



Camera di Commercio
Roma



ASSET - CAMERA
Azienda Speciale

**BILANCIO DI PREVISIONE
PER L'ESERCIZIO
2016**

(Approvato nella riunione dell'O.d.A. del 03/12/2015)

Novembre 2015

BILANCIO DI PREVISIONE PER L'ESERCIZIO 2016

(novembre 2015)

RELAZIONE ILLUSTRATIVA

- Programma di attività
 1. Linee guida obiettivi e sintesi
 2. Azioni e progetti strategici
 3. Organizzazione dell'Azienda
 4. Le linee di attività
 5. Dettaglio delle voci di bilancio preventivo

- PREVENTIVO ECONOMICO 2016
 - Allegato "G" al preventivo economico 2016
 - Format economici esercizio 2016

Viene inoltre allegata la:

- Relazione del Collegio dei Revisori dei conti

BILANCIO DI PREVISIONE PER L'ESERCIZIO 2016
RELAZIONE ILLUSTRATIVA

Programma di attività

Il successo delle iniziative legate al programma di promozione dell'innovazione nel sistema imprenditoriale (Maker Faire 2015; digital innovation) ha portato ad un consolidamento del ruolo acquisito in questo campo dall'Azienda sia a livello locale che nazionale e internazionale.

Appare quindi prioritario concentrare sempre più la propria attività sull'obiettivo di accrescere le proprie competenze in funzione del proprio mandato istituzionale per cui l'azienda diventa **volano e promotore del potenziale di innovazione dell'area romana per i sistemi produttivi innovativi**.

La riduzione del contributo camerale, inoltre, ha portato l'Azienda a realizzare attività per conto terzi in misura crescente; tale attività verrà rafforzata nel corso dell'esercizio 2016.

ASSET, quindi, come strumento della Camera, porrà per l'esercizio 2016 la sua attività su **due livelli prioritari**:

- **esterno**: come ideatore e realizzatore di progetti per l'innovazione
- **interno**: come fornitore di servizi al sistema camerale per l'innovazione del sistema e del rapporto con le imprese

In tutti e due i livelli si individueranno le attività considerate essenziali per raggiungere tali obiettivi con risultati comunque consoni a quanto fin qui fatto.

L'obiettivo principale

L'obiettivo principale di ASSET-Camera, seguendo le indicazioni del Relazione previsionale e programmatica della Camera, è:

favorire l'innovazione nel mondo imprenditoriale e dare al Sistema Camerale visione e nuovi strumenti per aumentare la sua capacità di accompagnare le imprese nel raccogliere le sfide e le opportunità della fase economica e imprenditoriale, costruendo un nuovo modello del rapporto tra mondo camerale e impresa, innovando e semplificando procedure e modalità di tale rapporto.

In una fase, infatti, in cui si colgono primi segnali di uscita, seppure al momento parziale, dalla crisi è necessario "inventare" nuovi strumenti per accompagnare le imprese oltre gli orizzonti di breve periodo che hanno caratterizzato la loro attività nel periodo più critico, dando loro un senso e un respiro di lungo periodo.

Quindi il compito dell'azienda sarà quello di rafforzare ulteriormente la capacità, già riconosciuta, di promuovere nuove opportunità di impresa come quella del "digital manufacturing", consentendo ad una parte consistente del sistema imprenditoriale di ripensare al proprio posizionamento e di innovare sia in termini di prodotto che di processo.

Quindi strumenti per **l'innovazione**, per aumentare la **capacità di fare rete** e di **programmare il futuro d'impresa, individuando e sostenendo i nuovi paradigmi produttivi (makers, digital manufacturing, artigianato di innovazione, applicazioni digitali commerciali, start-up innovative)** sono i temi che maggiormente costituiranno la base dei progetti e delle attività di Asset nel futuro.

Importante a questo scopo sarà l'attivazione delle sinergie con le Istituzioni del territorio e con le rappresentanze del mondo imprenditoriale in modo da ampliare l'efficacia e l'ampiezza degli interventi e darsi una struttura adeguata a tali obiettivi.

Su questa base possono essere identificate le azioni strategiche e, sulla base di quanto detto in premessa, essenziali di Asset che nel contesto del più generale Programma di attività caratterizzeranno l'attività di ASSET nell'esercizio 2016:

1. **Azioni strategiche**

- *Mantenere i servizi essenziali che attualmente l'Azienda rende al Sistema camerale*
- *Sviluppare e diffondere la cultura dell'innovazione digitale e tecnologica nel mondo delle imprese*

2. Organizzazione dell'Azienda

Alla luce di quanto descritto come obiettivi prioritari e tenendo anche conto del processo di ristrutturazione del sistema delle aziende speciali in corso e dell'avvenuto passaggio del personale Promoroma ad Asset- Camera si rende necessaria una riorganizzazione della struttura aziendale, necessaria anche per allineare il Bilancio alla effettiva organizzazione. Di seguito la descrizione della riorganizzazione.

In relazione alla riallocazione del personale di Promoroma, a ottobre 2015 la Dotazione organica risultante dalla approvazione (Del. GC. 17/2015) della nuova configurazione è la seguente:

livello contrattuale	Dotazione org. approvata (DGC 17/15)
Dirigente	3
Quadro	10
I livello	10
II livello	11
III livello	8
IV livello	2
Red. Capo CCNL Giornalisti	1
Red.sen. CCNL Giornalisti	1
Totale	46

Tutti i posti previsti sono effettivamente occupati.

L'Azienda è attualmente localizzata in due sedi: Via Capitan Bavastro 116 e Piazza di Pietra 91.

All'Azienda si applicano le disposizioni contenute nell'art.14 della legge 135/2012 e nel comma 557 della L.147/2013 che riguardano le assunzioni e la gestione del personale, che prevedono l'assimilazione alla normativa in vigore per le Camere di Commercio, fatta salva l'applicazione del vigente Contratto Nazionale di Lavoro.

L'Azienda è attualmente strutturata in cinque linee di attività, Direzione Generale e Direzione Operativa.

Alla Direzione Generale fanno riferimento le funzioni di staff: *controllo di gestione, gestione del personale, progetti speciali e le linee di attività.*

Le linee di attività sono:

- **A - Comunicazione:** gestire e promuovere l'immagine istituzionale del sistema camerale; migliorare la conoscenza dei servizi offerti e delle iniziative realizzate sull'evoluzione delle dinamiche del mondo imprenditoriale; l'organizzazione di eventi
- **B - Ufficio stampa:** gestire le relazioni e il contatto con i media del sistema camerale; raccogliere ed evidenziare la presenza sulla stampa del sistema camerale; supportare il sistema camerale monitorando, attraverso le fonti informative, le principali notizie economiche e imprenditoriali; curare la redazione degli strumenti informativi
- **C - Marketing dei servizi camerale:** iniziative per la erogazione di servizi attraverso tecnologie web; gestione, anche interattiva, e coordinamento dei progetti e delle iniziative di innovazione web based
- **D - Marketing territoriale e dei servizi innovativi:** azioni per migliorare l'attrattività del territorio di riferimento; servizi per le organizzazioni di rappresentanza del mondo imprenditoriale; l'innovazione, lo start-up e i servizi innovativi per la competitività delle imprese
- **E - Servizi di tessuto e di contesto:** monitoraggio ed analisi del tessuto e delle tendenze

del sistema imprenditoriale territoriale; progetti e servizi per la qualità e la sostenibilità dello sviluppo economico; valorizzazione dei data-base camerale; servizi e iniziative per la semplificazione; la partecipazione a progetti con fondi europei

Alla Direzione Operativa fanno riferimento le funzioni di: *affari generali, legali e societari; ufficio tecnico e acquisti generali; amministrazione; sistemi informativi aziendali; segreteria generale.*

In funzione delle priorità e delle azioni strategiche delineate al punto 1. si propone una **nuova organizzazione**:

- Direzione generale (DG)
- Direzione operativa (DO)
- Funzioni di staff della DG (Controllo di gestione, Gestione del personale, Segreteria); alla Direzione Generale afferisce anche l'Ufficio Stampa e l'Ufficio New Business, Formazione e Qualità e l'Ufficio Studi e Analisi territoriali
- Funzioni operative (Affari legali, societari e contrattualistica; Amministrazione; Sistemi informativi aziendali; Ufficio tecnico e acquisti generali)
- Area 1 - Servizi camerale e per i progetti aziendali (Linea B – Siti e servizi camerale web based, servizi tecnologici eventi; Linea C – Comunicazione e promozione/Gestione sale)
- Area 2 – Progetti per l'innovazione (Linea D - Produzione operativa; Linea E - Servizi tecnici e marketing eventi/ Progetti europei)

In allegato A il funzionigramma.

Di seguito una breve descrizione delle attività della nuova organizzazione:

Ufficio stampa: gestire le relazioni e il contatto con i media del sistema camerale; raccogliere ed evidenziare la presenza sulla stampa del sistema camerale; supportare il sistema camerale monitorando, attraverso le fonti informative, le principali notizie economiche e imprenditoriali; curare la redazione degli strumenti informativi

Ufficio New Business, Formazione e Qualità: ideare e gestire iniziative per lo sviluppo di nuove linee di attività dell'azienda; iniziative per la promozione e valorizzazione del territorio anche attraverso strumenti di partenariato pubblico privato; gestire la formazione del personale e le certificazioni di qualità aziendali.

Area 1 - Servizi camerale e per i progetti aziendali

- Linea A – *Siti e servizi camerale web based, servizi tecnologici eventi:* iniziative per la erogazione di servizi attraverso tecnologie web; gestione, anche interattiva, e coordinamento dei progetti e delle iniziative di innovazione web based
- Linea B - *Comunicazione e promozione/Gestione sale:* promuovere l'immagine istituzionale del sistema camerale; migliorare la conoscenza dei servizi offerti e delle iniziative realizzate sull'evoluzione delle dinamiche del mondo imprenditoriale; promuovere gli eventi organizzati dall'azienda; gestire i social media aziendali; con delibera no. 17 del 9 Febbraio 2015 la Giunta Camerale ha affidato ad Asset Camera la gestione delle sale di proprietà della Camera, in particolare la Sala del Tempio di Adriano, la Sala Giunta e la Sala Consiglio. In queste sale possono svolgersi eventi anche di soggetti terzi.

Area 2 – Progetti per l'innovazione

- Linea C - *Produzione operativa:* gestire gli aspetti operativi e le procedure organizzative di eventi, in particolare della Maker Faire (selezione dei partecipanti, gestione organizzativa dei contenuti)
- Linea D - *Servizi tecnici e marketing eventi – Progetti europei:* coordinare i servizi tecnici e di supporto per la realizzazione degli eventi; coordinare e realizzare l'attività di marketing per la ricerca e la gestione di partner per gli eventi; ideare e partecipare

alla realizzazione di progetti europei cofinanziati, sia diretti che indiretti, sui temi d'interesse aziendale;

Sulle iniziative sarà anche attivata una ricerca di partecipazioni economiche di altri soggetti istituzionali e privati interessati a portare avanti le iniziative elencate.

Le risorse economiche sono allocate e suddivise per area e sono indicate nello schema e nei format economici annessi a questo documento.

Ogni area rappresenta un "progetto" ed è strutturata per linee di attività; nel Programma di attività per ogni linea è contenuta una descrizione delle attività e l'indicazione dell'importo dei costi diretti da sostenere per quella iniziativa, ovviamente nei limiti dell'importo complessivo previsto per questa voce nei format di area; all'interno del limite per area è possibile, se necessario, spostare risorse da una linea all'altra.

In questa maniera, conservando i limiti e le prescrizioni statutarie e normative è possibile conservare la flessibilità necessaria ad adeguare l'azione dell'Azienda per meglio indirizzarla al raggiungimento degli obiettivi dati.

In particolare le linee di attività sono definite secondo lo schema adottato, come attività di tipo "commerciale" e in quanto tali soggette alla ritenuta del 4% se contenute nel programma di attività o all'IVA del 22% se riferite ad attività per cui risulta un affidamento specifico o se svolte per soggetti esterni (art. 24 Reg. di Organizzazione).

Le iniziative inserite nel Programma sono spesso "labour intensive", prevedono cioè un impiego significativo di personale interno direttamente impegnato sui progetti, in particolare sulla linee di attività A e per l'Area 1.

Nel caso di iniziative non previste nel Programma di attività o ad esso non riconducibili, queste saranno avviate portandole nelle forme e nelle procedure previste dal Regolamento di Organizzazione e dai Regolamenti aziendali all'approvazione dell'Organo di Amministrazione e/o degli organi camerali.

Nel corso dell'esercizio 2016 si continuerà inoltre nella politica di attenzione alla valorizzazione e formazione di nuove competenze del personale.

3. Le aree e le linee di attività

Di seguito una descrizione delle attività derivanti dalla nuova organizzazione con l'indicazione dei costi diretti esterni.

Ufficio Stampa

Obiettivi

L'ufficio stampa è impegnato a dare il più ampio risalto, in termini informativi, alle diverse iniziative del sistema camerale romano (CCIAA Roma e Aziende speciali) a supporto del tessuto produttivo locale e non solo. L'ufficio stampa, in particolare, cura e gestisce le relazioni con i vari media e ha il compito di garantire che gli organi di informazione abbiano una esauriente e corretta conoscenza del sistema camerale romano, dei suoi scopi e delle sue molteplici attività.

Descrizione delle attività

Pur con un forte ridimensionamento rispetto a quanto previsto nel precedente esercizio, verrà garantito comunque il servizio di monitoraggio della stampa e audio-video, di rassegna stampa e le attività svolte con personale interno.

Indicazione dei costi diretti esterni:

Uff. Stampa		<i>Abbonamento ad agenzie di stampa</i>	20.000
		<i>Rassegna stampa e monit. audio-video</i>	65.000
		<i>Ricezione quotidiani</i>	5.000
		totale	90.000

I costi sono IVA esclusa per le iniziative affidate e IVA inclusa per i progetti contenuti nel programma di attività.

Ufficio New Business, Formazione e Qualità

Obiettivi

Ideare e gestire iniziative per lo sviluppo di nuove linee di attività dell'azienda; iniziative per la promozione e valorizzazione del territorio anche attraverso strumenti di partenariato pubblico privato; gestire la formazione del personale e le certificazioni di qualità aziendali.

Descrizione delle attività

Saranno ideati ed elaborati progetti per lo sviluppo di nuove tipologie di attività aziendali (business development) che si basino sia sulle vocazioni del territorio sia sui risultati dell'azienda.

L'Ufficio si occuperà inoltre di elaborare e realizzare programmi di formazione e qualificazione del personale, di gestire il sistema di qualità aziendale.

Indicazione dei costi diretti esterni dell'Ufficio New Business, Formazione e Qualità:

Uff. New Business, Form., Qualità		Formazione, sicurezza e qualità	20.000
		New Business	20.000
		totale	40.000

I costi sono IVA esclusa per le iniziative affidate con corrispettivo e IVA inclusa per le altre iniziative.

AREA 1 – SERVIZI CAMERALI E PER I PROGETTI AZIENDALI

Linea A – Siti e servizi camerali web based, servizi tecnologici eventi

Obiettivi della linea di attività

L'obiettivo della linea di attività Siti e servizi camerali è quello di valorizzare i servizi istituzionali e i progetti tematici del sistema camerale romano in particolare attraverso il loro sviluppo in chiave web, al fine di:

- Semplificare il rapporto tra le imprese e l'istituzione
- Supportare il sistema camerale nello svolgimento della propria attività istituzionale

Descrizione delle attività

Questa linea riguarda l'attività di manutenzione e mantenimento dell'hosting del portale della CCIAA, dei siti delle altre aziende speciali e del CRM con le imprese, attività che vengono svolte da Asset come servizio alla Camera stessa. Inoltre garantisce il supporto di coordinamento delle competenze e dei servizi tecnologici necessari per la realizzazione di eventi.

Linea B – Comunicazione, promozione e gestione sale

Obiettivi della linea di attività

L'obiettivo della linea nella sua funzione più ampia è quello di valorizzare i servizi istituzionali e i progetti tematici del sistema camerale romano presso i target di riferimento (imprese, shareholders, stakeholder) al fine di posizionare la Camera di Commercio di Roma come l'Istituzione territoriale più vicina al mondo dell'imprenditoria per efficacia ed efficienza. L'obiettivo principale per l'esercizio sarà quello di accompagnare le iniziative principali dell'Azienda in funzione del suo mandato sull'innovazione.

Altro compito di rilievo sarà, inoltre, quello di gestire, su mandato della Camera, le sale disponibili per eventi, seminari, conferenze su richiesta di enti pubblici e privati.

Descrizione delle attività

Le attività della linea saranno rivolte alla comunicazione istituzionale della Camera e ad una intensa attività di promozione degli interventi aziendali in particolare di quelli che ricadono nella priorità “innovazione”.

Asset-Camera ha, sulla base della delibera no. 17/2015 della Giunta Camerale, in gestione le seguenti sale:

- Sala del Tempio di Adriano
- Sala del Consiglio Camerale
- Sala della Giunta Camerale

Queste sale, quando non impegnate in attività camerale, possono essere date in uso a soggetti pubblici e privati che ne facciano richiesta secondo un regolamento approvato dalla Giunta camerale.

Di seguito i costi diretti esterni dell'AREA 1.

Area 1	A.1	Attività strutturali: Gestione e manutenzione applicativi e siti CCIAA	65.000
	A.2	CRM CCIAA	5.000
	B.1	Promozione progetti aziendali	220.000
	B.2	Comunicazione istituzionale e analisi media	20.000
	B.3	Gestione sale	200.000
	totale		

I costi sono IVA esclusa per le iniziative affidate con corrispettivo e IVA inclusa per le altre iniziative.

AREA 2 – PROGETTI PER L'INNOVAZIONE

Il successo delle iniziative portate avanti nell'ambito del Progetto Innovazione ha portato l'Azienda, seguendo le linee di indirizzo che le sono state date dalla Camera, a essere punto di riferimento per la “comunità” dell'innovazione tecnologica e digitale di impresa a livello romano e nazionale, con significativi riconoscimenti internazionali.

Per questo occorre rafforzare la capacità di Asset di fare rete tra tutte le esperienze –numerose– che sono l'humus per una evoluzione del sistema imprenditoriale del nostro territorio.

L'Area è quindi un contenitore di iniziative per la diffusione dell'innovazione. Si tratta di un complesso di eventi che fanno il punto della situazione sulla innovazione nel campo tecnologico; sono eventi (“**Percorsi di innovazione digitale**”) che nel corso dell'anno serviranno a rafforzare il ruolo di Asset e quindi del sistema camerale, come propulsore della cultura dell'innovazione imprenditoriale e che potranno anche essere svolti in partnership con altre istituzioni o soggetti significativi del settore (p.es. Innovation Day; Codemotion, altri) e in concomitanza con altre iniziative di Asset.

L'esperienza dell'edizione del 2015 della Maker Faire con oltre 100.000 visitatori e 700 espositori da tutto il mondo; partner importanti come Intel, Unidata, Atmel, Microsoft, StMicroelectronics, ENI, Vodafone, Telecom Italia e Arduino; la presenza delle principali Università di Roma, del Politecnico di Milano e di altre università italiane, dello IED; decine di speaker di livello internazionale, ma soprattutto la presenza di decine di giovani imprenditori che scommettono sul loro futuro, hanno fatto della **Maker Faire Rome** uno dei momenti centrali internazionali dell'innovazione tecnologica e imprenditoriale assumendo il carattere di una vera e propria “fiera dell'innovazione”.

Di seguito la descrizione delle attività previste in quest'area:

Linea C – Produzione operativa

Obiettivi della linea di attività

L'obiettivo della Linea E "Produzione operativa" è quello di mettere in opera gli strumenti per la produzione dei contenuti delle attività per l'innovazione (in particolare Maker Faire) e degli eventi collegati.

Descrizione delle attività

Si tratta di ideare e realizzare gli strumenti per:

- La selezione dei progetti da ospitare sui temi individuati per la manifestazione (p.es. makers, scuole, artigiani)
- La costruzione dei data-base di riferimento
- L'individuazione delle necessità tecniche correlate
- La relazione con i partecipanti non professionali (p.es. makers, scuole, artigiani)

Linea D – Servizi tecnici e marketing eventi – Progetti europei

Obiettivi della linea di attività

L'obiettivo della linea è quello di:

- ideare, coordinare e gestire gli strumenti tecnici e di marketing per la realizzazione delle attività e degli eventi sul tema dell'innovazione.
- ideare e partecipare alla realizzazione di progetti europei cofinanziati, sia diretti che indiretti, sui temi d'interesse aziendale

Descrizione delle attività

Si tratta di:

- gestire la progettazione e la realizzazione degli allestimenti, degli strumenti e dei servizi tecnici, organizzativi e di supporto per l'area espositiva degli eventi (in particolare Maker Faire).
- coordinare e realizzare l'attività di marketing per la ricerca e la gestione di partner per gli eventi;
- partecipare a progetti europei o con riferimenti europei (p.es. Premio Impresa Ambiente – European Business Award for Environment) sui temi delineati dal Programma di attività, con particolare riferimento all'innovazione imprenditoriale, alla sostenibilità e allo scambio di best practices.

Di seguito i costi diretti esterni dell'**AREA 2**:

Area 2	1.	Maker Faire Rome 2016	1.980.000
	2.	Percorsi di innovazione digitale	145.000
	3.	Progetti europei	40.000
		Tot.	2.165.000

I costi sono IVA esclusa per le iniziative affidate con corrispettivo e IVA inclusa per le altre iniziative.

Servizi aziendali (*funzionamento e costi indiretti*)

Servizi aziendali

Sono i servizi “strutturali” e di funzionamento interno e riguardano funzioni come la segreteria, l’amministrazione, la gestione del personale, degli acquisti, della logistica, il controllo di gestione.

Le risorse economiche necessarie per questa linea costituiscono i costi indiretti delle altre linee di attività e in questo senso sono allocate all’interno delle risorse destinate a queste.

In particolare nell’esercizio si darà corso alla implementazione di un sistema gestionale aziendale.

Di seguito viene riportato un dettaglio esplicativo delle principali poste di bilancio previsionale con indicate le variazioni.

5. Dettaglio delle voci di bilancio preventivo

Il Bilancio di previsione 2016 è redatto in base alle norme contenute nel Titolo X del D.P.R. 254/2005 e alla circolare del Ministero dello Sviluppo Economico n. 3612 del 26/07/2007.

Sulla base di quanto descritto nel prosieguo si ottiene una previsione in pareggio.

Nella preparazione del Bilancio di Previsione si è tenuto conto delle indicazioni della Camera di Commercio conseguenti alla contrazione di risorse prevista per il 2016 in relazione alla normativa che ha ridotto il diritto camerale.

Il **volume di attività** dell'esercizio 2016, come descritto in dettaglio nel Programma di Attività, risulta previsto in € 6.421.000.

I **RICAVI** sono così suddivisi:

- Proventi da servizi: € 3.360.000; si tratta delle attività che vengono svolte dall'Azienda per conto di Enti e/o Aziende esterni alla Camera di Commercio o che, pur svolte per la Camera di Commercio di Roma, sono considerabili tali ai sensi della citata circolare del Ministero dello Sviluppo Economico.

Di seguito lo schema che riporta il dettaglio dei ricavi previsti:

<i>OGGETTO</i>		<i>Importo IVA escl.</i>
AREA 1		
C3 (Gestione sale)	Contributi da privati ed Enti	310.000
		310.000
AREA 2		
Area 2 (MFR16, Percorsi di innovazione, prog. europei)	Contributi da privati ed Enti	3.010.000
		3.010.000
Uff. New Business, Formaz. Qualità	Contributi da privati ed Enti	40.000
Totale Area 3		40.000
TOTALE		3.360.000

- Interessi attivi: € 4.000. Gli interessi attivi sono riferiti ai depositi bancari.
- Contributo CCIAA per iniziative programma di attività: € 3.057.000 .

Per quanto riguarda i **COSTI**, nello schema sono suddivisi in Costi di struttura e Costi istituzionali.

I costi di struttura prevedono :

- Organi statutari:.....€ 25.000
- Personale:.....€ 3.040.000
- Costi di funzionamento:.....€ 544.000
- Ammortamenti e accantonamenti:.... € 7.000

La spesa per Organi statutari riguarda i compensi e i gettoni di presenza per il Collegio dei revisori e i gettoni di presenza per i Consiglieri per i quali non sono previsti compensi.

La spesa per il personale comprende le retribuzioni lorde ed i vari contributi di legge e/o contrattuali del personale dipendente. Le altre voci sono: lavoro straordinario, missioni non comprese nei format di progetto, incentivazioni, altri costi collegati al personale.

L'esercizio 2016 sarà il primo con il costo del personale ex Promoroma calcolato per intero.

Si fa presente che all'Azienda si applicano le disposizioni contenute nell'art.14 della legge 135/2012 e nel comma 557 della L.147/2013 che riguardano le assunzioni e la gestione del personale, che prevedono l'assimilazione alla normativa in vigore per le Camere di Commercio,

fatta salva l'applicazione del vigente Contratto Nazionale di Lavoro.

I costi di funzionamento sono i costi necessari al normale esercizio dell'attività aziendale:

- € 410.000 relativi alle prestazioni di servizi, che concernono i servizi tecnici non riconducibili a competenze interne, di supporto regolare e cioè: gestione specialistica fiscale ed amministrativa, eventuali spese legali, paghe e contributi, attività di formazione, D.Lgs. 81/2008, assistenza informatica, oneri telefonici, oneri assicurativi, contributo per Associazione dipendenti CCIAA e Aziende Speciali, buoni pasto, oneri per manutenzione, spese gestione locali, oneri postali e oneri vari di funzionamento uffici.
- € 9.000 relativi al godimento beni di terzi, cioè affitti passivi e canoni leasing.
- € 125.000 relativi agli oneri diversi di gestione, che concernono gli oneri per acquisto materiali di consumo, imposte e tasse.

Ammortamenti e accantonamenti rappresentano la quota annuale della ripartizione pluriennale del costo dei beni strumentali e sono così suddivisi:

- € 3.000 per immobilizzazioni immateriali
- € 4.000 per immobilizzazioni materiali. La differenza è dovuta a minori acquisti e al termine dei periodi di ammortamento di alcuni beni.

Per quanto riguarda la copertura dei costi strutturali (come definiti nell'art. 65.2 del DPR 254/05 e nella Circ. 3612 del MSE del 26.07.07) con risorse proprie, viene prevista la totale copertura dei costi (anche nel 2015 la copertura dei costi è stata totale); la copertura è data dai seguenti parametri: risorse proprie 3.360.000; costi strutturali complessivi 1.630.415 (così ripartiti: 25.000 per organi statutari; 544.000 per spese di funzionamento; 7.000 per ammortamenti; 866.000 per personale indiretto).

I costi istituzionali per progetti e iniziative prevedono un impegno di € 2.805.000.

Per la descrizione delle attività e la definizione dei Costi diretti esterni per singola area/linea di attività confrontare il Programma.

I costi per iniziative contenute nel programma di attività riguardano i costi diretti esterni da sostenere e comprendono l'acquisto di beni e servizi necessari alla realizzazione delle stesse attività e che non trovano riscontro nelle competenze interne all'Azienda.

Il **totale a pareggio dei costi** per l'esercizio 2016 è previsto in € 6.421.000.

ASSET-Camera

Il Presidente