



Camera di Commercio
Roma



AGRO CAMERA
Azienda Speciale

BILANCIO PREVENTIVO 2022

VOCI DI COSTO/RICAVO	VALORI COMPLESSIVI		Quadro di destinazione programmatica delle risorse					
	PRECONSUNTIVO AL 31.12.2021	PREVENTIVO ANNO 2022	SERVIZI PER LE IMPRESE	QUALITA AGROALIMENTARE	EDUCAZIONE ALIMENTARE	SOSTENIBILITA E TRANSIZIONE VERDE	SERVIZI PER IL TERRITORIO	TOTALE
A) RICAVI ORDINARI								
1) Proventi da servizi	216.220,00	91.500,00	11.500,00	15.000,00			65.000,00	91.500,00
2) Altri proventi o rimborsi	12.165,00	2.500,00					2.500,00	2.500,00
3) Contributi da organismi comunitari								-
4) Contributi regionali o da altri enti pubblici	142.085,00	260.000,00	16.000,00	60.000,00	100.000,00	24.000,00	60.000,00	260.000,00
5) Altri contributi								
6) Contributo della Camera di Commercio	836.000,00	836.000,00	215.000,00	211.000,00	220.000,00	190.000,00		836.000,00
Totale (A)	1.206.470,00	1.190.000,00	242.500,00	286.000,00	320.000,00	214.000,00	127.500,00	1.190.000,00
B) COSTI DI STRUTTURA								
7) Organi istituzionali	45.000,00	45.000,00	21.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	-	45.000,00
a) collegio revisori e OdA		23.000,00						
b) deputazione e comitato Borsa Merci		22.000,00						
8) Personale:	698.000,00	698.000,00	168.000,00	180.000,00	185.000,00	150.000,00	15.000,00	698.000,00
a) competenze al personale		455.000,00						
b) oneri sociali		198.000,00						
c) accantonamenti al T.F.R.		35.000,00						
d) altri costi		10.000,00						
9) Funzionamento:	125.000,00	125.000,00	35.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	-	125.000,00
a) prestazione servizi		112.000,00						
b) godimento di beni di terzi		3.000,00						
c) oneri diversi di gestione		10.000,00						
10) Ammortamenti e accantonamenti:	8.000,00	10.000,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	-	10.000,00
a) immobilizzazioni immateriali		-						
b) immobilizzazioni materiali		10.000,00						
c) svalutazione crediti		-						
d) fondi rischi ed oneri		-						
Totale (B)	876.000,00	878.000,00	226.500,00	220.500,00	225.500,00	190.500,00	15.000,00	878.000,00
C) COSTI ISTITUZIONALI								
11) Spese per progetti e iniziative	330.470,00	312.000,00	16.000,00	65.500,00	94.500,00	23.500,00	112.500,00	312.000,00
Totale (C)	330.470,00	312.000,00	16.000,00	65.500,00	94.500,00	23.500,00	112.500,00	312.000,00
Totale Costi (B+C)	1.206.470,00	1.190.000,00	242.500,00	286.000,00	320.000,00	214.000,00	127.500,00	1.190.000,00

RELAZIONE AL PREVENTIVO ECONOMICO DI AGRO CAMERA PER L'ANNO 2022

Il Preventivo economico per l'anno 2022, strutturato come budget di Azienda, va esaminato alla luce del Regolamento di Organizzazione approvato dalla Giunta Camerale e del Programma di attività la cui realizzazione è prevista nel 2022.

Si precisa che lo stesso è stato redatto in conformità alle norme contenute nel Titolo X, relativo alle Aziende Speciali, del Regolamento concernente la disciplina della gestione patrimoniale e finanziaria delle Camere di Commercio, approvato con Decreto del Presidente della Repubblica 2 novembre 2005, n. 254, e della relativa circolare n. 3612 del 26 luglio 2007 del Ministero dello Sviluppo Economico.

Nel complesso, le previsioni per il 2022 si possono così riassumere:

A)		RICAVI ORDINARI:		
	1)	Proventi da servizi	€	91.500,00
	2)	Altri proventi o rimborsi	€	2.500,00
	3)	Contributi da organismi comunitari	€	0,00
	4)	Contributi regionali o da altri enti pubblici	€	260.000,00
	5	Altri contributi	€	0,00
	6)	Contributo della Camera di Commercio	€	836.000,00
		TOTALE (A)	€	1.190.000,00
B)		COSTI DI STRUTTURA:		
	7)	Organi istituzionali	€	45.000,00
	8)	Personale	€	698.000,00
	9)	Funzionamento	€	125.000,00
	10)	Ammortamenti e accantonamenti	€	10.000,00
		TOTALE (B)	€	878.000,00
C)		COSTI ISTITUZIONALI:		
	11)	Spese per progetti e iniziative	€	312.000,00
		TOTALE (C)	€	312.000,00
		TOTALE A PAREGGIO	€	1.190.000,00

Passando all'esame delle singole voci, si evidenzia quanto segue:

RICAVI

A - RICAVI ORDINARI

Il totale complessivo del Cap. A è di € 1.190.000,00 così ripartito:

Cap. A.1 - Proventi da servizi

Nel capitolo figurano € 91.500,00 relativi sia ai diritti e rimborsi corrisposti dagli operatori della Borsa Merci di Roma come canone per la propria postazione di lavoro, sia alle entrate derivanti da terzi, per attività comunque coerenti con gli obiettivi del proprio programma di attività e per le quali l'Azienda provvederà ad emettere fattura. L'importo appostato è il risultato di una stima prudenziale degli incarichi per i quali sono già stati avviati dei contatti preliminari pur non essendo ancora stato adottato un impegno formale da parte di terzi.

Negli anni precedenti, tale dato veniva comunque contenuto in funzione degli obiettivi affidati dalla Camera e legati prioritariamente ad una attività di supporto tecnico dell'Azienda stessa all'interno del sistema. Per l'anno in esame si prevede di perseguire in modo costante l'impegno finalizzato all'incremento progressivo della voce, tenuto conto degli obiettivi evidenziati nel decreto legislativo adottato il 25 agosto 2016 in attuazione della delega di cui all'articolo 10 della legge 7 agosto 2015, n.124, per il riordino delle funzioni e del finanziamento delle Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura. Nello specifico, il provvedimento prevede un piano di razionalizzazione, in un'ottica di efficientamento, di efficacia e di riforma della 'governance' delle Camere di Commercio che investe anche il sistema delle aziende speciali nel senso di un orientamento sempre maggiore in funzione dei principi di mercato. Ciò comporta l'esigenza di acquisire risorse da soggetti terzi per lo svolgimento di iniziative e progetti per garantire all'Azienda una più incisiva operatività, naturalmente sempre salvaguardando l'obiettivo di fondo collegato alla propria mission che è quello di essere struttura di supporto al sistema imprenditoriale del settore agroalimentare.

Cap. A.2 - Altri proventi o rimborsi

Il totale è di € 2.500,00. Tale somma si riferisce agli interessi attivi sul conto corrente bancario che derivano da una stima di massima basata sul tasso di interesse praticato nel 2022 che è pari a circa lo 0,01% lordo annuo e da eventuali sopravvenienze attive.

Cap. A.4 - Contributi regionali o da altri enti pubblici

In questa voce di bilancio figura il contributo di ARSIAL, l'Agenzia Regionale per lo Sviluppo e Innovazione Agricoltura del Lazio, per un totale di € 200.000,00, oltre al valore del progetto Food Innovation Hub con Lazio Innova per € 60.000,00. Il primo importo si riferisce alla convenzione con l'Agenzia regionale, proseguendo la proficua collaborazione pluriennale, mentre il secondo importo è relativo all'accordo in essere con l'Agenzia regionale per l'innovazione.

Cap. A.6 - Contributo della Camera di Commercio (€ 836.000,00)

In questo capitolo figura il finanziamento per lo svolgimento del programma di attività previsto per l'anno 2022. La necessità di un costante orientamento verso la prestazione di servizi in favore di terzi, enfatizzato anche dalle funzioni indicate dall'art. 2 del Decreto legislativo 219 per le Camere di Commercio, porta l'Azienda Speciale a definire un programma di attività particolarmente proiettato a sviluppare sistemi tecnici ad alto valore aggiunto, a supporto del sistema istituzionale ed imprenditoriale del territorio, ed alla conseguente relativa imputazione percentuale dei propri costi di struttura.

La ripartizione programmatica tra le diverse attività sulla base di una schematizzazione per macro settori della somma in questione, è riportata nella tabella economica Allegato G.

COSTI

B - COSTI DI STRUTTURA

Il totale del Cap. B è di € 878.000,00 così dettagliato:

Cap. B.7 - Organi istituzionali

Il totale del capitolo, pari a € 45.000,00 si riferisce ai compensi previsti per gli organi collegiali dell'Azienda adeguati sulla base del disposto delle deliberazioni del Consiglio camerale n.3 del 25 febbraio 2013 e n.15 del 15 aprile 2016, ridotti all'importo unitario di € 30,00, relativi ai componenti degli organismi di Borsa: Deputazione (7 componenti effettivi) organismo di vigilanza che si riunisce in caso di necessità e Comitato di Listino (19 componenti) incaricato di aggiornare il Listino settimanale (48 sedute medie annue).

Questo il dettaglio delle voci:

Presidente e Vice Presidente - € 0

Collegio dei Revisori dei Conti - € 18.000,00

Gettoni di presenza organi statutari - € 0

Spese per missioni organi statutari - € 500,00

Assicurazione organi statutari - € 4.500,00

Tale polizza assicurativa è prevista per coprire eventuali responsabilità patrimoniali per colpa lieve dei componenti dell'Organo di Amministrazione dell'Azienda stessa.

Deputazione e Comitato di listino Borsa Merci - € 22.000,00

Cap. B.8 - Costo del personale

Il totale del capitolo è pari a **€ 698.000,00**.

La stima è stata effettuata - considerando anche gli automatismi contrattuali - sulla base di un organico di 9 unità e considerando la richiesta di proroga del part time da parte di una dipendente. Nell'articolo, oltre al costo degli stipendi, è inserita la previsione dell'incentivo riconosciuto al personale in servizio attivo, in relazione all'andamento aziendale. Il valore di tale incentivo è stabilito con un tetto di € 27.760,00 per il Direttore ed in € 30.000,00 per il restante personale. L'articolazione delle voci di costo di dettaglio del capitolo in questione è la seguente: B.7/a, competenze al personale, B.7/b oneri sociali e B.7/c accantonamenti T.F.R.

Nella voce B.7/d - Altri costi - sono inserite le spese riconducibili alla gestione del personale come ad esempio ad oneri assicurativi, di formazione, spese di trasferta al di fuori di quelle previste nell'ambito di specifici progetti in corso di attuazione.

Cap. B.9 - Spese di funzionamento

Il totale del capitolo è pari a **€ 125.000,00** confermando l'impegno al contenimento degli anni precedenti che ha prodotto risparmi importanti (-25% dal 2016). Sono inserite le spese per consulenza e gestione fiscale, spese legali, paghe e contributi, sicurezza sul lavoro e per gli adempimenti connessi al tema privacy, per € 15.000,00.

Acquisto buoni pasto - € 12.000,00.

Acquisto materiali e consumi per il funzionamento - € 3.000,00.

Utenze e servizi intestati Agro Camera - € 20.000,00. Nel presente articolo trovano collocazione le spese riconducibili ai contratti Agro Camera relativi alle sedi affidate per attività ed alla gestione dei siti web.

Utenze e servizi intestati Camera Commercio - € 38.000,00. Nel presente articolo trovano collocazione le spese riconducibili ai contratti relativi alle sedi affidate per attività, come pulizia, vigilanza, riscaldamento e assicurazioni che per ragioni amministrative debbono essere intestati all'Ente Camerale in quanto calcolate in quota parte rispetto a contratti di appalto generali. L'Azienda come

noto ha sede in Via dell'Umiltà 48, gestisce il Centro Servizi in P.zza Sant'Ignazio e la Borsa Merci di Roma che si trova nello stabile di Via Capitan Bavastro 116.

Manutenzione ordinaria attrezzature - € 7.000,00. Importo destinato alla manutenzione di attrezzature proprie ed anche alla manutenzione delle attrezzature date in uso dalla Camera.

Manutenzione informatica - € 14.000,00. In tale articolo trovano collocazione i fondi necessari alla manutenzione hardware e software delle attrezzature informatiche presenti nelle sedi aziendali e dei programmi gestionali amministrativi e della Borsa Merci.

Spese di rappresentanza - € 1.000,00.

Altri costi e spese - € 2.000,00.

Godimento di beni di terzi - € 3.000,00. Importo destinato al leasing della fotocopiatrice aziendale e all'eventuale noleggio di attrezzature di uso specifico dell'Azienda.

Imposte e tasse - € 10.000. Tale valore si riferisce per la quasi totalità alle imposte Irap e Ires.

Cap. B.10 - Ammortamenti e accantonamenti

In tale capitolo rientrano gli ammortamenti per immobilizzazioni materiali per € 10.000,00.

Sulla base dei criteri di valutazione esposti nella circ. n. 3612/C del 26/7/2007 richiamata in premessa, si segnala che i costi di struttura sono coperti per intero da entrate proprie, e che i ricavi potranno aumentare per effetto degli incarichi esterni che -ragionevolmente- l'Azienda potrebbe acquisire in corso d'anno.

In considerazione della scelta di fondo adottata dall'Azienda di strutturare un organico fortemente orientato per capacità ed esperienze alle attività di progettazione e produzione, il rapporto tra personale direttamente impegnato sui progetti (con conseguente risparmio nell'attivazione di collaborazioni esterne e contratti di servizi) e personale dedicato completamente al funzionamento interno dell'Azienda è di 6 a 2 (Amministrazione e Segreteria). Nel caso della figura del Direttore Generale, che è in misura prevalente dedicata all'attività di progettazione e coordinamento progettuale, di solito viene considerata una percentuale del costo complessivo a carico delle spese generali di funzionamento, in rapporto al rispettivo impegno per seguire gli affari generali aziendali. La stima dei costi di struttura così intesi è indicata per il 2022 nel valore di € 350.000,00.

La suddetta stima si basa sulle seguenti voci:

- Organi Istituzionali per complessivi € 45.000,00;
- Ammortamenti pari ad € 10.000,00;
- Costo del personale, per la parte corrispondente ad attività non imputabili alla realizzazione di progetti (quali segreteria, amministrazione, procedure interne, sviluppo di nuove attività, aggiornamento e formazione interna) per un valore di € 180.000,00;
- Costi di funzionamento, calcolando in questa sezione l'Irap, le utenze fisse, le polizze assicurative per gli uffici, le consulenze legali fiscali e per paghe e contributi, e l'assistenza hardware e software per circa € 115.000,00.

C - COSTI ISTITUZIONALI

Il totale del **Cap. C.11** è di **€ 312.000,00**, e si riferisce alle spese necessarie (costi diretti esterni) alla realizzazione delle iniziative e dei progetti inseriti nel programma di attività aziendale, spese coperte interamente dalle entrate per ricavi esterni.

Il bilancio si conclude con un totale a pareggio di € 1.190.000,00.

Il Direttore Generale
(Dr. Carlo Hausmann)

FIRMATO



PROGRAMMA DI ATTIVITA'

2022

PROGRAMMA di ATTIVITA' 2022

Le linee del programma 2022

Il programma di attività dell'Azienda Speciale si basa sull'inquadramento introdotto dall'art. 10 della legge 7 agosto 2015, n. 124 (Riorganizzazione delle amministrazioni pubbliche) per l'intero sistema camerale e dal Decreto legislativo 25 novembre 2016, n. 219 (pubblicato in Gazzetta Ufficiale n. 276 del 25/11/2016) che ha modificato la legge 580/93.

Su queste basi e in considerazioni del successivo Decreto del Ministero dello Sviluppo Economico del 7 marzo 2019, le Camere di Commercio sono chiamate ad assolvere a funzioni strategiche in tema di digitalizzazione, orientamento e formazione, valorizzazione del turismo e del patrimonio culturale. Gran parte delle azioni e dei progetti aziendali sono riconducibili agli ambiti prioritari di intervento a proposito delle funzioni descritte all'art 2 della legge:

- valorizzazione delle risorse turistiche del territorio attraverso i beni culturali e le eccellenze produttive,
- realizzazione di iniziative a sostegno dello sviluppo di impresa,
- qualificazione delle imprese e delle filiere attraverso seminari informativi ed altre tipologie di eventi.

Agro Camera ha già positivamente sperimentato un percorso di attività incentrato sulle funzioni assegnate dalla norma e sulle tipologie di azioni strategiche descritte in particolare nella tabella 2 allegata al citato decreto ministeriale e si propone quindi per il 2022 di confermare gli obiettivi generali del programma di attività aziendale, modificandone alcuni aspetti strategici, che derivano in particolare dal momento congiunturale che si caratterizza per l'uscita dalla crisi pandemica.

Agro Camera svolge con il proprio apporto specialistico un ruolo importante per la 'costruzione' di filiere di prodotto e per favorire la crescita delle imprese intenzionate a diversificare le proprie proposte, assistendole in modo personalizzato in relazione a dimensioni e tipologia di mercato di sbocco.

Valorizza il patrimonio agroalimentare della campagna romana e dei territori limitrofi che vanta tradizioni millenarie, individuando contenuti e stili della comunicazione in funzione dei diversi target di destinazione del messaggio, operando per la diffusione di una cultura d'insieme che faccia risaltare e comprendere l'importanza e l'ineluttabilità dell'interconnessione tra agricoltura e alimentazione, tra rispetto delle risorse e ambiente, tra uomo e sviluppo socioeconomico, tra esigenze locali e globalizzazione. Che si parli ad addetti ai lavori come ai turisti alla scoperta del territorio. Cibo, cucina, cultura enogastronomica sono sempre più percepiti come strumenti di politica estera e di diplomazia economica. Come il paesaggio, l'architettura, la letteratura, il cinema o la moda sono un'espressione dei valori nazionali. Uno strumento di soft power, ma anche una leva potente collegata all'export di beni e servizi, non solo quelli legati direttamente alla tavola e al cibo. Roma formidabile 'brand' nel mondo non può che essere centrale in questa strategia complessiva.

È impensabile poi, programmare e attuare una politica agroalimentare efficace senza coinvolgere gli utenti finali del prodotto cioè, i cittadini cui bisogna prestare la massima attenzione iniziando dal periodo della formazione del gusto, in tenera età. Con una attenzione particolare agli orientamenti

dei mercati che secondo recenti indagini Nielsen evidenziano la crescita esponenziale dei prodotti 'free from' (con caratteristiche funzionali ed adatti a regimi alimentari speciali).

Da qui il programma di incontri dedicato alla educazione alimentare incentrata sui prodotti tutelati da marchi di origine dei territori regionali riservata alle scolaresche che ormai da diversi anni fa accostare in modo divertente ed innovativo i bambini alle specialità alimentari ed ai territori.

Agro Camera supporta infine le giovani generazioni che si accostano ad un settore - quello dell'agroalimentare - tra i più interessanti e vivaci in termini di opportunità di sbocchi professionali con incontri tematici di approfondimento su aspetti tecnici collegati alla realizzazione di un prodotto come alla sua elaborazione gastronomica e presentazione critica ragionata, facendo leva sui suoi punti di forza.

Da alcuni anni, a seguito della sottoscrizione di una convenzione cofinanziata in kind, supporta tecnicamente l'Agenzia regionale di sviluppo agricolo ARSIAL per la realizzazione di un programma congiunto in favore del settore agroalimentare, incentrato sui punti fondanti la propria 'mission'.

Tale accordo consente anche di rinforzare le selezioni dei prodotti di eccellenza (Premio Roma) o di altre iniziative (eventi speciali, azioni di avvicinamento ai mercati, iniziative incentrate sulla cultura del cibo) sulla base della fattispecie descritta all'art 2 del già citato decreto 219.

Sulla scorta della positiva esperienza già messa a frutto con la collaborazione con Arsial è stato sottoscritto un accordo programmatico anche con Lazio Innova (agenzia regionale) che ha consentito nel corso del 2021 di sviluppare il progetto 'Food innovation Hub' con una serie di azioni dedicate ai servizi collegati al tema dell'innovazione. Nel corso del 2022 verrà dato corso alle azioni di accompagnamento sul mercato dei prodotti oggetto di analisi durante la prima annualità dell'accordo e sarà sviluppato tramite un apposito bando riservato ad altre categorie merceologiche un ulteriore paniere di prodotti innovativi.

Da agosto 2021 tutta questa attività è inquadrata da una convenzione quadro che definisce una collaborazione organica per lo sviluppo del sistema agroalimentare tra la Regione Lazio, Unioncamere Lazio e Camera di Commercio di Roma

Infine per quanto riguarda i servizi 'pay per use' l'Azienda eroga alle imprese servizi connessi alla gestione della Borsa merci e progetta e gestisce su mandato di soggetti terzi iniziative di sviluppo per il settore.

Il sistema agroalimentare romano durante e dopo la pandemia COVID 19

La crisi pandemica ha modificato profondamente il mercato alimentare della Capitale, favorendo anche spazi di lavoro nuovi e di grande interesse per il settore produttivo.

Uno degli effetti immediati del diffondersi del virus è stato l'aumento delle vendite nella grande distribuzione organizzata.

Si è intensificato poi il ricorso ai negozi di vicinato (macellerie, frutterie, ecc.) preferiti dai consumatori, sia per muoversi meno possibile, sia perché ritenuti meno frequentati e dunque più sicuri. Questo ritorno all'acquisto in zona è proseguito anche nel corso del 2021 e promette di tenere, anche se in misura inferiore, anche nel prossimo futuro, a patto di saper potenziare e rendere efficiente i sistemi di delivery.

L'emergenza legata al virus è ancora in corso, ma le prospettive di ritorno alla normalità sono già visibili.

Facendo una rapida analisi dei cinque profili di consumo pre-pandemici elaborati da una ricerca Nielsen e facilmente adattabili ai consumatori del mercato romano, si potrebbe affermare che in futuro si ingrosserà il profilo low price, ovvero di nuovi poveri con bassissime possibilità di acquisto. Questo nuovo consumatore, avendo minori risorse economiche a disposizione sceglierà di rivolgersi alle catene dei discount e degli hard discount, per comprare ciò che acquistava in precedenza ma accontentandosi di prodotti low cost, non di marca e badando poco alla qualità.

Tanti e complessi da prevedere i risvolti negativi dunque, ma è probabile che la pandemia ci insegni qualcosa di buono, consentendoci di scardinare alcuni sistemi fallimentari della nostra società e di crearne altri più sostenibili.

Nel progressivo superamento della crisi COVID il mercato si è riallineato sulle traiettorie evolutive che lo caratterizzavano in precedenza:

- Economicità, facilità di reperimento
- Naturalità, sicurezza, "pulizia"
- Sostenibilità, eticità
- Eccellenza gustativa, tipicità
- Semplicità e prontezza d'uso degli alimenti
- Adeguatezza a diete speciali (es. tutti i prodotti "senza" glutine, lattosio, proteine animali, ecc.).

Certamente l'esigenza di economicità dell'acquisto è divenuta in questa fase storica della nostra società un fattore di assoluta priorità, vista la difficoltà, da parte di una parte importante della popolazione, di conservare il tenore di vita precedente alla pandemia.

I diversi modelli geografici

Dalla valutazione dell'evoluzione del sistema locale si può dedurre che il territorio della città con i suoi dintorni può essere suddiviso in tre grandi insiemi:

- le zone a ridosso dei sistemi urbani, in cui l'agricoltura lotta per non essere sopraffatta dall'espansione della città e si rivolge soprattutto alla multifunzionalità;
- le zone rurali a prevalente vocazione agricola, che stanno mutando rapidamente la loro personalità alla ricerca continua di settori di sbocco sui quali investire e creare lavoro;
- l'agricoltura nelle zone interne, con alto livello di marginalità.

In queste ultime, l'avanzata del bosco riempie il vuoto lasciato dall'agricoltura e dall'allevamento. In questi tre insiemi, i sistemi produttivi si muovono in modo differente e devono essere improntati a modelli specializzati diversi: agricoltura di servizio nel primo, agricoltura di produzione nel secondo, agricoltura che offre servizi ecosistemici nel terzo insieme.

È indispensabile ricordare che le strategie di sviluppo e le risposte in termini di servizio da fornire ai tre sistemi locali sono estremamente diverse.

Il cambiamento del clima

Dobbiamo ormai abituarci a una realtà molto diversa da quella che abbiamo conosciuto negli anni passati, una realtà fatta di episodi sempre più estremi e sempre più imprevedibili. Una stagione calda e secca molto più lunga rispetto a quella che conoscevamo, una quantità di precipitazioni che si concentra in pochi giorni l'anno, problemi continui di approvvigionamento di acqua per usi irrigui, costi energetici fuori controllo. Tutto questo porta a dover ripensare profondamente la nostra agricoltura, in particolare per quanto riguarda le produzioni primaverili-estive; a ripensare a un concetto di rischi, e alla stessa gestione del rischio, con la coscienza che il sistema pubblico non potrà più farsi carico integralmente del ristoro dei danni da calamità naturali, semplicemente perché questi sono troppi e insostenibili per la collettività. Gli effetti del clima non riguardano solo gli aspetti più macroscopici, come l'aumento dell'evapotraspirazione di acqua dai terreni dovuto all'innalzamento costante delle temperature medie, ma anche fenomeni più silenziosi come la diminuzione delle ore di freddo nei mesi invernali, che influisce sulla fioritura e sulla fruttificazione delle specie frutticole, ma anche sul mancato abbattimento delle popolazioni di insetti nocivi. Una declinazione particolare degli aspetti relativi al cambiamento climatico riguarda l'acqua e la sua gestione a tutti i livelli.

L'agricoltura multifunzionale si offre ai sistemi urbani

Gran parte della popolazione del territorio romano vive in città e i cittadini guardano alla campagna come grande polmone di sfogo per le loro attività, non solo per la produzione alimentare, ma anche come un paesaggio straordinariamente bello da conservare e valorizzare. Questo approccio ideale, in particolare nelle aree periurbane in cui la frizione e i contrasti sull'uso del territorio sono più forti, si scontra con una serie di conflitti sull'uso e sulle destinazioni, cosa che avviene ancora oggi. Nonostante si costruisca meno, il consumo di suolo continua a rappresentare un problema diffuso, sostanzialmente per la mancanza di reddito agricolo. Un'agricoltura ricca e redditiva sembra essere oggi l'unica arma per arrestare un'edilizia selvaggia. In questo senso, è particolarmente importante il ruolo svolto dall'agricoltura multifunzionale, che si basa sull'offerta integrata di servizi e di prodotti. La città esige sistemi di fornitura precisi e puntuali. È una grande opportunità per i nostri sistemi di produzione di prossimità, che però sono chiamati a crescere in qualità organizzativa e di offerta.

Il ruolo dell'innovazione

L'introduzione di sistemi di innovazione deve essere considerata il vero e proprio campo di battaglia in cui siamo chiamati a combattere per il futuro agricolo e alimentare. Tutto il nostro Paese sta guardando con molta attenzione all'agricoltura di precisione come strumento per realizzare economie, accrescere la sostenibilità, migliorare la qualità delle produzioni. Questo è certamente vero, i sistemi di precisione sono efficienti e già disponibili e distribuiti in fase commerciale, ma non bisogna dimenticare che i sistemi proposti sul mercato sono adatti a imprese di grandi dimensioni, di livello europeo, e scarsamente applicabili a una maglia produttiva polverizzata come la nostra. È quindi necessario studiare la possibilità che i sistemi innovativi, capaci di guidare le principali operazioni colturali, come semina, fertilizzazione, lotta fitosanitaria, calendari di raccolta, gestione della stalla e della fertilità animale, possano essere applicati in modo semplice ed efficace anche a

livello collettivo, a comunità di piccole imprese che condividono le medesime esigenze. Un secondo campo di intervento dell'innovazione è certamente costituito dal miglioramento genetico e, più in generale dell'applicazione della ricerca genetica all'agricoltura e alla zootecnia. Tutto è interconnesso, la ricerca di cultivar adatte al metodo di coltivazione biologica, ma anche al risparmio d'acqua e con particolari caratteristiche di resistenza alle fitopatie, è un imperativo categorico per il nostro futuro.

La valorizzazione dei prodotti ed i marchi di qualità

L'aumento del livello di garanzia è una condizione sempre più necessaria per l'accesso al mercato. Tutta la grande distribuzione compra prodotti accompagnati da standard scelti dal cliente e ai quali il produttore deve sottostare a proprie spese, accollandosi l'onere della verifica della qualità delle proprie produzioni. Da questo primo gradino non si può prescindere. Ma per potersi inserire nel grande mercato internazionale, che guarda con sempre maggiore interesse al prodotto italiano di qualità, è assolutamente fondamentale mettere in atto politiche di marchio che integrino tra loro l'origine geografica del prodotto, la qualità sensoriale (cioè il gusto), l'esaltazione delle specifiche territoriali e la qualità nutrizionale.

Gli Obiettivi strategici

Nella definizione di una programmazione strategica è opportuno riaffermare quegli obiettivi che hanno ispirato l'azione dell'Azienda Speciale in questi ultimi anni e che favoriscono un percorso di sviluppo, facendo leva sugli elementi di positività del sistema. Tra questi la principale priorità che Agro Camera si attribuisce è certamente l'accompagnamento delle imprese nella ripartenza e nel superamento della crisi COVID.

I fenomeni osservati su cui puntare l'attenzione, per affrontare questo obiettivo sono:

- una crescita della filiera corta, sostenuta dalla fiducia dei consumatori nelle produzioni locali
- una grande attenzione al commercio elettronico, anche per il settore alimentare
- una altissima considerazione della sicurezza alimentare.

Oltre a questi tre elementi di novità, che la crisi COVID ha accelerato, si devono continuare a considerare altri fattori evolutivi, già in atto precedentemente alla pandemia:

- la gamma dei prodotti legati all'identità della città ed alla sua notorietà locale, nazionale ed internazionale;
- la professionalità delle imprese, e la loro capacità di trasformazione verso comparti più adatti al mercato;
- la forte attenzione dei consumatori verso i prodotti di qualità;
- la richiesta di prodotti locali, con la conseguente riattivazione di sistemi di produzione di prossimità, anche da parte di clienti non convenzionali come ad esempio da parte del mondo della ristorazione collettiva.

I macro obiettivi che attraverso il proprio operato l'Azienda intende perseguire sono i seguenti:

1. sostenere la ripartenza con percorsi di assistenza tecnica;
2. studiare con attenzione l'evoluzione del mercato e trasferire la conoscenza alle imprese;
3. aiutare la qualificazione delle produzioni, studiare nuovi prodotti, favorire l'innovazione;
4. affermare l'identità di Roma attraverso la sua gamma alimentare e gastronomica;
5. progettare e mettere in atto una strategia mirata, originale e riconoscibile, per affermare il valore dei prodotti e della cultura alimentare romana;
6. monitorare l'evoluzione del mercato ed offrire servizi di informazione finalizzati alla gestione d'impresa ed alla trasparenza del mercato, sia a livello del mercato locale, sia con riferimento alle commodities dei mercati internazionali, supportando le imprese con gli strumenti tecnici necessari all'elaborazione di opportune strategie;
7. organizzare il sistema locale e le filiere sulla base di progetti condivisi dagli operatori e dagli attori del sistema, con il pieno coinvolgimento di tutte le categorie di impresa: agricoltori, artigiani, commercianti, industriali alimentari, fornitori di servizi;
8. offrire alle imprese servizi mirati, per stimolare la diversificazione e la multifunzionalità nelle imprese, ed il loro progressivo riorientamento in funzione della domanda del mercato;
9. promuovere l'introduzione nei processi produttivi di tecniche e soluzioni innovative, in funzione della qualità, dell'adeguatezza al mercato, del contenimento dei costi di produzione, la resilienza agli effetti del cambiamento climatico;
10. aumentare il livello di garanzia delle produzioni agroalimentari, attraverso una maggiore efficacia dei sistemi a marchio e l'ottimizzazione dei servizi connessi alle denominazioni pubbliche;
11. sviluppare la rete di accoglienza agrituristica e della fruizione del territorio con un forte contenuto di qualità, organizzare e gestire itinerari enogastronomici a carattere permanente, promuovere il circuito corto ed il rapporto diretto tra produttore e consumatore;
12. sviluppare attività di sensibilizzazione e di formazione degli utenti e dei consumatori con particolare attenzione a programmi di educazione alimentare dedicati ai prodotti di Roma;
13. mettere a punto e promuovere sistemi per la riduzione degli sprechi alimentari, la diffusione dell'agricoltura sociale, il riuso delle aree dismesse nelle città, l'accesso al verde per i cittadini, il potenziamento dei sistemi di welfare, favorendo il pieno utilizzo delle opportunità concesse dal recente quadro normativo.

Elementi di scenario e definizione degli obiettivi strategici

Nel grande contesto allargato della produzione agricola regionale, i dati ISTAT enumerano 104.686 unità produttive diffuse su una superficie agricola utilizzata di 637.285 ettari e con una produzione annua totale per un valore di circa 3.088 milioni di euro: con questi numeri, a confronto con l'Italia il Lazio conta il 6,9% delle aziende agricole, operanti sul 5% della SAU nazionale con una produzione pari al 5,2% del totale italiano.

Operare un'analisi del sistema agroalimentare romano significa confrontarsi con un quadro profondamente complesso che si caratterizza per una notevole diversità sociale, culturale, economica e infrastrutturale.

PROGETTI ED AZIONI - 2022

FORMAT PROGETTI	AZIONI
1 - SERVIZI PER LE IMPRESE	<ul style="list-style-type: none">• Gestione della Borsa Merci e servizi per i mercati• Supporto tecnico fiere ed eventi
2 – QUALITÀ AGROALIMENTARE	<ul style="list-style-type: none">• Valorizzazione delle produzioni agroalimentari• Prototipazione e innovazione agroalimentare• Concorsi Premio Roma• Concorso Orii del Lazio• Concorso Birre Preziose
3 – EDUCAZIONE ALIMENTARE E ORIENTAMENTO AL MERCATO	<ul style="list-style-type: none">• Attività ludico-didattiche per le scuole• Punto informazione per i consumatori• Sistema Agriturismo - Romaincampagna
4 – SOSTENIBILITÀ E TRANSIZIONE VERDE	<ul style="list-style-type: none">• Canale YouTube Agro Camera• Agrinnovaroma Teca• Catalogo delle innovazioni

Format: Servizi per le imprese

AZIONI

GESTIONE BORSA MERCI

Nel mandato statutario di Agro Camera è prevista la gestione tecnico-amministrativa della Borsa Merci di Roma, mercato all'ingrosso dei prodotti agricoli e delle loro prime trasformazioni.

Sul fronte meramente gestionale, oltre a garantire i servizi nel giorno di apertura settimanale del mercato, Agro Camera mette in atto quanto necessario per garantire il rispetto delle norme e dei regolamenti di Borsa.

La gestione corrente del servizio prevede il presidio della sala nel giorno di mercato (mercoledì) e l'erogazione di servizi alle aziende accreditate in particolare di approfondimento informativo anche attraverso specifiche occasioni di approfondimento; prevede inoltre la segreteria degli organi di Borsa, la gestione del sito dedicato, la pubblicazione del listino ufficiale ed il disbrigo degli adempimenti amministrativo-gestionali verso la Camera di Commercio ed il Ministero dello Sviluppo Economico. La sede è situata presso lo stabile camerale di Via Capitan Bavastro 116.

Agro Camera è inoltre impegnata nella gestione e nello sviluppo di Prodotti e Mercati, sistema di acquisizione ed elaborazione delle informazioni sulle tendenze di mercato e sui prezzi progettato e realizzato per garantire ai partecipanti alle attività di Borsa una completa informazione a supporto delle transazioni, anche in un'ottica internazionale, con grafici originali sull'andamento e sul trend.

OUTPUT

- Organizzazione integrale del servizio di Borsa Merci
- Produzione del Listino di Borsa (con cadenza settimanale)
- Erogazione del servizio di reporting Prodotti e Mercati (con cadenza giornaliera)

SUPPORTO TECNICO FIERE ED EVENTI

La struttura professionale dell'Azienda Speciale offre in modo costante - oltre che in occasione di particolari attività - il proprio supporto tecnico alla progettazione e gestione sia di singole iniziative che di programmi più ampi di valorizzazione del settore-agroalimentare fornendo anche i necessari servizi tecnici, coordinati con i soggetti interessati. Per l'anno 2022 si prevede la prosecuzione della collaborazione con il sistema camerale, gli enti locali e regionali attraverso il supporto tecnico in occasione di manifestazioni e degli eventi agroalimentari. I servizi di Agro Camera sono attivati su richiesta delle amministrazioni interessate.

Le strutture di Piazza Sant'Ignazio e di Via Capitan Bavastro continueranno ad essere a disposizione delle imprese e del sistema camerale, su prenotazione, per incontri B2B con buyer nazionali ed esteri, nonché sede di incontri informativi per imprese, tecnici di settore e associazioni di categoria.

OUTPUT

- Progettazione ed organizzazione dei calendari di animazione culturale
- Messa a punto di laboratori gastronomici didattici
- Produzione di strumenti di informazione e presentazione dei prodotti (schede descrittive, ricettari, opuscoli informativi ...)

Format: Qualità agroalimentare

AZIONI

VALORIZZAZIONE DELLE PRODUZIONI AGROALIMENTARI

Nel corso del 2022 proseguirà l'azione tecnica per la definizione delle caratteristiche organolettiche e sensoriali dei prodotti oggetto dei percorsi di valorizzazione del panel di giudici sensorialisti per la descrizione delle qualità dei prodotti nell'ottica di:

- offrire una valutazione all'azienda produttrice rivolta al miglioramento del prodotto, attraverso la misurazione del gradimento potenziale del mercato, la rilevazione di eventuali difetti e le indicazioni su come è possibile evitarli;
- offrire un servizio di valutazione standard della qualità gustativa (attraverso una mappa sensoriale del prodotto) e di attribuzione di caratteristiche di eccellenza;
- aggiornare il database aziendale sui prodotti tipici.

Parallelamente si prevede la possibilità di proseguire l'azione di progettazione del programma Origine Comune, svolto in collaborazione con Anci Lazio, dedicato all'individuazione e caratterizzazione di quelle specialità alimentari che possono potenzialmente fregiarsi del marchio De.Co, andando così ad arricchire il patrimonio della gamma di prodotti tipici del territorio.

OUTPUT

- Sessioni di profilazione prodotto e analisi sensoriale della qualità
- Aggiornamento dei metodi di valutazione (marcatori e punteggi applicati alle diverse tipologie di prodotto)
- Fornitura del servizio di valutazione dell'etichettatura
- Mappa dei prodotti potenzialmente riconoscibili per la De.Co.

PROTOTIPAZIONE ED INNOVAZIONE AGROALIMENTARE

Per l'anno 2022, Agro Camera affiancherà Lazio Innova nella realizzazione della seconda edizione del bando Food Innovation Hub (FIH), un programma indirizzato a sostenere i processi d'innovazione e di diversificazione di mercato nelle micro, piccole e medie imprese del settore. In particolare, per ciascuna delle proposte progettuali selezionate, l'Azienda curerà l'elaborazione del prototipo, condurrà test di gradimento, redigerà una procedura di produzione standard e coordinerà prove di confezionamento con l'impiego di packaging ecocompatibile.

Un momento saliente sarà rappresentato dall'attività di divulgazione ed informazione delle imprese sui sistemi di innovazione da realizzarsi in occasione dell'edizione 2022 della Maker Faire.

Proseguirà la costante azione di ricognizione finalizzata all'individuazione di possibilità di finanziamento per la presentazione di progetti o per servizi qualificati che Agro Camera è in grado di prestare in qualità di partner tecnico o di fornitore di servizi dei soggetti proponenti (Enti o reti di imprese interessate), o su altri progetti di finanziamento dei progetti di ricerca applicata.

OUTPUT

- Schede di produzione nuove specialità alimentari

CONCORSI PREMIO ROMA

Nel corso dell'anno 2022 si prevede la diciassettesima edizione del Concorso per i migliori pani e prodotti da forno tradizionali finalizzata alla selezione ed individuazione dei prodotti di eccellenza del territorio. L'iniziativa, nelle precedenti edizioni, ha ottenuto risultati positivi sia dal punto di vista del numero di aziende partecipanti che di referenze presentate (per lo più prodotti a denominazione di origine e tradizionali), tanto da inserirla quale progetto ricorrente nel programma di attività dell'Azienda.

Sempre nel corso dell'anno è prevista la diciannovesima edizione del Concorso per i migliori formaggi. Il Concorso rappresenta di fatto uno strumento importante per operare una selezione qualitativa dei prodotti delle imprese partecipanti alle iniziative del sistema camerale anche nell'ottica di un percorso di miglioramento delle produzioni locali. Per quanto concerne la selezione nelle diverse province del Lazio, l'Azienda usualmente si avvale della collaborazione di Unioncamere Lazio. Da alcuni anni a questa parte, partner delle selezioni in base alla convenzione per la realizzazione congiunta di un programma condiviso di valorizzazione del settore agro alimentare è anche ARSIAL. Per l'edizione 2022, saranno presi in considerazione non solo gli elementi di innovazione, ma anche le nuove tendenze di mercato soprattutto in seguito ai cambiamenti negli stili di vita e di alimentazione dovuti all'emergenza sanitaria.

OUTPUT

- Progettazione ed organizzazioni delle edizioni 2022 dei Concorsi
- Aggiornamento del database delle imprese
- Segreteria delle commissioni di assaggio

CONCORSO ORII DEL LAZIO

Su incarico di Unioncamere Lazio, Agro Camera come avviene ormai da diversi anni, curerà la segreteria tecnica e l'organizzazione del Concorso regionale per i migliori oli extra vergine di oliva, con le diverse attività collegate.

OUTPUT

- Fornitura del servizio di segreteria organizzativa
- Aggiornamento del database delle imprese
- Segreteria delle commissioni di assaggio

CONCORSO BIRRE PREZIOSE

Su incarico di Unioncamere Lazio, Agro Camera ha già realizzato nel corso del 2021 la seconda edizione del Concorso regionale per le birre artigianali del Lazio. Agro Camera assicura la segreteria e l'organizzazione del Concorso con le diverse attività collegate.

OUTPUT

- Fornitura del servizio di segreteria organizzativa
- Aggiornamento del data base imprese
- Segreteria delle commissioni di assaggio

Format: Educazione alimentare e orientamento al mercato

AZIONI

ATTIVITÀ LUDICO-DIDATTICHE PER LE SCUOLE

Per quanto riguarda l'attività ludico-didattica dedicata agli studenti delle scuole primarie e secondarie di primo grado, accanto ai consolidati laboratori incentrati sul riconoscimento dei prodotti del territorio, l'analisi sensoriale, la filiera corta e la sana alimentazione, è previsto un arricchimento dell'offerta sui temi legati alla tematica del Green Deal Europeo (strategie Farm to Fork e Biodiversità) anche attraverso l'utilizzo di apposite nuove attrezzature e supporti multimediali. Si prevede una riqualificazione della struttura di Piazza Sant'Ignazio 144 attraverso un miglioramento dell'impianto di illuminazione e degli arredi, in modo particolare sostituendo le vetrine espositive dei prodotti con l'esposizione di piccoli prototipi ed attrezzature dedicati alle tematiche di innovazione, sostenibilità e biodiversità.

OUTPUT

- Programma di animazione per diversi target (anche in modalità virtuale)
- Opuscoli informativi per le scuole (etichettatura dei prodotti, prodotti tipici...)

PUNTO INFORMAZIONE PER I CONSUMATORI

Nell'ambito del rapporto diretto con il consumatore, Agro Camera proseguirà l'azione di informazione sulla cultura enogastronomica e sulle produzioni agroalimentari tipiche del territorio locale e regionale. Alla luce della recente attenzione verso le nuove tematiche europee legate al Green Deal, l'azienda intende attuare un'azione di sensibilizzazione sui temi quali la preservazione della biodiversità, la sicurezza alimentare, la riduzione degli sprechi, il basso impatto ecologico del cibo e la funzionalità degli alimenti.

Strategica per la diffusione della conoscenza del prodotto locale è anche l'alleanza con il settore della ristorazione e dell'artigianato alimentare di eccellenza, in grado di far apprezzare le tipicità e di portare avanti un discorso di promozione della cultura enogastronomica.

OUTPUT

- Opuscoli informativi
- Supporti multimediali

ROMAINCAMPAGNA

Agro Camera intende aggiornare il sito Romaincampagna in modo tale da renderlo uno strumento sempre più efficace per promuovere le produzioni agroalimentari di eccellenza, il territorio con le sue tradizioni culturali, l'offerta del turismo rurale. Il portale sarà inoltre arricchito con materiali specifici sulle tematiche della transizione verde, destinati sia alle imprese che ai tecnici e ai consumatori.

OUTPUT

- Sito aggiornato

Format: Sostenibilità e transizione verde

AZIONI

CANALE YOUTUBE AGRO CAMERA

Agro Camera intende arricchire il proprio canale YouTube di contributi video sia di natura tecnica che divulgativa sulle tematiche dell'educazione alimentare, della biodiversità, dell'utilizzo delle risorse energetiche in ambito agricolo e sulle soluzioni innovative per le imprese. I video saranno realizzati sia presso le sedi aziendali che in occasione di eventi specifici (Maker Faire, convegni, ecc.)

OUTPUT

- Realizzazione e caricamento video

AGRINNOVAROMA TECA

L'azione prevede l'ampliamento a diverse aree tematiche della piattaforma informatizzata di ricerca per temi e parole chiave di tutti i materiali di ricerca, sviluppo e assistenza tecnica prodotti da Agro Camera per l'applicazione ai settori di interesse del mondo agroalimentare. La piattaforma sarà integrata al sito di Romaincampagna.

OUTPUT

- Aggiornamento sito e contenuti

CATALOGO DELLE INNOVAZIONI

Agro Camera proseguirà l'attività di divulgazione ed informazione sui sistemi di innovazione per la diffusione delle buone pratiche agricole ed alimentari. Un primo repertorio, riconducibile al progetto Apice e alle diverse edizioni di Maker Faire, è già contenuto in un catalogo online che si intende ampliare con nuove schede riguardanti le innovazioni realizzate nell'ambito delle tematiche del Green Deal, in particolare:

- From Farm to Fork
- Energie pulite e rinnovabili
- Economia circolare
- Biodiversità
- Trasformazioni in agricoltura e nelle aree rurali

OUTPUT

- Catalogo delle innovazioni

Il Direttore Generale
(Dr. Carlo Hausmann)

FIRMATO