



# **Piano degli indicatori e dei risultati attesi di bilancio**

## **2019**

## **PREMESSA**

Il comma 4 dell'articolo 2 del decreto del Ministero dell'Economia e delle Finanze 27 marzo 2013 prevede tra gli allegati al budget economico annuale il piano degli indicatori e dei risultati attesi di bilancio.

Il presente documento, redatto in conformità alle linee guida generali definite con il D.P.C.M. del 18 settembre 2012, illustra gli obiettivi perseguiti attraverso i programmi di spesa del bilancio della Camera di Commercio di Avellino per l'anno 2015, in termini di livello, copertura e qualità dei servizi erogati.

## **SCENARIO ECONOMICO ED ISTITUZIONALE**

L'uscita dalla crisi del nostro paese (intesa quanto meno come passaggio dal segno meno al segno più dell'andamento del Prodotto Interno Lordo e non come ritorno ai livelli pre-recessione) ha cominciato a manifestarsi nel 2016 e sembra confermarsi anche per gli anni 2017 e 2018 secondo le stime prodotte da tutti i principali analisti economici nazionali e internazionali. Analisti che concordano anche sul fatto che il 2017 e il 2018 saranno gli anni con una crescita più intensa per il nostro paese al termine del quale inizierà un percorso sempre orientato in senso positivo ma quantitativamente meno vivace. Da un punto di vista territoriale non si è ancora in grado di valutare completamente il bilancio del 2017 mentre invece si possono già fornire indicazioni per il 2018. Anno che ha avuto una protagonista se almeno ci riferiamo alle regioni più popolate: ed è proprio la Campania. Secondo le valutazioni Istat rilasciate nello scorso dicembre e appunto relative al 2017, la nostra regione vanta la maggiore crescita del Pil in termini reali fra tutte le regioni italiane con un eloquente +3,2%. Un dato che si può definire eccezionale per vari motivi. In prima battuta per il fatto che mai in questo secolo la regione era cresciuta con questa intensità visto che per trovare un aumento così rimarchevole bisogna tornare al 2000 quando il territorio crebbe del 3,5%. In seconda battuta perché la regione è la più performante d'Italia superando di quattro decimi di punto il Molise e facendo molto meglio di aree come la Lombardia (+1,2%) e Veneto (+0,9%) in un contesto nazionale cresciuto dello 0,9% e in cui sono ben 5 le regioni tra cui le meridionali Puglia, Sicilia e Sardegna che nel 2017 invece hanno messo a segno un percorso recessivo. Anche se l'economia della regione è stata fortemente trascinata da quella che viene definita industria in senso stretto (che

comprende il manifatturiero, l'estrattivo e tutto quel comparto emergente legato alla gestione dell'acqua e dei rifiuti) cresciuta ad un ritmo del 7%, appare sempre più evidente soprattutto nel lungo periodo l'accentuazione in senso terziario della regione. Se, infatti, nel 1995 i servizi contribuivano alla formazione del valore aggiunto campano per il 73,9%, nel 2017 tale incidenza ha sfiorato l'80% attestandosi al 79,8% dopo aver peraltro toccato quasi l'81% nel 2014 a causa delle difficoltà che in quel periodo incontrava l'industria con i servizi (o quanto meno alcuni servizi) che sembravano essere decisamente meno toccati dalla recessione. Ovviamente all'interno di questo quadro certamente confortante, esistono quelle che possiamo definire note stonate. La prima, che oramai sembra consolidata nel tempo, riguarda le perduranti difficoltà del settore edilizio che dopo la fiammata del 2015 è tornato in territorio negativo come peraltro accaduto in otto degli nove anni, periodo nel quale ha perso quasi un terzo della ricchezza prodotta. Una difficoltà invece di tipo più congiunturale ha riguardato l'agricoltura che conferma il suo andamento altalenante grazie al quale comunque il settore si trova oggi grosso modo non troppo distante dai suoi migliori risultati di sempre. Le difficoltà del settore primario sono da attribuire essenzialmente nelle forti difficoltà attraversate dai prodotti vitivinicoli il cui valore economico della produzione è sceso di oltre il 23% rispetto al 2015 sfiorando i livelli minimi del 2014. A ciò si aggiunge l'olio i cui valori sembrano oramai collocarsi al di fuori di un trend regolare visto che nel 2015 i livelli produttivi hanno raggiunto i valori massimi storici mentre solo l'anno prima si erano toccati i livelli più bassi di sempre con il 2017 che si colloca a metà strada.

Chiaramente, rispetto alle macerie lasciate della crisi, la crescita della regione nel 2017 va vista come un primo segnale verso il recupero delle posizioni perse durante la fase recessiva. Perdite che tuttora vanno considerate come molto cospicue visto che rispetto all'anno precedente lo scoppio della recessione (il 2007) i livelli produttivi del territorio (peraltro non particolarmente brillanti rispetto alla media nazionale) sono ancora inferiori di quasi il 10% con l'industria che sconta addirittura un ritardo di quasi il 26%.

La ripresa appare essere un toccasana per il sistema economico nel suo complesso ma in questo momento sembra non avere ancora prodotto i suoi effetti sulle famiglie se non in piccola parte. Il reddito disponibile di quelle che vengono definite famiglie consumatrici non ha mai raggiunto in regione vette particolarmente significative nel corso del tempo visto che il massimo risultato raggiunto in termini di differenziale in termini procapite rispetto alla media nazionale è stato il 25,8% del 2002. Oggi nonostante una lenta ripresa

nel triennio 2014-2017 la regione si pone all'ultimo posto in termini di reddito procapite (con un deficit rispetto al 28% rispetto alla media Italia) a differenza di quanto accadeva in passato dove sovente la Campania riusciva a mettersi alle spalle quanto meno Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia e Sardegna. Più o meno simili sono le traiettorie della spesa delle famiglie. Inevitabile conseguenza, questa, del fatto che i consumi incidono per l'85-90% sul totale del reddito disponibile. Andamento dei consumi che ha avuto anche delle ripercussioni anche sulla destinazione per comparto merceologico, oltre che sui livelli assoluti. I dati ci dicono che dall'inizio della crisi a oggi ci sono stati ben due momenti in cui i consumi della regione sono letteralmente crollati rispetto all'anno precedente. Si tratta del 2009 in cui si registrò una calo del 4,4% che andava peraltro ad aggiungersi al -3% dell'anno precedente e del 2012 in cui si registrò addirittura un -5% seguito da un -2,7% nel 2013. E' evidente che queste perdite siano molto pesanti e altrettanto difficili da recuperare nel breve periodo anche se nel 2015 e nel 2017 sono arrivati dei segnali incoraggianti con crescite superiori all'1%. Aumenti che sono stati comunque inferiori a quelle riscontrate a livello nazionale. A livello merceologico la crisi ha cambiato molte delle abitudini di consumo dei campani che hanno ridimensionato in misura più o meno accentuata nell'arco del periodo della crisi tutte le spese legate ai beni ed accentuato invece le spese per i servizi in particolare comunicazioni e utenze acqua, gas e luce.

Vi è poi il tema della diffusione della povertà sia essa misurata in termini relativi (ovvero il numero di famiglie di due componenti con una spesa per consumi inferiore o uguale alla spesa media per consumi pro-capite opportunamente riparametrato per le altre tipologie di nuclei) o assoluta (famiglia di due persone con una spesa per consumi inferiore o uguale al valore monetario di un paniere di beni e servizi considerati essenziali per evitare gravi forme di esclusione sociale sempre opportunamente riparametrato per le altre tipologie di nuclei). Facendo riferimento al concetto di povertà relativa in Campania il fenomeno della fra il 2014 e il 2017 ha subito una impennata e nell'ultimo anno per il quale i dati sono disponibili oltre un individuo su 5 si trova nella condizione di povertà relativa facendo del territorio campano la terza regione italiana con la maggiore incidenza della povertà. Rispetto al 2014 la situazione del fenomeno si è deteriorata rispetto sia alla Puglia che alla Basilicata.

**Percentuale di persone in condizione di povertà relativa nelle regioni italiane. Anni 2014-2017**

	2014	2015	2017
Piemonte	7,7	8,9	8,4
Valle d'Aosta / Vallée d'Aoste	7,7	10,5	6,3
Liguria	10,0	12,5	15,6

Lombardia	5,8	8,2	8,0
Trentino Alto Adige / Südtirol	5,3	5,2	4,0
Provincia Autonoma Trento	8,9	7,1	7,9
Veneto	6,4	7,1	7,7
Friuli-Venezia Giulia	11,1	13,5	13,9
Emilia-Romagna	6,7	6,4	6,8
Toscana	6,7	6,7	5,0
Umbria	11,3	13,6	17,9
Marche	13,0	12,0	11,1
Lazio	7,8	10,3	13,1
Abruzzo	14,1	12,5	12,8
Molise	18,4	22,7	21,1
Campania	20,0	19,9	22,9
Puglia	22,2	21,9	17,6
Basilicata	30,0	24,7	21,6
Calabria	35,6	33,1	39,2
Sicilia	29,0	30,1	28,6
Sardegna	15,9	16,8	16,0
<b>Nord-ovest</b>	<b>6,8</b>	<b>8,8</b>	<b>8,9</b>
<b>Nord-est</b>	<b>6,9</b>	<b>7,3</b>	<b>7,7</b>
<b>Centro</b>	<b>8,4</b>	<b>9,7</b>	<b>10,7</b>
<b>Mezzogiorno</b>	<b>23,6</b>	<b>23,5</b>	<b>23,5</b>
<b>Italia</b>	<b>12,9</b>	<b>13,7</b>	<b>14,0</b>

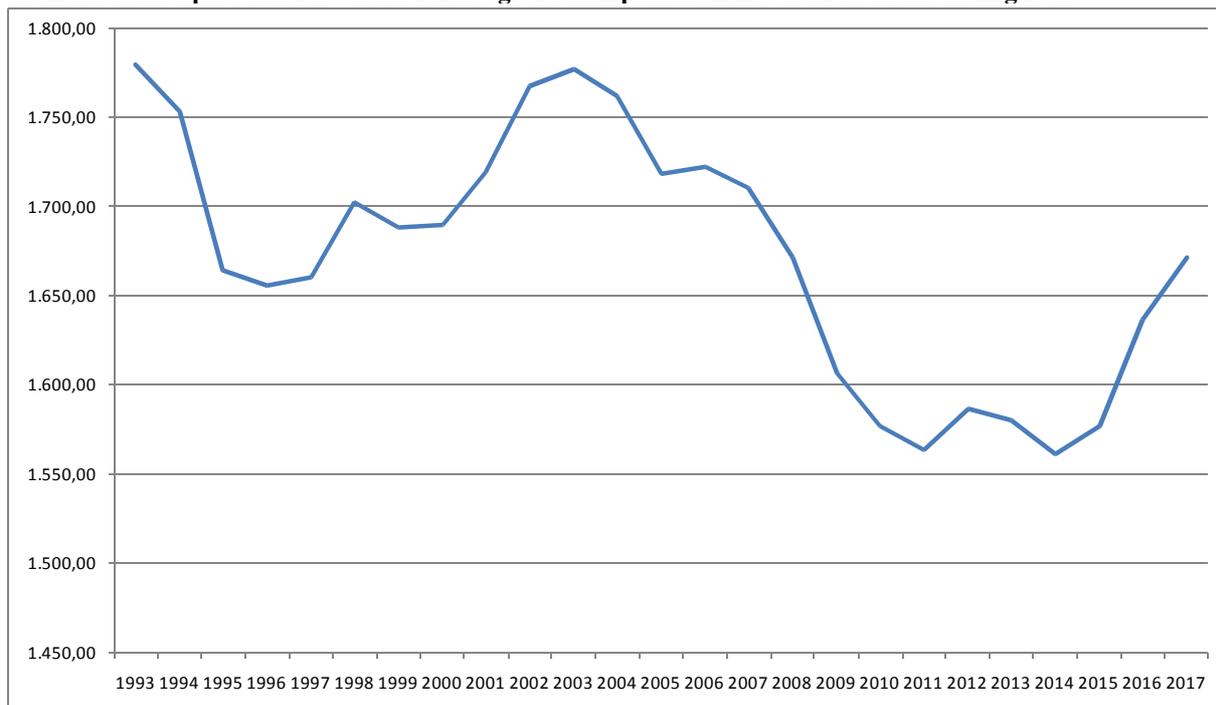
Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Istat

Queste condizioni di difficoltà delle famiglie probabilmente sono destinate a migliorare (senza ovviamente raggiungere vette di particolare eccellenza) alla luce del fatto che la crescita economica sembra aver prodotto un effetto positivo sui livelli assoluti di occupazione facendo però emergere al contempo una consistente fetta di popolazione che è passata dalla condizione di inattività (spesso associata al concetto di scoraggiamento) a quella di disoccupazione fiutando probabilmente la connessione fra ripresa economica e disponibilità di nuovi posti di lavoro. In pratica, quindi, il tessuto occupazionale campano nel 2017 si collocherebbe a metà strada esatta fra il punto culminante della crisi e il suo record di occupazione. Relativizzando il numero assoluto di occupati alla popolazione effettiva e considerando la fascia di età 15-64 anni (quella più significativa da un punto di vista dell'occupazione) la regione presumibilmente chiuderà il 2017 con un tasso di occupazione pari al 42%, ovvero otto decimi di punto in più rispetto al 2017 e valore più alto dal 2009 a oggi. Permane però rilevante la questione dell'occupazione giovanile, o meglio la questione giovanile sembra oramai suddividersi in due segmenti ben distinti: da una parte i giovanissimi (ovvero gli under 25) in cui anche nel 2017 dovrebbe proseguire la diminuzione dei livelli occupazionali oramai arrivati poco sopra il 10%. Molto meglio vanno le cose per gli under 35 il cui livello occupazionale pur rimanendo al di sotto dei massimi storici si colloca intorno al 42,5% ai massimi dall'inizio della crisi.

Come detto, nonostante l'aumento delle persone occupate, cresce anche (per il secondo anno di seguito) quello delle persone in cerca di occupazione che si fissa a quota 442 mila

unità, nuovo record storico in regione con un divario di circa 5.000 persone rispetto al precedente primato datato 1997 e oltre il doppio rispetto al minimo storico fatto segnare nel 2007. A ciò corrisponde un aumento del tasso di disoccupazione di 0,5 punti percentuali in crescita di mezzo punto percentuale fra 2017 e 2017 (dal 20,4% al 20,9%) ancora un po'al di sotto del record storico del 2014 (21,7%) e con un incremento più sensibile fra le donne rispetto agli uomini.

**Numero di occupati 15 anni e oltre nella regione Campania. Anni 1993-2017. Dati in migliaia**

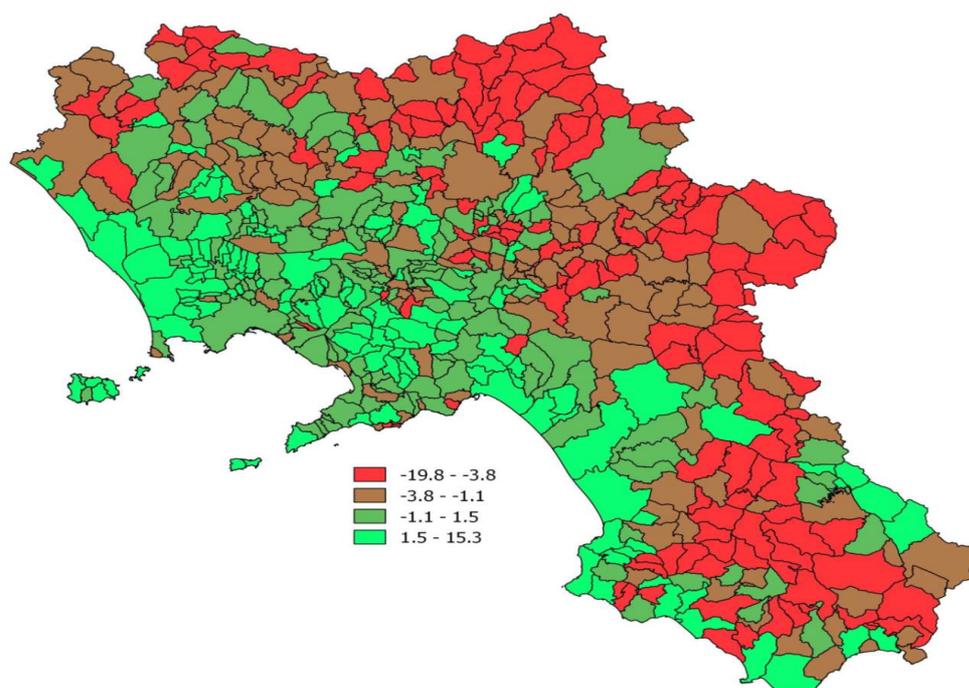


**Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Istat**

I fatti rilevanti circa l'occupazione appaiono due. Il primo è legato al fatto che si tratta, rispetto al passato, di un lavoro maggiormente a termine. Lo dimostra il fatto che negli ultimi 13 anni gli occupati a tempo indeterminato sono diminuiti di 60.000 unità a cui è corrisposto un +48.000 in termini di contratti a termine. Il secondo aspetto è invece legato ad un inquadramento contrattuale medio che appare piuttosto debole se consideriamo che in Campania oltre il 63% dei lavoratori dipendenti delle unità locali del territorio lavoro con un contratto di questo tipo a fronte del 53,4% medio nazionale con dei divari retributivi rispetto agli impiegati che appaiono essere piuttosto simili fra la regione e il complesso del paese. Vi è poi sempre l'atavica questione del legame fra donne e lavoro. Ancora oggi la Campania (e praticamente tutti i suoi territori) hanno una presenza di donne al lavoro fra le più basse in Italia sia pure in leggero aumento. Un aumento che deriva soprattutto dalla spinta che stanno apportando settori tradizionalmente a bassa occupazione femminile che hanno visto negli ultimi 4 anni un incremento di oltre 3.000 occupati a fronte di una

contrazione più o meno di pari entità osservata nei tradizionali serbatoi dell'economia femminile. Poiché per la realizzazione delle attività produttive non si può prescindere dal discorso del fattore umano, il rapporto ha voluto investigare anche quelle che sono le più recenti tendenze di dislocazione della popolazione all'interno della regione Campania e quali sono le prospettive demografiche del territorio alla luce delle previsioni demografiche rilasciate nel 2017. Si tratta di fenomeni che mutano molto lentamente nel corso del tempo ma che rischiano di restituirci da qui ai prossimi cinquant'anni una piramide dell'età della regione fortemente rivoluzionata laddove si dovessero mantenere alcune tendenze già in atto sui movimenti demografici in atto in regione (riassumibili essenzialmente nel calo della natalità, nell'aumento della vita media e in un saldo migratorio negativo a causa del trasferimento di alcune fasce demografiche verso altre aree del paese con l'estero che al momento non appare una meta particolarmente gettonata). La popolazione campana nel suo complesso dovrebbe ridursi di circa 1,5 milioni di unità in 50 anni (dagli attuali 5,8 milioni ai 4,3 milioni di inizio 2066) e per oltre 1/3 sarebbe composta da ultra sessantacinquenni a fronte dell'odierno 18,2%. Pertanto le previsioni sembrano indicare che in prospettiva futura si possa ripetersi in una scala Campania verso Italia, quello che sta succedendo da alcuni anni all'interno della regione con spostamenti di popolazione dalla parte orientale del territorio verso quella occidentale.

**Variazione percentuale della popolazione residente fra 31 dicembre 2011 e 31 dicembre 2017**

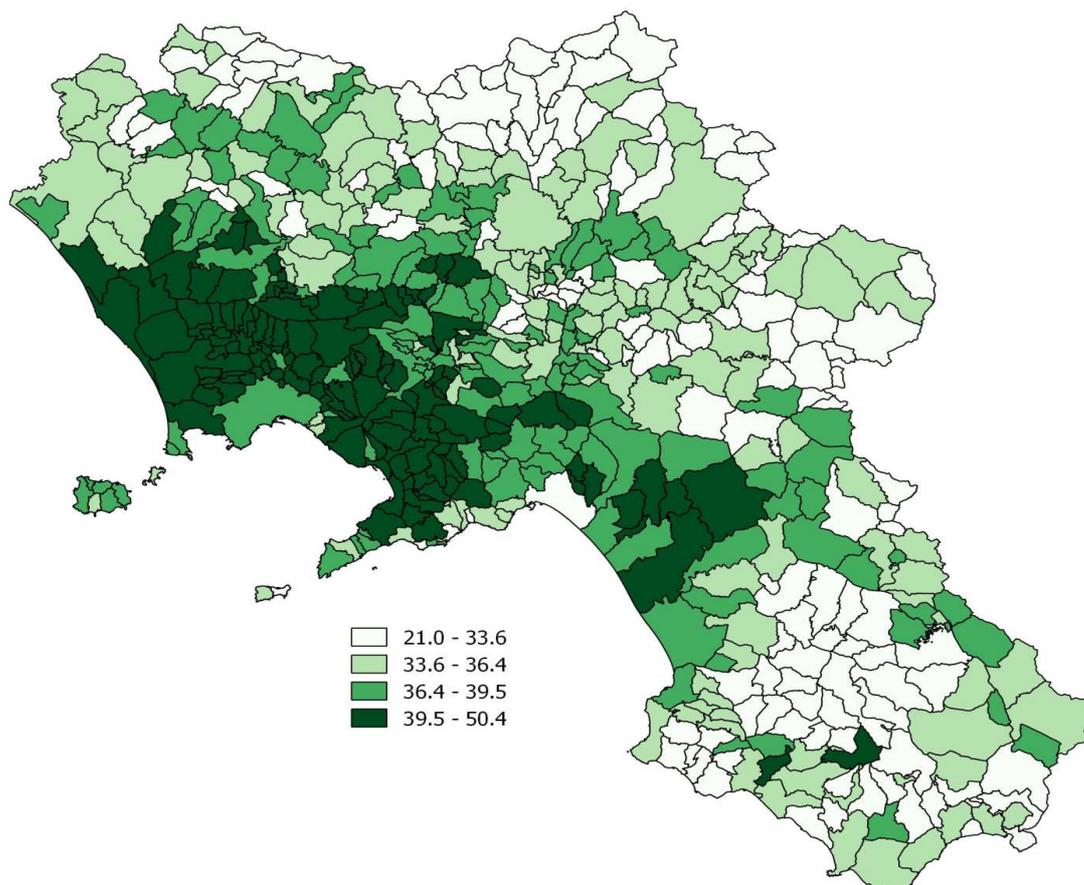


**Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Istat**

Fra 2011 e 2017 in un contesto di aumento della popolazione residente in regione

valutabile in circa 75.000 unità si osserva come le tre province con uno sbocco sul mare abbiano guadagnato circa 85.000 residenti mentre le zone prive di tale caratteristica (ovvero Avellino e Benevento) ne hanno persi circa 10.000. Più in generale i comuni che si stanno spopolando sono i più piccoli della regione con solo 3 dei 67 comuni meno abitati che hanno fatto segnare un ripopolamento negli ultimi cinque anni con una perdita complessiva in questi comuni di oltre il 6% di popolazione. Sono invece oggetto di forte ripopolamento quasi tutti i grandi comuni della regione con qualche limitata eccezione che si sono incrementati di circa 32.000 abitanti. Prosegue pertanto lento ma inesorabile (di fatto è partito almeno dai primi anni '80 dello scorso secolo) il fenomeno della concentrazione della popolazione nelle aree più grandi ma anche in quelle di medio cabotaggio.

**Incidenza percentuale della popolazione con meno di 35 anni sul totale della popolazione nei comuni della regione Campania. Situazione al 31 dicembre 2017**



**Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Istat**

Analogo modello localizzativo sembrano scegliere i giovani. La regione sia pure in invecchiamento rispetto al passato si contraddistingue per essere la più giovane d'Italia con Napoli e Caserta che sono le due province più giovani di tutto lo Stivale come quota di

under 35 sul totale della popolazione. In provincia di Caserta troviamo poi i comuni di Orta di Atella e Gricignano di Aversa che rientrano nel podio dei comuni italiani con la maggiore presenza relativa di giovani dopo il reggino Platì. All'interno della regione le scelte localizzative dei giovani sembrano orientarsi non necessariamente sulle grandi città (intendendo con questa accezione non solo i comuni capoluoghi ma in generale i comuni che potenzialmente hanno la capacità di attirare flussi) ma piuttosto sui medi centri. Questo perché tali centri rappresentano un compromesso accettabile fra la possibilità di trovare un'occupazione (o di raggiungere facilmente il luogo di lavoro) e le condizioni di accessibilità delle abitazioni in termini di acquisto o di affitto.

I modelli localizzativi che abbiamo fino a questo momento presentato sembrano fortemente correlati con le dinamiche di creazione di impresa, le cui misurazioni rappresentano uno dei fiori all'occhiello del sistema delle Camere di Commercio italiane. La Campania e i suoi territori rappresentano un'area in cui negli anni della crisi e anche subito dopo l'inizio della fase di inversione vi è sempre stata una accentuata propensione alla creazione di nuova impresa probabilmente vista come antidoto per sfuggire alla disoccupazione.

**Iscrizioni, cessazioni, saldo e tasso di crescita delle imprese registrate nel 2017 e nei primi nove mesi del 2017 in alcune segmentazioni territoriali della regione Campania**

	Iscrizioni	Cessazioni	Saldo	Tasso di crescita
	<b>2017</b>			
Comuni capoluogo di sistema locale del lavoro	16.100	11.435	4.665	1,97
Altri comuni della regione Campania	22.261	18.025	4.236	1,26
Comuni totalmente montani	3.034	2.680	354	0,64
Comuni parzialmente montani	4.663	3.857	806	1,12
Comuni non montani	30.664	22.923	7.741	1,74
Comuni litoranei	15.370	10.909	4.461	2,01
Comuni non litoranei	22.991	18.551	4.440	1,27
Comuni ad alta urbanizzazione	23.073	16.782	6.291	1,91
Comuni a media urbanizzazione	10.236	8.289	1.947	1,28
Comuni a bassa urbanizzazione (rurali)	5.052	4.389	663	0,73
Comuni con incidenza di giovani superiore alla media regionale	15.136	11.888	3.248	1,52
Comuni con incidenza di giovani inferiore alla media regionale	23.225	17.572	5.653	1,58
Comuni con incidenza di stranieri superiore alla media regionale	19.682	13.980	5.702	2,03
Comuni con incidenza di stranieri inferiore alla media regionale	18.679	15.480	3.199	1,10
<b>Totale regione</b>	<b>38.361</b>	<b>29.460</b>	<b>8.901</b>	<b>1,56</b>
	<b>Primi nove mesi 2017</b>			
Comuni capoluogo di sistema locale del lavoro	11.406	8.279	3.127	1,30
Altri comuni della regione Campania	16.980	13.534	3.446	1,02
Comuni totalmente montani	2.706	2.129	577	1,04
Comuni parzialmente montani	3.481	2.835	646	0,90
Comuni non montani	22.199	16.849	5.350	1,19
Comuni litoranei	17.614	13.966	3.648	1,61
Comuni non litoranei	10.772	7.847	2.925	0,83
Comuni ad alta urbanizzazione	16.261	12.097	4.164	1,24
Comuni a media urbanizzazione	7.857	6.156	1.701	1,11

Comuni a bassa urbanizzazione (rurali)	4.268	3.560	708	0,78
Comuni con incidenza di giovani superiore alla media regionale	11.219	8.788	2.431	1,12
Comuni con incidenza di giovani inferiore alla media regionale	17.167	13.025	4.142	1,14
Comuni con incidenza di stranieri superiore alla media regionale	14.136	10.395	3.741	1,31
Comuni con incidenza di stranieri inferiore alla media regionale	14.250	11.418	2.832	0,97
<b>Totale regione</b>	<b>28.386</b>	<b>21.813</b>	<b>6.573</b>	<b>1,14</b>

Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Unioncamere-Infocamere

Ma nel 2017 sembra innestarsi una nuova fase nell'evoluzione dell'impresa campana. Meno nascite (se ne prevedono a fine anno circa 1.200 in meno del 2017) ma molti meno decessi (circa 1.600 in meno rispetto sempre al 2017). La tendenza è quindi meno imprese, più robustezza delle stesse (e quindi maggiore resistenza alle insidie del mercato alla crisi, derivante anche da una sempre più preponderante scelta di dotarsi di assetti sociali di tipo societario) e una tendenza allo sviluppo di impresa che pur essendo trasversale a tutto il territorio regionale sembra privilegiare un pochino di meno quei territori che si stanno spopolando sia in termini assoluti che di giovani come ad esempio i comuni montani (sia pure con qualche attenuazione del fenomeno nel corso del 2017) e quelli rurali.

La Campania poi si conferma anche nel 2017 (e presumibilmente lo sarà anche nel 2018) come una delle culle dell'imprenditoria femminile del nostro paese con le province dell'entroterra a recitare la parte del leone visto che Benevento e Avellino sono ai primi due posti della classifica delle province italiane come incidenza delle imprese femminili sul totale dell'imprenditoria attiva sul territorio, rappresentando gli unici due casi in Italia dove tale rate supera il 30%. Va detto però che nella regione sembrano esistere due modelli di concepimento dell'impresa femminile. Il primo consiste in una imprenditoria diffusa ma "semplice" molto basata sul concetto della ditta individuale che è il modello sannita e irpino. Nel napoletano, dove l'imprenditoria femminile è decisamente minore in termini assoluti ma molto più strutturata da un punto di vista della forma giuridica adottata con una forte presenza di società (sempre più spesso di capitale).

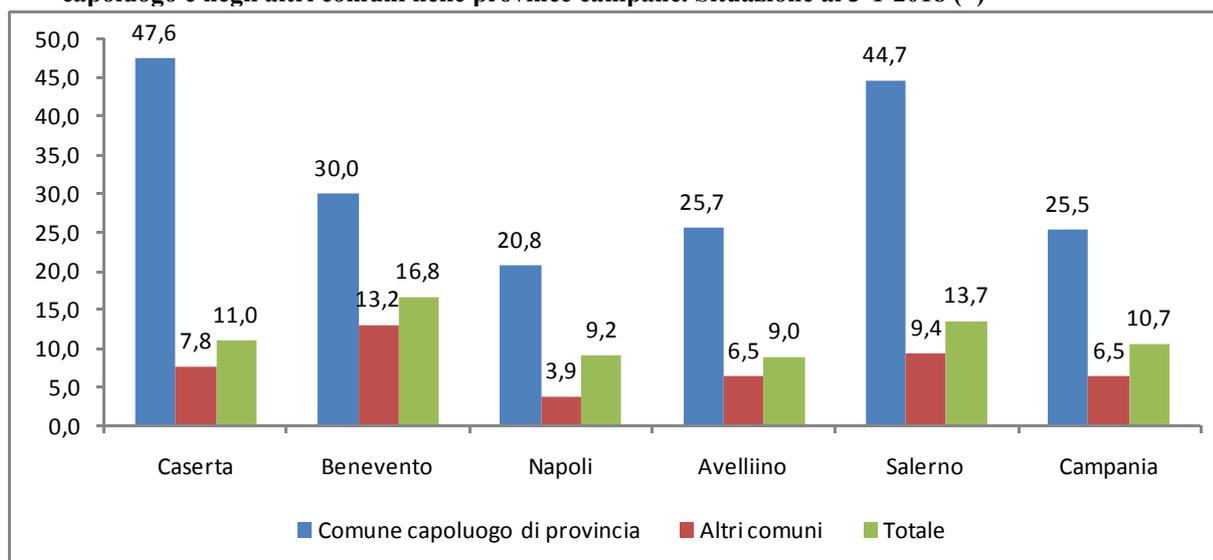
Diverso è invece il caso delle imprese giovanili. Che stanno diminuendo di numero (come quasi ovvia conseguenza della compressione del numero di giovani presenti sul territorio) ma stanno crescendo di spessore visto che tutte le cinque province della regione si collocano nei primi dieci posti nella classifica delle province italiane ordinate per percentuale di imprese giovanili condotte in forma diversa da quella dell'impresa individuale. E fortemente improntate alla conduzione giovanile appaiono le cosiddette imprese start-up innovative che per il 23,6% sono condotte da under 35 (a fronte del 14%

scarso che connota il totale delle imprese). Questo particolare segmento appare ancora molto esiguo sia nei numeri assoluti (poco più di 600 iniziative in tutta la regione) che in rapporto al potenziale che la regione può esprimere in termini di capacità di attivazione. Ma presenta delle caratteristiche distintive molto significative sia in termini di localizzazione che di specializzazione produttiva. Sotto il primo aspetto appare evidente come le start-up innovative siano un fenomeno decisamente metropolitano visto che la densità di start-up rispetto ai residenti è molto più alta nei comuni capoluogo di provincia che non negli altri comuni della regione. Da un punto di vista settoriale, invece, questo segmento imprenditoriale (che ha come modello organizzativo pressoché esclusivo la società a responsabilità limitata) ha come elemento di congiunzione con le specializzazioni nazionali, l'essere fortemente orientato ai servizi (con particolare riferimento al comparto legato alla produzione di software). Presenta però come elemento distintivo quello di mantenere quella forte vocazione alle attività commerciali che già caratterizza in generale l'imprenditoria della regione. Ovviamente si tratta in gran parte di un modello di commercio orientato all'on-line e molto diffuso nei comuni al di fuori delle cinque aree capoluogo di provincia.

Il sistema camerale, inoltre, da alcuni anni si sta cimentando molto nella misurazione di segmenti di economia complessi, ovvero quelli costituiti da attività economiche che coincidono con dei concetti legati a quelle che sono le peculiarità del nostro paese. Fra queste peculiarità si annoverano senza dubbio l'economia della cultura e quella del mare che ovviamente stante le caratteristiche della regione sono ambiti di particolare interesse e nei quali la regione sembra avere del potenziale inespresso almeno rispetto a quanto accade a livello nazionale o per altre regioni connotate dalla presenza del mare. Con riferimento alla dimensione culturale (o meglio al sistema produttivo culturale) questa vale circa 4 miliardi di euro e pesa per il 4,4% della ricchezza complessivamente prodotta in Campania a fronte del 6% nazionale. La cosiddetta blue economy, INVECE, si ferma a 3,7 miliardi di euro e drena il 4% della locale ricchezza. Un dato decisamente basso rispetto a quanto accade in altri contesti. La riprova di quanto affermato è data dal fatto che nella "top ten" delle province italiane per incidenza del valore aggiunto derivante dall'economia del mare non figurano né Napoli né Salerno a cui aggiunge la considerazione che regioni come Sicilia e Sardegna presentano incidenze superiori al 5%.

**Densità delle imprese start-up innovative ogni 100.000 abitanti residenti al 31 agosto 2017 nei comuni**

capoluogo e negli altri comuni nelle province campane. Situazione al 3-1-2018 (\*)



Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Unioncamere-Infocamere e Istat

Per la stesura del presente documento l'Ente - alla luce delle Missioni che sono state individuate per le camere di commercio dal Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 12.12.2012 e che di seguito vengono elencate - illustra i programmi e gli obiettivi strategici di riferimento per l'anno 2019:

- **Missione 011 "Competitività e sviluppo delle imprese" ;**
- **Missione 012 "Regolazione dei mercati";**
- **Missione 016 "Commercio internazionale ed internazionalizzazione del sistema produttivo";**
- **Missione 032 "Servizi istituzionali e generali delle amministrazioni pubbliche".**

## PROGRAMMI DI SPESA

### MISSIONE COMPETITIVITA' E SVILUPPO DELLE IMPRESE

Il supporto all'impresa e al territorio resta una prioritaria competenza della Camera, per certi versi ancora meglio valorizzata dalla recente riforma del sistema camerale.

Nella prospettiva di intercettare al meglio le necessità del sistema imprenditoriale, l'Ente intende ulteriormente qualificare il livello degli interventi e l'efficacia delle misure per promuovere la competitività dell'impresa, attraverso anche l'accrescimento dell'attrattività del territorio.

Come già in passato sostenuto e praticato, sarà importante insistere nel ripensare le modalità stesse di rappresentazione della nostra economia, fuori dalla logica settoriale, per andare a cogliere le filiere, i raggruppamenti di attività più capaci di agganciare non solo nuovi mercati di sbocco (in senso geografico), ma soprattutto nuovi segmenti trainanti di domanda.

Ci si rivolge, in particolare, all'obiettivo generale di favorire la nascita di nuove imprese soprattutto intensificando le attività camerali dedicate ai giovani.

La linea prioritaria comprende, inoltre, le azioni tese a migliorare la competitività delle imprese e la promozione del territorio, agendo sulla fornitura di servizi e attività tese a favorire lo svolgimento delle attività economiche, accrescendone il grado di efficienza, su una base di sostenibilità intesa, tra l'altro, come opportunità per favorire occasioni di innovazione d'impresa e di occupazione, di rafforzamento dell'economia verde e della qualità del vivere e del lavorare in Irpinia.

Non si trascurerà l'internazionalizzazione delle imprese - anche perchè il decreto di riforma esclude soltanto le attività promozionali direttamente svolte all'estero - favorendo l'accesso e l'espansione delle imprese sui mercati esteri, supportando la naturale inclinazione delle imprese irpine all'apertura internazionale attraverso la fornitura di servizi di assistenza, informazione e promozione. Accanto ai servizi di base per l'avvicinamento ai mercati esteri saranno erogati servizi di assistenza specialistica per incrementare l'efficacia dell'azione promozionale e ad assistere le imprese nel concretizzare accordi di collaborazione con partner esteri.

La priorità si rivolge, anche, al sistema economico nella sua complessità per sostenerne l'efficienza ed il livello di competitività delle imprese che insistono sul territorio.

In quest'ottica, è di immediata percezione il ruolo crescente che l'attività di studio e ricerca ricopre quale "serbatoio" di informazioni utili per orientare l'azione di governo e i processi decisionali a favore e a sostegno dello sviluppo economico e sociale: in tal senso si intende fornire tutto l'adeguato sostegno di studi e di informazione economica statistica.

Risorse complessive destinate, comprensive dei costi del personale e funzionamento riferiti alla realizzazione del programma:

**Euro 827.382,55**

## Obiettivi strategici

L'obiettivo complessivo per il 2019 sarà supportare la competitività ed il potenziale di crescita e di innovazione delle imprese irpine attraverso la strutturazione di interventi fondati sull'accrescimento dei vantaggi competitivi strutturali del sistema produttivo locale.

Si intensificheranno i rapporti con le strutture di ricerca per lo sviluppo e l'innovazione tecnologica al fine di favorire per le imprese del territorio l'accesso ad interventi diretti allo sviluppo di innovazione ed al proprio ammodernamento.

Per favorire la diffusione delle opportunità offerte dal piano del governo Industria 4.0, la Camera proseguirà il lavoro avviato con il "**Punto Impresa Digitale**" per le imprese di tutti i settori - dall'agricoltura, all'industria, all'artigianato, al terziario di mercato, ai servizi e delle imprese anche di più piccola dimensione, incluse quelle individuali ed i professionisti - attraverso servizi di informazione, formazione e assistenza tecnica in collaborazione con gli altri soggetti attivi nel Piano Industria 4.0 (Digital Innovation Hub, Competence Center, ecc.).

Il supporto offerto dai PID alle imprese riguarderà, oltre alle tematiche manifatturiere tipiche di Industria 4.0, anche diversi campi applicativi quali, a titolo esemplificativo:

- l'agricoltura di precisione con l'utilizzo di tecnologie digitali finalizzate a conciliare l'aumento della produttività, la riduzione dei costi, la sostenibilità ambientale, la sicurezza e la qualità dei prodotti (ad es. utilizzo sensori e droni per monitoraggio coltivazioni);
- l'artigianato digitale, con il nuovo paradigma della produzione digitale, della stampa 3D, dei progetti opensource, rispondendo alle esigenze di diversificazione e personalizzazione ed aprendo le porte a nuovi modelli di business nell'artigianato di produzione e di servizio (manifattura additiva, realtà aumentata per meccanici, impiantisti, internet delle cose, ecc.);
- l'edilizia 4.0, non solo nella produzione di materiali, componenti ed impianti quanto in termini di applicazione agli edifici, ad esempio, dell'IoT (sicurezza, efficienza energetica, domotica, manutenzione), progettazione e gestione cantieri, robotica applicata alle costruzioni;

- negozi smart, dall'utilizzo di strumenti digitali e l'internet of things per il proximity marketing, la cura della shopping experience e della relazione con il cliente (es. Vetrine digitali), la movimentazione in-store e la gestione di magazzino e della supply chain per comprendere i più "usuali" strumenti del web 2.0 .

Il sostegno al processo di internazionalizzazione del territorio e delle imprese si concretizzerà in un insieme di attività e di servizi finalizzati sia a rafforzare la competitività sui mercati esteri del sistema produttivo locale - attraverso azioni e strumenti di promozione - che a favorire le singole imprese/gruppi di imprese nell'accesso a quei servizi qualificati che possono favorire strategicamente la loro presenza sui mercati esteri.

Indicatore	Tipo	Valori Target
		2019
Iniziative sul tema del turismo enogastronomico e culturale di valorizzazione del territorio	Indicatore di output	Realizzazione di due iniziative entro l'anno
Favorire i percorsi di digitalizzazione delle imprese	Indicatore di output	Potenziamento e ampliamento dei servizi forniti dal PID

Per quanto concerne l'orientamento e la formazione La Camera di Commercio di Avellino punta a realizzare dal 2019 Laboratori territoriali per il raccordo tra domanda e offerta di formazione e lavoro incentrato sullo sviluppo di nuove iniziative in materia di Istruzione Tecnica e Tecnica Superiore (ITS) e alla promozione e diffusione della cultura tecnico-scientifica. In tale ambito saranno attivate azioni prioritariamente volte a

- verificare e monitorare in provincia di Avellino l'attivazione o lo sviluppo/consolidamento degli Istituti Tecnici Superiori che, come parte integrante dei Poli Tecnico-Professionali, sono chiamati a formare tecnici specializzati, che rispondano alle esigenze di innovazione e ricerca del tessuto produttivo;
- valutare, attraverso un adeguato studio di fattibilità, le opportunità e le condizioni operative necessarie per dare luogo alla attivazione di nuovi ITS, coerenti con le esigenze produttive;

- far emergere i fabbisogni di professionalità e le competenze necessarie per lo sviluppo della competitività delle imprese (specialmente le PMI), al fine di progettare, sperimentare e aggiornare specifici curricula e profili formativi, da proporre nell'ambito dell'offerta ITS, riguardanti aree di competenze o figure professionali tecniche altamente specializzate, richieste dalle imprese, con particolare riguardo per quelle collegate alle funzioni aziendali più strategiche per l'innovazione, lo sviluppo e la competitività del territorio (es. internazionalizzazione, creazione e gestione di reti d'impresa, energia, mobilità, logistica integrata ecc.)
- promuovere e sviluppare l'aggiornamento, ri-qualificazione e formazione continua del personale già occupato, per garantire il costante adeguamento delle competenze ai processi e ai fabbisogni di innovazione delle imprese e per mantenere e sviluppare i livelli di occupabilità lungo tutto l'arco della vita;
- sviluppare modelli e percorsi in alternanza, incentrati sui tirocini formativi e di orientamento, aperti alla dimensione internazionale nei percorsi ITS.
- favorire la sensibilizzazione e la promozione di iniziative specifiche per lo sviluppo della cultura d'impresa, dell'innovazione e tecnico-scientifica, attraverso l'organizzazione di incontri, moduli formativi e di orientamento o di altre iniziative rivolte ai giovani, e più specificatamente agli studenti delle scuole superiori e delle università, oltretutto agli insegnanti;
- orientare, facilitare e agevolare la transizione dei giovani in uscita dai percorsi formativi e, più in generale, l'ingresso o il reinserimento di persone inoccupate e disoccupate nel mondo del lavoro, sia dipendente che indipendente (con particolare riguardo per alcune fasce di lavoratori a elevata qualificazione e/o di cui le imprese lamentano la carenza oppure di specifico rilievo sotto il profilo istituzionale e/o sociale), promuovendo specifici percorsi informativi e formativi di orientamento alle professioni tecnico scientifiche più richieste e più in generale alle modalità di accesso nel mondo del lavoro, dipendente o indipendente.

Dai dati sulle imprese iscritte nel RASL Avellino con 250 imprese risulta la prima provincia del Mezzogiorno e tra le prime in Italia, grazie anche alle attività d'informazione mirata realizzata dagli uffici camerali. Nel 2018 l'obiettivo della CCIAA di Avellino è d'incentivare l'attività di promozione del Registro attraverso le seguenti azioni:

- Realizzazione di accordi di collaborazione a livello locale con le associazioni imprenditoriali, i professionisti, il non profit, gli enti locali e i soggetti del mondo della formazione (scuole statali e private, enti di formazione professionale) per valorizzare il ruolo del RASL;
- Iniziative di comunicazione locale: campagne mailing, seminari ecc.;
- Utilizzo del portale FILO per condivisione della documentazione di comune interesse (protocolli attivati, azioni di successo ecc.).
- L'iniziativa Alternanza Day, rappresenta l'occasione per incontrare il mondo della scuola e il sistema imprenditoriale per presentare le principali iniziative che vedono impegnate le Camere di commercio a supporto dell'alternanza scuola -lavoro e dell'orientamento. Le tematiche affrontate riguarderanno le nuove funzionalità del registro nazionale, la promozione del premio " Storie di alternanza", le iniziative della CCIAA per l'alternanza scuola - lavoro, il sistema informativo del progetto Excelsior utili ai fini dell'orientamento.

Indicatore	Tipo	Valori Target
		2019
Progetti tesi all'integrazione tra mondo della scuola e del lavoro	Indicatore di output	Almeno due iniziative nell'anno
Registro Nazionale Alternanza Scuola Lavoro	Indicatore di output	Aumento di almeno il 5% delle imprese iscritte
Iniziative di comunicazione locale	Indicatore di output	Almeno due campagne di comunicazione entro l'anno

## MISSIONE REGOLAZIONE DEI MERCATI

Il decreto di riforma, ha confermato in pieno i compiti delle Camere di commercio nel campo della trasparenza del mercato e della tutela del consumatore.

In particolare sull'argomento vanno ricordate le seguenti competenze delle Camere di commercio:

- g) costituzione di commissioni arbitrali e conciliative per la risoluzione delle controversie tra imprese e tra imprese e consumatori e utenti;
- h) predisposizione di contratti-tipo tra imprese, loro associazioni e associazioni di tutela degli interessi dei consumatori e degli utenti;
- i) promozione di forme di controllo sulla presenza di clausole inique inserite nei contratti;
- l) vigilanza e controllo sui prodotti e per la metrologia legale e rilascio dei certificati d'origine delle merci;

Per il **2019** la Camera intende sostenere e valorizzare le funzioni di garanzia e trasparenza, che può peraltro essere rafforzata anche attraverso la collaborazione con altri soggetti su funzioni di controllo della concorrenza e del mercato a livello locale. Per dare maggior fiducia al mercato, va ulteriormente potenziato l'impegno della Camera di commercio nella promozione di un modello di giustizia civile rapido, efficace e poco costoso, diffondendo la cultura e gli strumenti della giustizia alternativa (costituzione di commissioni arbitrali e conciliative) e la predisposizione di contratti-tipo tra imprese, loro associazioni e associazioni di tutela degli interessi dei consumatori e degli utenti per promuovere forme di controllo sulla presenza di clausole inique inserite nei contratti. Tutto ciò nel 2016 verrà svolto ma nel rispetto dei vincoli di bilancio imposti dalla legge 114/2014.

Le Camere di Commercio, difatti, hanno il compito di vigilare sul mercato e di favorirne la regolazione attraverso la promozione di regole certe ed eque, lo sviluppo delle pratiche contrattuali coerenti con le regole, la correttezza dei comportamenti degli operatori, la vigilanza sulla sicurezza e conformità dei prodotti immessi sul mercato. Per aiutare le imprese ad affrontare la rete delle relazioni produttive e commerciali, il sistema delle Camere di Commercio ha messo a punto alcuni servizi, che per semplicità possiamo chiamare di regolamentazione del mercato.

A tal fine, anche l'Ente camerale promuove e coordina iniziative e servizi che favoriscano migliori condizioni di equilibrio nel mercato fra consumatori e imprese. Anzi proprio quest'ultimo è un settore di attività in forte espansione, non a caso l'art. 7 del Decreto Sviluppo, al comma 2, introduce il principio di programmazione e coordinamento degli accessi di natura amministrativa nei confronti delle piccole e medie imprese, fermo restando l'impegno richiesto alle Camere di svolgere sempre più efficacemente la propria funzione istituzionale di regolazione del mercato e tutela del consumatore, soprattutto

attraverso la diffusione di informazioni chiare e trasparenti, che favoriscano lo sviluppo di un consumo consapevole e facilitino un corretto svolgimento dei rapporti contrattuali tra consumatori e imprese.

Il sistema camerale nel suo complesso e la Camera di Avellino in particolare, ha molto investito, negli anni scorsi, nella materia della "media conciliazione", guadagnandosi sul campo un ruolo e meritando appieno la fiducia accordatale, anche dal legislatore, e certamente questo influisce sulle richieste provenienti da soggetti terzi di stipulare con la Camera di Avellino, in particolare, una convenzione finalizzata alla gestione dell'attività di mediazione: anche su questo versante nel **2019** l'impegno sarà forte e teso ad offrire ai cittadini, ed alle imprese, uno strumento agile, rapido ma, nello stesso tempo assolutamente efficace rispetto alla risoluzione di qualsiasi tipo di controversia.

Nel corso del **2019** la Camera intende potenziare il servizio di vigilanza nei settori di sua competenza, tenendo presente che tale attività non dovrà essere condotta con spirito punitivo e repressivo ma piuttosto con intenti di informazione e collaborazione con le imprese soggette a verifiche.

Risorse complessive destinate, comprensive dei costi del personale e funzionamento riferiti alla realizzazione del programma: **Euro 674.119,26**

### **Obiettivi strategici**

In particolare nel corso del **2019** la Camera punterà ad incrementare le conciliazioni con riferimento ai settori di acqua, luce, gas e consumo.

Sempre per il **2019** l'Ente si impegnerà ad effettuare una verifica dinamica dei requisiti degli iscritti agli albi e ruoli.

Nel corso del **2019** la Camera intende potenziare il servizio di vigilanza nei settori di sua competenza, tenendo presente che tale attività non dovrà essere condotta con spirito punitivo e repressivo ma piuttosto con intenti di informazione e collaborazione con le imprese soggette a verifiche.

Indicatore	Tipo	Valori Target
		2019

Conciliazioni in materia di acqua, luce, gas e consumo	Indicatore di output	Aumento del 5% del numero di conciliazioni realizzate
Aggiornamento del regolamento di conciliazione dell'Ente	Indicatore di output	Aggiornamento da realizzarsi entro l'anno
Verifica di mancato requisiti per gli albi e ruoli	Indicatore di output	Aggiornamento da realizzarsi entro l'anno

## **MISSIONE COMMERCIO INTERNAZIONALE ED INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA PRODUTTIVO**

Per il 2019 la Camera proseguirà nella sua azione di supporto al processo di internazionalizzazione delle imprese irpine attraverso l'emanazione di bandi che prevederanno il sostegno ad iniziative di tipo promozionale, di cooperazione commerciale ed industriale dell'export irpino. Sul tema dell'internazionalizzazione Unioncamere e il MISE hanno definito un protocollo d'intesa che affida alle camere di commercio, in ragione del recente decreto di riforma, il compito di preparare le PMI a operare all'estero, prevedendo anche delle forme di raccordo con l'ICE (Istituto per il Commercio Estero). Lo scopo è semplice quanto ambizioso, portare più imprese all'estero e rafforzare le quote di mercato di quelle già presenti.

La Camera inoltre sarà dedicata a promuovere e concentrare le attività su iniziative selezionate, in stretto raccordo con quelle indicate dal Sistema Camerale e dalle priorità di Governo, sia sulle aree tradizionali che sui Paesi cosiddetti emergenti, rendendo sempre più organico il raccordo tra i diversi soggetti del sistema camerale impegnati nella promozione dell'Italia all'estero. Tra quelle di particolare interesse si annovera il progetto "Chamber mentoring for International Growth" che ha lo scopo di creare e attivare un network di professionisti italiani all'estero da mettere a disposizione - a titolo gratuito - di imprese italiane intenzionate a sviluppare la propria presenza sui mercati.

Un altro canale di intervento riguarderà la sostenibilità sia ambientale che sociale dell'impresa attraverso iniziative di supporto ed informazione, nonché iniziative sul microcredito.

Un obiettivo sarà l'intensificare i rapporti con le strutture di ricerca per lo sviluppo e

l'innovazione tecnologica al fine di favorire per le imprese del territorio l'accesso ad interventi diretti allo sviluppo di innovazione ed al proprio ammodernamento.

Il sostegno al processo di internazionalizzazione del territorio e delle imprese si concretizzerà in un insieme di attività e di servizi finalizzati sia a rafforzare la competitività sui mercati esteri del sistema produttivo locale - attraverso azioni e strumenti di promozione - che a favorire le singole imprese/gruppi di imprese nell'accesso a quei servizi qualificati che possono favorire strategicamente la loro presenza sui mercati esteri.

La Camera proseguirà nella sua azione di supporto al processo di internazionalizzazione delle imprese irpine attraverso l'emanazione di bandi che prevederanno il sostegno ad iniziative di tipo promozionale, fieristico, di cooperazione commerciale ed industriale dell'export irpino.

La Camera inoltre si dedicherà a promuovere e concentrare le attività su iniziative selezionate, in stretto raccordo con quelle indicate dal Sistema Camerale e dalle priorità di Governo, sia sulle aree tradizionali che sui Paesi cosiddetti emergenti, rendendo sempre più organico il raccordo tra i diversi soggetti del sistema camerale impegnati nella promozione dell'Italia all'estero. Le iniziative saranno purtroppo di meno rispetto al recente passato a causa del taglio delle entrate. Ciò però sarà motivo per far sì che le iniziative poste in essere siano di maggiore qualità e più performanti.

Sarà indispensabile concentrarsi - oltre che sul citato tema delle reti d'impresa anche sulle attività che vede la Camera impegnata ad aumentare il numero delle imprese esportatrici, con particolare riferimento a quelle che lo fanno con carattere di eccezionalità e non di priorità.

L'assistenza ed il supporto alle realtà produttive passerà anche attraverso la partecipazione dell'Ente ai programmi comunitari a gestione diretta e indiretta, per sviluppare specifiche iniziative anche con l'attivazione di partenariati europei e garantire la massimizzazione delle ricadute economiche sul territorio provinciale derivanti dall'attivazione dei progetti, ed a tal fine la Camera intende implementare la rete di contatti istituzionali sia a livello nazionale che comunitario.

Consapevoli che la lotta per la competitività delle imprese si gioca indifferentemente sia sul mercato nazionale che internazionale, grazie soprattutto al presidio del proprio target di riferimento e che l'utilizzo degli strumenti social e del web è diventato una importante leva di sviluppo, la Camera intende proseguire le attività per la digitalizzazione del sistema produttivo irpino, proseguendo quanto già avviato con i

progetti Distretti sul Web ed Eccellenze in digitale, promossi da Unioncamere e Google per diffondere la cultura dell'innovazione digitale, favorire la crescita della consapevolezza dei vantaggi di competitività apportati dalla maggiore diffusione dei servizi ICT avanzati e sensibilizzare le PMI rispetto all'impatto economico di internet ed alle possibilità che le tecnologie digitali offrono per la crescita economica.

Risorse complessive destinate, comprensive dei costi del personale e funzionamento riferiti alla realizzazione del programma: **Euro 1.012.721,09**

### **Obiettivi strategici**

A vantaggio del sistema delle imprese locali, l'Ente intende elaborare iniziative e progetti anche di carattere innovativo nei settori produttivi.

Difatti, tra le finalità prioritarie perseguite dall'Ente - rientra quella della valorizzazione delle tipicità del territorio. Accanto ai prodotti dell'enologia irpina, che ormai sono collocati ai vertici della viti-vinicoltura nazionale, occorre valorizzare anche altre produzioni.

La valorizzazione del territorio comporta linee di azione che inevitabilmente interessano la totalità dei settori produttivi. La promozione del territorio, difatti, coinvolge diversi fattori: valorizzazione dei prodotti locali e delle peculiarità storico culturali e paesaggistiche, attrazione di potenziali investimenti.

Questa priorità rientra, pertanto, tra le attività tradizionali di intervento della Camera e si estrinseca in iniziative che possono riguardare tutti i settori economici, con particolare riferimento al comparto agroalimentare ed artigianato tipico.

Un'attenzione specifica riguarderà la valorizzazione dei prodotti DOP e IGP, perseguendo la cultura della qualificazione quale leva più idonea ad assicurare sviluppo e sostenibilità all'economia territoriale.

Nel corso del **2019** si prevede di realizzare un'iniziativa di valorizzazione dell'Irpinia e delle sue eccellenze produttive, anche accompagnata da un'attività di incoming di operatori esteri. La promozione delle produzioni enogastronomiche è sempre strettamente legata al suo territorio, alle sue specificità e tradizioni, per questa ragione s'intende prevedere un incoming di buyers che sia esperienziale e che sia collegato alla promozione delle nostre produzioni tipiche. Il progetto si muoverà sulle seguenti direttrici:

- mappatura iniziale delle aziende produttive che definiremo di "propensione all'accoglienza" mirata a verificare la dotazione presso la struttura produttiva di siti visitabili, cantine, sale degustazioni, laboratori gastronomici, risorse professionali per

l'accoglienza di visitatori/buyers/operatori esteri ecc. eventuali accordi con altre strutture, associazioni, ecc. per organizzare attività esperienziali, anche per definire eventuali pacchetti turistici;

- affiancamento e formazione dei produttori e delle risorse umane coinvolte nell'accoglienza, alla valorizzazione e promozione del territorio oltre che delle produzioni, anche rispetto alle conoscenze linguistiche del personale coinvolto;
- incoming di buyer esteri interessati alle nostre produzioni anche attraverso esperienze dirette (laboratori, cooking class, degustazioni, partecipazioni a sagre, escursioni, visite turistiche, ecc.).

Sempre in termini di valorizzazione del territorio l'Ente nel corso del **2019** dovrà focalizzare la propria attenzione anche su iniziative mirate ad incentivare il turismo enogastronomico e culturale, in collaborazione con istituzioni e soggetti privati operanti nel settore, perchè si possa fare in modo che almeno una parte dei tanti turisti che si riversano sulle aree costiere della Regione Campania possano essere invogliati a visitare i nostri territori, i nostri borghi.

In particolare per il **2019** la Camera di Commercio di Avellino conferma la partecipazione al Vinitaly nel padiglione Campania con uno spazio espositivo – di cui curerà direttamente la gestione - pari almeno alla superficie occupata nella passata edizione della fiera, al fine di valorizzare le identità territoriali a vocazione vitinivinicola, con particolare riguardo ai luoghi di produzione dei vini DOCG dando adeguata visibilità all'Irpinia a TUTTOFOOD.

La Camera intende attuare questi percorsi con la collaborazione con gli enti locali e gli stakeholder locali, sia pubblici che privati, in linea con quanto sancito nel Piano strategico di sviluppo del turismo 2017-2022 definito dal Ministero dei beni culturali nonché delle nuove funzioni in questo settore attribuite alle camere dalla citata legge di riforma.

Per il **2019** la Camera di Avellino inoltre è ipotizzabile che organizzi anche altre fiere, Artigianato in Fiera e TheOne.

La Camera di Avellino intende proseguire le attività in tema di legalità in quanto è indiscutibile che le imprese hanno più possibilità di crescita in un territorio "sano"

Indicatore	Tipo	Valori Target
		2019
Emanazione di un bando sul tema dell'internazionalizzazione	Indicatore di output	Almeno 1 iniziativa entro l'anno
Attività, workshop e seminari realizzati sul tema dell'internazionalizzazione	Indicatore di output	Almeno 2 iniziative entro l'anno
Turismo enogastronomico e culturale	Indicatore di output	Almeno 2 iniziative entro l'anno

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

Nel corso degli anni la riorganizzazione delle attività della Camera di Commercio ha avuto come obiettivo finale il miglioramento dei servizi resi alle nostre imprese: si pensi all'uso della firma digitale e all'utilizzo dei sito web non soltanto quale strumento di comunicazione bensì pure quale mezzo di assistenza per le imprese.

Per aiutare le imprese bisogna essere sempre più vicini alle loro esigenze attraverso i servizi offerti: la Camera di Commercio sta lavorando in tale ottica per essere un'amministrazione moderna, efficiente e trasparente sempre più vicina agli operatori economici. E' per queste motivazioni che tale obiettivo costituisce una delle più importanti azioni dell'Ente camerale da perseguire nella consapevolezza di dover rispondere alle esigenze dell'utenza in modo sempre più innovativo ed efficace e rendere conto della propria missione istituzionale.

Il processo di accorpamento tra le Camere di Commercio di Avellino e Benevento è ormai prossimo alla sua definizione. Con decreto del Presidente della Giunta Regionale della Campania n. 145 del 12 settembre u.s. (pubblicato sul BURC n. 66 del 13 settembre 2018) sono state individuate le rappresentanze delle Associazioni in seno al Consiglio camerale della costituenda Camera di Commercio Irpinia Sannio. Successivamente, il 24 settembre 2018, il citato decreto è stato ritirato sia per la presenza di alcuni evidenti errori materiali

sia perchè le competenti autorità regionali hanno reputato necessario procedere con un supplemento istruttorio per ulteriori verifiche da condurre nei confronti delle Associazioni partecipanti. È comunque ragionevole ipotizzare che a breve, una volta completata questa ulteriore fase istruttoria e adottati i conseguenziali provvedimenti, la fusione tra le due camere delle aree interne della Campania troverà il suo compimento definitivo.

Risorse complessive destinate, comprensive dei costi del personale e funzionamento riferiti alla realizzazione del programma: **Euro 1.584.539,80**

### **Obiettivi strategici**

Per le motivazioni su argomentate nel corso del **2019** in particolare si mirerà a:

- integrare i servizi delle Camere di Avellino e Benevento;
- migliorare la percezione del ruolo della Camera di Commercio sul territorio e rafforzarne l'immagine attraverso la realizzazione di interventi coordinati, omogenei e uniformi;
- coordinare la divulgazione dell'informazione di base sui servizi camerali, con particolare riguardo a quelli più innovativi a sostegno delle imprese, attraverso il potenziamento del servizio già in essere, grazie ad una piattaforma tecnologica che consente alle imprese, ai professionisti, alle associazioni di categoria, agli Enti locali, di ricevere notizie ed informazioni su iniziative provenienti dalla Camera di Commercio di Avellino, sulla base delle caratteristiche e degli interessi espressi dai soggetti richiedenti;
- monitorare il grado di soddisfazione dell'utenza.

Sempre per il **2019** la Camera potenzierà il servizio di risposta all'utenza via posta elettronica al fine di promuovere un'informazione celere e qualificata agli utenti dell'Ente, che sarà migliorato anche attraverso l'aggiornamento costante di una sezione dedicata alle FAQ sul sito web istituzionale.

Indicatore	Tipo	Valori Target
		2019
Aggiornamento della sezione Faq del sito web	Indicatore di output	Iniziativa da realizzarsi entro luglio
Utilizzo della mail <a href="mailto:registro.impres@av.camcom.it">registro.impres@av.camcom.it</a> per rispondere alle richieste dell'utenza	Indicatore di output	Incremento della posta elettronica di almeno il 10% rispetto alla precedente annualità
Integrazione dei servizi resi dalle Camere di Avellino e Benevento		Completamento del processo di integrazione dei servizi entro l'anno

La realizzazione degli osservatori dell'economia locale e la diffusione dell'informazione economica rappresentano un cardine della Riforma delle Camere di commercio, insieme alle informazioni economiche contenute nel Registro delle imprese, nel Repertorio economico-amministrativo e degli altri Registri ed albi.

L'Ente camerale – in quanto osservatorio privilegiato e divulgatore di dati economico-statistici dell'economie locale - intende impegnarsi attraverso gli uffici camerali e l'ufficio Studi e Statistica nella valorizzazione del vasto patrimonio informativo disponibile attraverso la promozione di strumenti divulgativi indispensabili quale leve competitive nei processi programmati per le politiche e lo sviluppo del territorio irpino e della sua competitività.

Monitorare tempestivamente gli effetti dell'evoluzione economica sui modelli e sui livelli di sviluppo del territorio, è una funzione fondamentale dell'Ente per stimolare la competitività e l'innovazione delle imprese provinciali. Attraverso l'elaborazione di bollettini periodici statistico-economici (da divulgare via web) e rapporti tematici a supporto dell'economia locale e degli operatori economici si vogliono evidenziare le tendenze emergenti e gli orientamenti dei mercati, affinché l'aggiornamento dell'informazione statistica possa costituire un'importante base decisionale per l'implementazione di politiche socio-economiche a livello locale.

<b>Indicatore</b>	<b>Tipo</b>	<b>Valori Target</b>
		<b>2019</b>
L'informazione economica-statistica e la sua diffusione	Indicatore di output	Almeno 4 report statistici entro fine anno
Bollettino informativo economico statistico periodico di tipo elettronico	Indicatore di output	Almeno 3 report statistici entro fine anno

**IL SEGRETARIO GENERALE**  
**(Dott. Luca Perozzi)**

**IL PRESIDENTE**  
**(Ing. Oreste Pietro Nicola La Stella )**