unico con il quale stabilire rapporti duraturi.

Nel caso del Lazio, si può senza dubbio affermare che i risultati raggiunti sia dalle singole Camere sia da tutto il sistema camerale regionale sono stati estremamente positivi.

Difatti tramite l'istituto della rappresentanza unitaria, quali *partner* di un *network* regionale, le singole Camere di Commercio sono riuscite a conseguire risultati maggiormente significativi ed una opportuna considerazione da parte della Regione.

E' intuitivo pensare, infatti, che ogni Camera di Commercio, i cui ambiti di competenza coincidono con i confini provinciali, se agisse in modo isolato non riuscirebbe ad incidere in profondità nell'opera di *lobbying* verso l'Ente Regione, le cui politiche normalmente travalicano il mero ambito provinciale per interessare tutto il territorio regionale.

Anche per il 2019 Unioncamere Lazio ha quindi continuato la propria attività di coordinamento e rappresentanza unitaria degli interessi generali delle cinque Camere di Commercio laziali nei confronti dell'Ente programmatore Regione, al fine di rafforzare il ruolo del Sistema Camerale laziale sul piano delle *policy* per lo sviluppo socio - economico territoriale.

Oggi le Camere di Commercio provinciali e, di conseguenza, Unioncamere Lazio, hanno ottime possibilità di stringere sinergie con la Regione Lazio in materia di politiche per lo sviluppo economico, Regione che, si auspica, devolverà sempre più al sistema camerale attività e funzioni amministrative. Il Sistema Camerale, sinergicamente alla Regione stessa, può quindi cogliere la possibilità di consolidare il proprio ruolo quale uno dei principali attori dello scenario istituzionale, sociale, economico e produttivo regionale.

La Regione Lazio, in altri termini, trova in Unioncamere Lazio l'istituzione di rappresentanza di tutto il sistema camerale regionale. Unioncamere Lazio, poi, cura in maniera particolare i rapporti con le Camere di Commercio, la Regione Lazio, Unioncamere nazionale ed il Ministero dello Sviluppo Economico, in una logica di interlocuzione interistituzionale, svolgendo una mirata attività di *lobbying* tesa a mantenere e rafforzare il proprio posizionamento competitivo all'interno dello scenario politico ed istituzionale di riferimento.

Grande attenzione è stata dedicata ai lavori sia del Consiglio regionale sia delle singole Commissioni consiliari, in ordine all'analisi e alla discussione delle numerose Proposte di Legge regionali presentate dalle varie forze politiche nelle materie di interesse camerale.

Nell'ambito di questa attività, è stato redatto, con cadenza almeno bimestrale, un quadro informativo riassuntivo delle principali novità legislative di interesse per le Camere del Lazio, nonché per il sistema delle imprese della nostra regione.

Obiettivo conseguente a tale progetto è stato quello di fornire agli Organi di indirizzo del sistema camerale uno strumento di analisi per l'adozione delle conseguenti politiche di sostegno delle economie locali.

Tali azioni trovano il loro compimento in contatti e incontri tra gli Amministratori Camerali ed il Legislatore regionale, nonché nella promozione di proposte di legge ed emendamenti a proposte di legge o leggi in vigore.

Queste serie di attività, come è intuitivo, non incidono sul Risultato economico dell'esercizio, in quanto si tratta dell'esercizio di funzioni di natura meramente politico amministrativa e di relazioni interistituzionali, che non presentano costi diretti che impattano sul bilancio dell'Unione regionale.

***Studio concernente la “Relazione Generale a Parlamento e Regione Lazio sulle attività delle Camere di Commercio del Lazio”***

Il Decreto legislativo n. 112 del 31 marzo 1998, che conferisce funzioni e compiti amministrativi dallo Stato alle Regioni e agli Enti locali, in attuazione della Legge 59 del 15 marzo 1997 (cd. prima “*Legge Bassanini*”), al suo art. 37 prevede l'obbligo, da parte delle Camere di Commercio, di inviare ogni anno al Parlamento (per il tramite del Ministero dello Sviluppo Economico) - ed alla Regione di riferimento - una relazione sulle attività svolte, “*relazione che riguardi in particolare i programmi attuati e gli interventi realizzati*”.

Con il Decreto n. 23 del 15/02/2010, di Riforma della Legge 580/1993, il legislatore aveva ribadito tale obbligo, sancendo che (art. 5 bis L. 580/1993) che ogni Unione regionale presenti alla Regione di riferimento, entro il 30 giugno di ogni anno, una Relazione generale sulle attività del sistema camerale in riferimento al precedente esercizio, con particolare riguardo a quelle a favore delle economie locali.

Questa previsione normativa è stata confermata integralmente dal D.Lgs. 219/2016, che ha profondamente riformato l'intero Sistema camerale, decreto di cui si è avuto modo di trattare più ampiamente nel corso della Premessa del presente lavoro.

Sulla scia delle attività di raccordo e rappresentanza istituzionale del sistema camerale regionale, come già realizzato nel corso degli scorsi anni, nel 2019 Unioncamere Lazio ha realizzato nuovamente lo studio concernente la “Relazione Generale Annuale sulle Attività delle CCIAA del Lazio”, ex art. 37 D.lgs. 112/98 e art. 5 bis L. 580/1993.

Tale progetto trae origine da analoga iniziativa, realizzata sin dal 2002 dall'Unione regionale, che ha organizzato un Team di lavoro, formato da funzionari e dirigenti delle cinque Camere di Commercio del Lazio e di Unioncamere Lazio medesima, nonché da consulenti esterni, docenti esperti di tematiche economico giuridiche.

Così nel 2019 l'Unione regionale ha ricostituito tale *team* di lavoro, che ha realizzato un modello *ad hoc* in base al quale le cinque Camere di Commercio hanno redatto la propria Relazione annuale sulle attività svolte nell'anno 2018.

E' stato previsto che tali documenti contenessero sia un formato analitico, di *report* quantitativo, sia uno strategico, di natura qualitativa, e avessero una impostazione comune per la relativa elaborazione, che ha consentito all'Unione di confrontare in modo omogeneo e sintetizzare i cinque documenti e quello dell'Unione regionale.

L'Unione stessa ha poi provveduto all'analisi dei singoli documenti e, grazie all'acquisto di uno studio sull'evoluzione dei rapporti che sussistono tra il sistema camerale laziale, le autonomie territoriali e gli altri soggetti pubblici e privati, che aggregano e rappresentano le imprese e altri gruppi di interesse, ha redatto una conclusiva Relazione strategica sulle attività svolte, con particolare riguardo a quelle legate allo sviluppo delle economie locali.

Tale Relazione Generale, di portata regionale, ha riassunto sia le cinque singole Relazioni provinciali sia quella dell'Unione regionale in un unico documento, configurandosi come un vero e proprio "manifesto strategico" del sistema camerale laziale.

Al 31/12/2019 i costi di competenza economica del progetto ammontano ad € 19.342,84 inferiori rispetto a quanto previsto.

### **Partecipazioni societarie**

Tecnoborsa S.C.p.A.	€ 25.358
TecnoServiceCamere S.C.a r.l.	€ 3.310
Unioncamerelazio Servizi S.r.l. in liquidazione	€ 8.825.438
Infocamere Scpa	€ 495,18
SiCamera Roma S.c.p.a. in liquidazione	€ 43.499
Fondazione per la Mobilità del Lazio	€ 80.000
<b>Totale</b>	<b>€ 8.978.100</b>