



Camera di Commercio
Avellino



Piano della PERFORMANCE 2019-2021

Approvato con deliberazione d'urgenza n. 3 del 29/01/2019

INDICE

1. **Presentazione**

1.1 I Principi della Performance	pag. 4
----------------------------------	--------

2. **Sintesi delle informazioni di interesse per i cittadini e gli stakeholder esterni**

2.1 Chi siamo	pag. 7
2.2 Cosa facciamo	pag. 9
2.3 Come operiamo	pag. 11

3. **Identità**

3.1 L'amministrazione in cifre	pag. 15
3.2 Mandato istituzionale e Missione	pag. 16
3.3 Albero della Performance	pag. 19

4. **Analisi del contesto**

4.1 Il quadro economico	pag. 21
4.2 Il quadro organizzativo dell'Ente	pag. 43

5. **Obiettivi strategici**

5.1 La Programmazione strategica	pag. 53
5.2 Gli obiettivi strategici	pag. 55

6. **Dagli obiettivi strategici agli obiettivi operativi**

6.1 Gli obiettivi operativi	pag. 81
6.2 Obiettivi assegnati al personale dirigenziale	pag. 85
6.3 Schede di programmazione	pag. 85

7. **Il processo seguito e le azioni di miglioramento del ciclo di gestione della performance**

7.1 Fasi, soggetti e tempi del processo di redazione del Piano	pag. 87
7.2 Coerenza con la programmazione economico – finanziaria e di bilancio	pag. 87
7.3 Azioni per il miglioramento del ciclo di gestione della performance	pag. 89

8. **Allegati**

1. PRESENTAZIONE

1. PRESENTAZIONE

All'interno del ciclo annuale di programmazione, il piano della performance svolge il compito di concretizzare gli obiettivi che l'Amministrazione si è posta nella relazione previsionale e programmatica 2019. Ovviamente sui contenuti e l'orizzonte temporale del presente piano ha avuto incidenza il processo di accorpamento tra le Camere di Commercio di Avellino e Benevento che 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. E' 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.

1.1 I principi della Performance

Ai sensi dell'art. 4 del D.lgs. n. 150/2009, l'adozione del presente Piano, in maniera coerente con il ciclo di gestione della programmazione finanziaria e di bilancio, dà avvio al ciclo di gestione della performance.

La prima fase del ciclo di gestione della performance è data dalla definizione e assegnazione degli obiettivi, i quali, ai sensi dell'art. 5, comma 2, devono essere:

- a) rilevanti e pertinenti rispetto ai bisogni della collettività, alla missione istituzionale, alle priorità politiche ed alle strategie dell'amministrazione;
- b) specifici e misurabili in termini concreti e chiari;
- c) tali da determinare un significativo miglioramento della qualità dei servizi erogati e degli interventi;
- d) riferibili ad un arco temporale determinato, di norma corrispondente ad un anno;

e) commisurati ai valori di riferimento derivanti da standard definiti a livello nazionale e internazionale;

f) confrontabili con le tendenze della produttività dell'amministrazione con riferimento, ove possibile, almeno al triennio precedente;

g) correlati alla quantità e alla qualità delle risorse disponibili.

È fondamentale, inoltre, puntualizzare ed includere le attese degli stakeholder ai fini di un'effettiva accountability e trasparenza.

I principi generali cui attenersi sono:

1. Trasparenza
2. Immediata intelligibilità
3. Veridicità e verificabilità
4. Partecipazione
5. Coerenza interna ed esterna
6. Orizzonte pluriennale
7. Collegamento ed integrazione con il processo ed i documenti di programmazione economico finanziaria e di bilancio
8. Gradualità.

Dal punto di vista dei contenuti, il piano delle Performance deve contenere gli obiettivi strategici ed operativi; quindi, gli indicatori per la misurazione e la valutazione della performance dell'amministrazione ed infine gli obiettivi assegnati al personale dirigenziale ed i relativi indicatori.

È, inoltre, auspicabile delineare l'Identità dell'amministrazione, una valutazione SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*) e l'evidenza del processo seguito per la realizzazione del Piano e delle azioni di miglioramento del Ciclo di gestione delle performance.

**2. SINTESI DELLE INFORMAZIONI DI INTERESSE
PER I CITTADINI E GLI STAKEHOLDER ESTERNI**

2.1 CHI SIAMO

La Camera di Commercio di Avellino è un ente autonomo di diritto pubblico che svolge funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese e i consumatori e promuove lo sviluppo dell'economia provinciale.

L'Ente fu fondato con Regio Decreto 23 ottobre 1862 - a soli 3 mesi di distanza dalla legge 6 luglio 1862, n.680 - ed è una delle Camere di Commercio più antiche d'Italia, con una tradizione di forte impegno per lo sviluppo dell'industria, dell'industria, dell'agricoltura, delle infrastrutture ma anche della cultura e della formazione tecnica e commerciale.

La Camera di Commercio di Avellino è amministrata dal Presidente e da una Giunta, formata dal Presidente più 4 membri, eletta dal Consiglio, formato a sua volta da 28 consiglieri espressi delle categorie economiche maggiormente rappresentative della provincia.

Al vertice dell'amministrazione della Camera di Commercio c'è il Segretario Generale con funzioni di gestione operativa e di sovrintendenza al personale camerale.

Si riportano a seguire la composizione ed i nominativi dei suddetti organi politico-amministrativi.

Consiglio della Camera di Commercio di Avellino

Il Consiglio della Camera di Commercio di Avellino è composto dai seguenti 27 Consiglieri:

In rappresentanza dell'agricoltura:

Venuti Marianna, Frattolillo Angelo, Barbatì Veronica

In rappresentanza dell'artigianato:

Pesce Berardino, Palladino Sabrina, Mocella Ettore

In rappresentanza dell'industria:

Catauro Ignazio, Maioli Giacinto, Vozzella Federica, Rizzo Franco, Coscia Ciriaco

In rappresentanza del commercio:

Capone Costantino, La Stella Oreste Pietro Nicola, Remodelli Tommaso, Combatelli Diana Maria, Marinelli Giuseppe Luigi

In rappresentanza della cooperazione:

Borea Antonio

In rappresentanza del turismo:

Salvante Luigi

In rappresentanza dei trasporti e spedizioni:

Ventre Crescenzo

In rappresentanza dei servizi alle imprese:

Pezzella Andrea, Cipriano Antonio, Petrucciani Milena

In rappresentanza di altri settori:

Penza Pasquale

In rappresentanza del credito e delle assicurazioni

Granauro Vito Antonio

In rappresentanza delle organizzazioni sindacali:

Mario Melchionna

In rappresentanza delle associazioni dei consumatori:

Vassallo Laura

Designazione Consulta delle Professioni (art. 8, comma 6 DM 156/2011):

Tedesco Francesco

Il Presidente è il l'Ing. Oreste Pietro Nicola La Stella, eletto dal Consiglio il giorno 11 maggio 2016.

La Giunta è costituita come segue:

- **Oreste Pietro Nicola La Stella** - Presidente
- **Mocella Ettore** - in rappresentanza dell'Artigianato
- **Antonio Cipriano** - in rappresentanza dei Servizi alle Imprese
- **Venuti Marianna** - in rappresentanza dell'Agricoltura
- **Vozzella Federica** - in rappresentanza dell'Industria

Il Segretario Generale della Camera di Commercio di Avellino è il dott. **Luca Perozzi**.

2.2 COSA FACCIAMO

La Camera di Commercio Industria, Artigianato e Agricoltura di Avellino svolge, nell'ambito della provincia di Avellino, sulla base del principio di sussidiarietà di cui all'articolo 118 della Costituzione, funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese, curandone lo sviluppo nell'ambito delle economie locali.

Con decreto n. 219 del 25 novembre 2016 in vigore dal 10/12/2016, il Consiglio dei Ministri, ai sensi della delega di cui all'art. 10 della legge n. 124/2015, ha approvato il riordino delle funzioni e del finanziamento delle Camere di Commercio. Ai sensi del nuovo art. 2 della legge 580/1993, le Camere di Commercio svolgono le funzioni relative a:

a) pubblicità legale generale e di settore mediante la tenuta del registro delle imprese, del repertorio economico amministrativo, ai sensi dell'articolo 8 e degli altri registri ed albi attribuiti alle Camere di Commercio dalla legge;

b) formazione e gestione del fascicolo informatico di impresa in cui sono raccolti i dati relativi alla costituzione, all'avvio e all'esercizio delle attività d'impresa, nonché funzioni di punto unico di accesso telematico in relazione alle vicende amministrative riguardanti l'attività di impresa, ove a ciò delegate su base legale o convenzionale;

c) tutela del consumatore ed della fede pubblica, vigilanza e controllo sulla sicurezza e conformità dei prodotti e sugli strumenti soggetti alla disciplina della metrologia legale, rilevazione dei prezzi e delle tariffe, rilascio dei certificati di origine delle merci e documenti per l'esportazione in quanto specificatamente previste dalla legge;

d) sostegno alla competitività delle imprese e dei territori tramite attività d'informazione economica e assistenza tecnica alla creazione di imprese e start up, informazione, supporto organizzativo e assistenza alle piccole e medie imprese per la preparazione ai mercati internazionali nonché collaborazione con ICE- Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, SACE, SIMEST e Cassa depositi e prestiti, per la diffusione e le ricadute operative a livello aziendale delle loro iniziative; sono in ogni caso escluse dai compiti delle Camere di Commercio le attività promozionali direttamente svolte all'estero;

d - bis) valorizzazione del patrimonio culturale nonché sviluppo e promozione del turismo, in collaborazione con gli enti e organismi competenti;

d -ter) competenze in materia ambientale attribuite dalla normativa nonché supporto alle piccole e medie imprese per il miglioramento delle condizioni ambientali;

e) orientamento al lavoro e alle professioni anche mediante la collaborazione con i soggetti pubblici e privati competenti, in coordinamento con il Governo e le Regioni e l'ANPAL (Agenzia Nazionale Politiche Attive Lavoro) attraverso in particolare:

1) la tenuta e la gestione, senza oneri a carico dei soggetti tenuti all'iscrizione, ivi compresi i diritti di segreteria a carico delle imprese, del registro nazionale per l'alternanza scuola lavoro di cui all'art. 1 comma 41 della legge 13 luglio 2015 n. 107, sulla base di accordi con il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca e con il Ministero del lavoro e delle politiche sociali;

2) la collaborazione per la realizzazione del sistema di certificazione delle competenze acquisite in contesti non formali e informali e nell'ambito dei percorsi di alternanza scuola – lavoro;

3) il supporto all'incontro domanda – offerta di lavoro, attraverso servizi informativi anche a carattere previsionale volti a favorire l'inserimento occupazionale e a facilitare l'accesso delle imprese ai servizi dei Centri per l'impiego, in raccordo con l'ANPAL;

4) il sostegno alla transizione dalla scuola e dall'università al lavoro, attraverso l'orientamento e lo sviluppo di servizi, in particolare telematici, a supporto dei processi di placement svolti dalle Università.

f) assistenza e supporto alle imprese in regime di libera concorrenza da realizzare in regime di separazione contabile. Dette attività sono limitate a quelle strettamente indispensabili al perseguimento delle finalità istituzionali del sistema camerale e non possono essere finanziate al di fuori delle previsioni di cui all'art. 18 comma 1 lettere b);

g) ferme restando quelle già in corso o da completare, attività oggetto di convenzione con le regioni ed altri soggetti pubblici e privati, stipulate compatibilmente con la normativa europea. Dette attività riguardano, tra l'altro, gli ambiti della digitalizzazione, della qualificazione aziendale e dei prodotti, del supporto al placement e all'orientamento, della risoluzione alternativa delle controversie. Le stesse possono essere finanziate con le risorse di cui all'articolo 18, comma 1, lettera a) esclusivamente in cofinanziamento con oneri a carico delle controparti non inferiori al 50%.

Oggi, la Camera di Commercio è prima di tutto l'interlocutore di 46.187 imprese oltre le unità locali (dato al 31 dicembre 2018) che in provincia di Avellino producono, trasportano o scambiano beni e servizi e delle categorie economiche che le rappresentano. Ma è anche un'istituzione al servizio dei cittadini/consumatori, attiva accanto agli enti locali per lo sviluppo economico, sociale e culturale del territorio.

2.3 COME OPERIAMO

La Camera di Commercio di Avellino esplica la propria azione attraverso una complessa rete organizzativa, articolata in:

- una struttura di uffici interna mediante la quale si erogano i servizi alle imprese e si assicura il funzionamento della macchina amministrativa;
- la partecipazione alle società e ai Consorzi del Sistema Camerale la cui attività istituzionale è collegata a quella della Camera di Commercio;
- la partecipazione ad una fondazione le cui attività istituzionali sono in piena coerenza con quella della Camera di Commercio,

ed opera per rafforzare la propria posizione sul territorio, in primis con riguardo al proprio ruolo di promozione dello sviluppo economico provinciale e di gestione di servizi.

Consolida, inoltre, nel tempo la rete di contatti e relazioni interistituzionali di natura concertativa e convenzionale alla quale collegare la programmazione e l'attuazione delle proprie iniziative, ritenendo che lo sviluppo sia frutto anche di un lavoro concertato e condiviso in un'azione sinergica tra tutti i soggetti, istituzionali e non, operanti sul territorio. In quest'ottica, l'Ente esercita da sempre attività di impulso e sostegno nei confronti di Unioncamere Campania, organismo per le politiche e le strategie di sistema e intermediario con l'Ente regionale.

Attraverso una costante presenza della Camera di Commercio ai tavoli istituzionali sono perseguiti sia l'impegno di creare partnership con gli altri enti per la gestione delle iniziative economiche a favore del territorio, che la volontà di accrescere la propria capacità propositiva. Particolare interesse è da sempre dedicato al sostegno all'internazionalizzazione dell'economia locale, sia direttamente sia attraverso la partecipazione ad azioni congiunte con il Sistema Camerale ed altri soggetti pubblici.

Nell'ambito di una più ampia strategia nazionale, la Camera realizza progetti di e-government con l'obiettivo di incidere drasticamente sulla semplificazione dei procedimenti amministrativi e sul miglioramento dell'accessibilità ai servizi camerali e della riduzione dei costi della "burocrazia" per le imprese.

L'Ente è, pertanto, promotore di sviluppo, semplificazione ed innovazione a tutti i livelli impegnandosi, finanziariamente e gestionalmente, insieme ad altri soggetti pubblici e privati.

La fotografia del sistema Camera

Alla data del 31 dicembre 2018 la CCIAA di Avellino ha partecipazioni dirette in 11 società, delle quali n. 2 in stato di liquidazione.

Di seguito una tabella di dettaglio:

SETTORE	Denominazione Società
Sistema Camerale	INFOCAMERE S.C.P.A.
Sistema Camerale	TECNO HOLDING S.P.A.
Sistema Camerale	BORSA MERCI TELEMATICA S.C.P.A.
Sistema Camerale	TECNOSERVICE
Sistema Camerale	I.S.N.A.R.T. S.C.P.A.
Sistema Camerale	RETECAMERE S.C.R.L.in liquidazione
Sistema Camerale	AGROQUALITA'
Sistema Camerale	IC OUTSOURCING S.C.R.L.
Sistema Camerale	JOB CAMERE S.R.L. in liquidazione
Sistema Camerale	ECOCERVED S.C.R.L.
Ricerca ed Innovazione	BIOGEM S.C.R.L.

Con riferimento alle suindicate partecipazioni, la Camera di Commercio di Avellino ha deliberato di procedere alla dismissione delle partecipazioni rispettivamente in Borsa Merci Telematica Italiana, ISNART, Techno Holding e Job camere.

Per completezza di esposizione si rappresenta che la su riportata tabella non contiene una "posizione" che (tecnicamente) non è una vera e propria "partecipazione societaria" in quanto caratterizzata da "conferimento di capitali" (Fondazione Università di Salerno) da parte dell'Ente camerale.

3. IDENTITÀ'

3.1 L'AMMINISTRAZIONE IN "CIFRE"

Si riportano a seguire i principali dati sul profilo dell'Amministrazione:

Numero sedi: 2 (1 legale in Piazza Duomo ed 1 operativa in Viale Cassitto)

Orario di apertura al pubblico:

- dal lunedì al venerdì dalle 8.30 alle 12.00;
- il lunedì e giovedì anche apertura pomeridiana dalle 14.30 alle 16.30.

Numero risorse umane (31 dicembre 2018):

35 (di cui 17 maschi e 18 femmine) così suddivisi per categoria, oltre a 1 Dirigente (Segretario Generale) :

- 14 D, 9 C, 9 B, 3 A

Numero imprese iscritte (31 dicembre 2018): 46.187 aziende al netto delle unità locali e 53.173 con le unità locali.

Spese per il personale 2017: €. 1.693.426,69.

3.2 MANDATO ISTITUZIONALE E MISSIONE

Il nostro mandato istituzionale

Ai sensi dell'articolo 1 primo comma della legge 29 dicembre 1993, n. 580 la Camera è un ente pubblico dotato di autonomia funzionale, ed in quanto tale Ente esponenziale e di autogoverno del sistema delle imprese, che svolge sulla base del principio di sussidiarietà orizzontale di cui all'articolo 118, quarto comma della Costituzione, funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese della circoscrizione territoriale di competenza.

La Camera di Commercio opera nell'ambito della circoscrizione territoriale di competenza al fine di:

- promuovere ed incoraggiare la modernizzazione, l'internazionalizzazione e lo sviluppo economico del territorio, del sistema delle imprese e delle economie locali, anche favorendo la creazione e il potenziamento di infrastrutture qualificanti, coordinando e promuovendo l'informazione economica e la formazione professionale;
- tutelare e perseguire un'economia aperta al fine di assicurare a tutti una pari opportunità, scoraggiare tendenze monopolistiche e valorizzare la dignità dell'impresa e del lavoro;
- favorire l'affermazione della libertà d'impresa e di iniziativa economica, della concorrenza e della trasparenza del mercato, tutelando i soggetti imprenditori e consumatori di fronte a possibili deviazioni e abusi delle condizioni del mercato e garantendo imparzialità rispetto a tutti i soggetti del mercato stesso;
- promuovere e valorizzare la cultura di impresa, anche al fine di stimolare la crescita di nuove e diverse forme di impresa;
- promuovere la cooperazione con le istituzioni pubbliche e private, anche a livello internazionale, preposte o interessate allo sviluppo economico del territorio.

Missione

La Camera ha posto al centro della sua attenzione il sistema delle imprese e lo sviluppo dell'economia locale, secondo la "*mission* camerale" individuata nel programma pluriennale di mandato 2015-2020.

Per perseguire detta "mission" intende:

- favorire la crescita dell'imprenditorialità attraverso il rafforzamento, l'innovazione e l'internazionalizzazione delle imprese e del sistema economico locale, sviluppando capacità di lettura delle esigenze del territorio;
- promuovere con particolare impegno l'interesse del sistema delle imprese locali a livello istituzionale.

A tal fine l'attività dell'Ente è mirata ad acquisire e ottimizzare le risorse esterne per la realizzazione di progetti, operare con efficacia ed efficienza, moltiplicare le risorse immesse nel sistema economico locale.

L'Ente si propone di essere inoltre luogo di influenza reciproca e di buoni comportamenti dove lavorare significa esprimere e sviluppare le proprie capacità (collaboratori, imprese, consumatori, partner esterni), raggiungere obiettivi significativi e sfidanti e vedere riconosciuto, anche economicamente, il proprio contributo alla loro realizzazione.

Vision

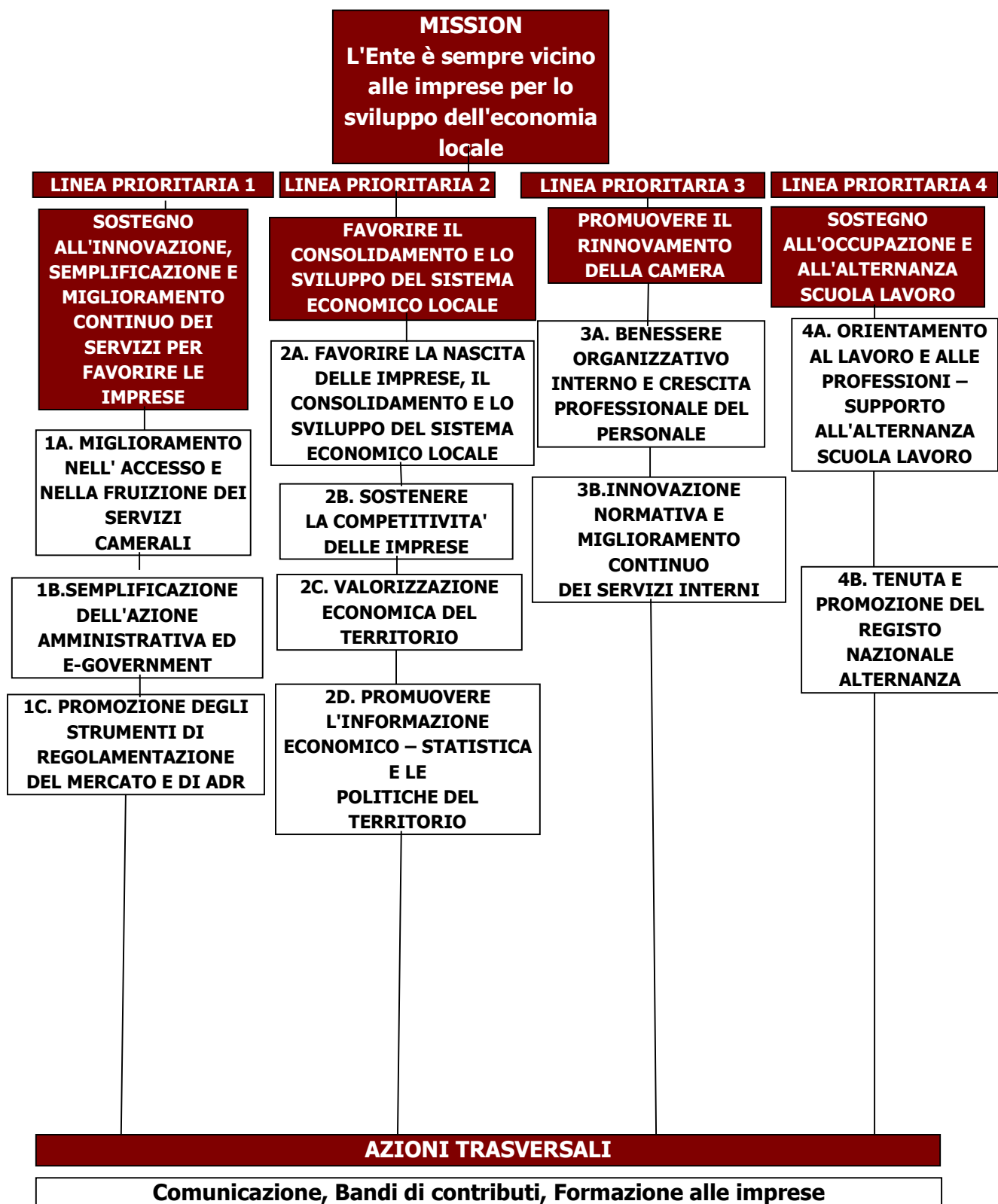
La Camera di Commercio ha il compito di erogare servizi diretti alle imprese. Le politiche dell'informazione, dell'innovazione, della valorizzazione e commercializzazione delle produzioni locali sono state individuate quali ambiti specifici di intervento per lo sviluppo in Italia e nel mondo, nel quadro dei moderni processi di produzione e nel contesto di una competitività che si presenta sempre più incalzante.

Dialogando con le imprese e con le organizzazioni imprenditoriali, la Camera svolge con criteri manageriali ed avvalendosi di strumenti tecnologici d'avanguardia:

- attività promozionali e di qualificazione del sistema economico (contributi e servizi di orientamento);
- servizi di regolazione del mercato;
- analisi e studi economici;
- servizi di certificazione e di pubblicità delle informazioni relative al sistema delle imprese;
- attività di sviluppo delle infrastrutture territoriali.

Nell'espletamento delle suddette attività, i concetti chiave della cultura camerale - quali sviluppo, territorio, imprese, crescita, equilibrio, innovazione, servizio e mercato - si intrecciano con i valori immateriali, quali l'eticità e il rigore morale, la tutela e la crescita del patrimonio di saperi e di esperienze realizzati negli anni.

3.3 Albero della performance



4. ANALISI DEL CONTESTO

4.1 IL QUADRO ECONOMICO

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 sono stati gli anni con una crescita più intensa per il nostro paese, anche se i dati relativi all'ultimo trimestre 2018 evidenziano un pil in netto calo con preoccupanti prospettive per l'anno in corso. Da un punto di vista territoriale non si è ancora in grado di valutare il bilancio del 2018 mentre invece si possono già fornire informazioni concrete per il 2017. Anno che ha avuto una protagonista, se ci riferiamo alle regioni più popolate, proprio nella regione Campania. Secondo le valutazioni Istat rilasciate 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 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 dei nove ultimi 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 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 per 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 quelli riscontrati 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 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

Piano della Performance 2019 – 2021

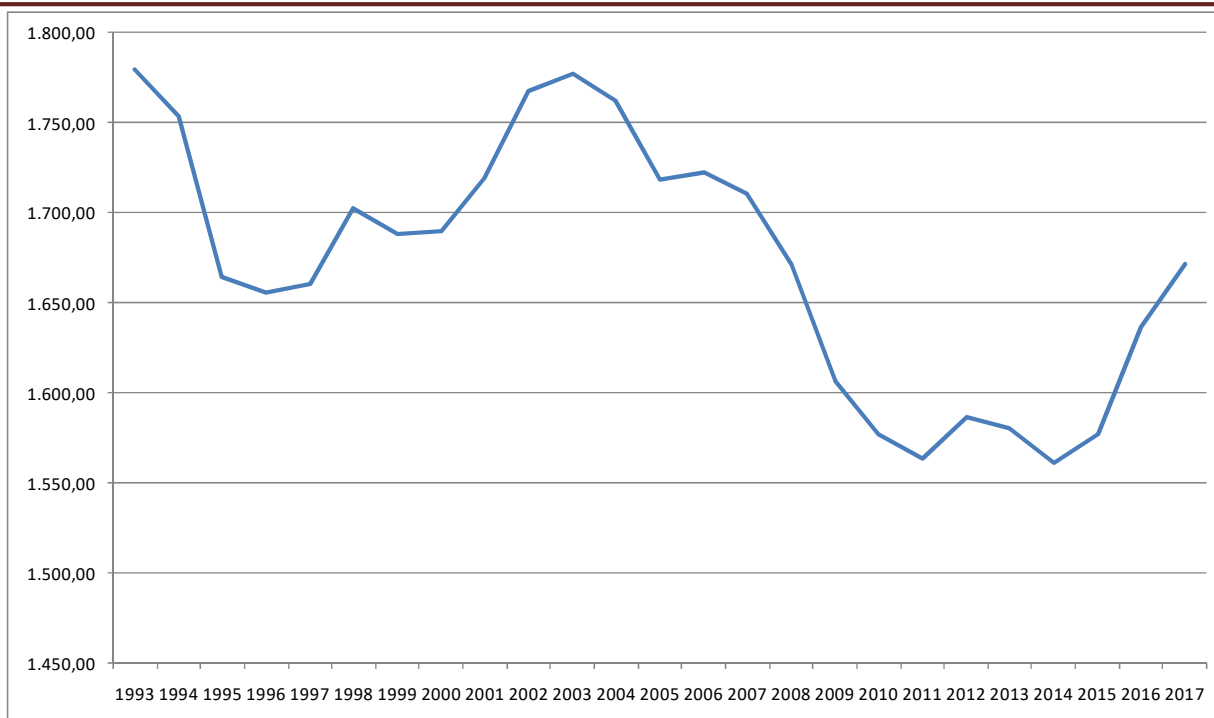
Sardegna	15,9	16,8	16,0
Nord-ovest	6,8	8,8	8,9
Nord-est	6,9	7,3	7,7
Centro	8,4	9,7	10,7
Mezzogiorno	23,6	23,5	23,5
Italia	12,9	13,7	14,0

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) per i quali anche nel 2017 dovrebbe proseguire la diminuzione dei livelli occupazionali oramai arrivati poco sopra il 10%. 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 2016 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

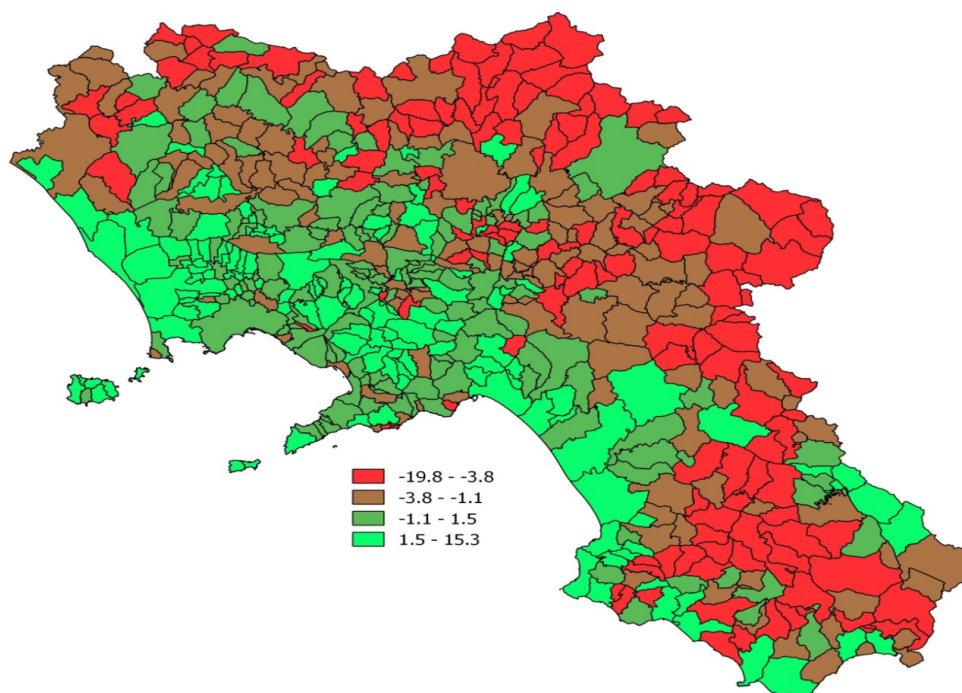


Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Istat

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 lavora 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 essere sui movimenti demografici in essere 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

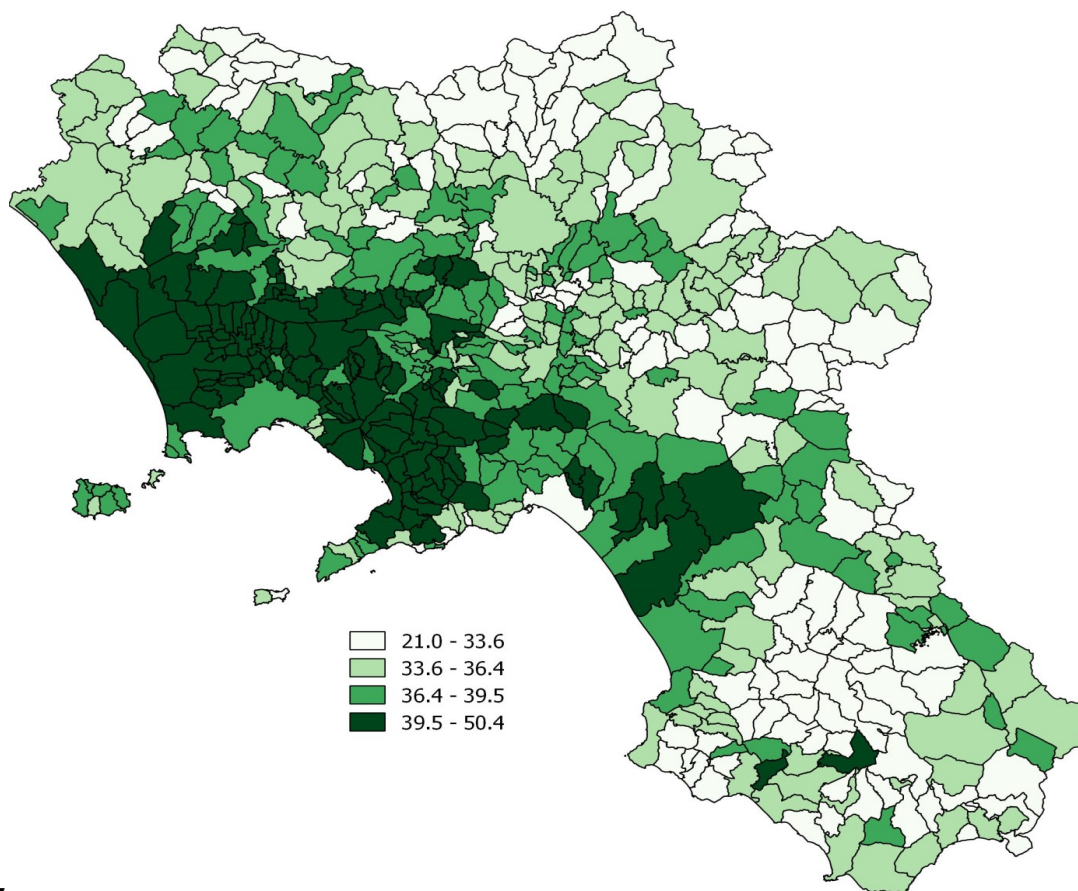


2017

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 interne (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 che, con qualche limitata eccezione, hanno visto aumentare i loro abitanti di circa 32.000 unità. 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 media dimensione.

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 collocabili tra le province più giovani in assoluto, analizzando l'incidenza della quota di under 35 sul totale della popolazione. 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 attrarre 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 costi di acquisto o di affitto.

I modelli localizzativi fino a questo momento presentati sembrano fortemente correlati con le dinamiche di creazione di impresa, le cui misurazioni rappresentano uno degli elementi positivi 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 un'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
	2017			
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
Totale regione	38.361	29.460	8.901	1,56
	Primi nove mesi 2017			
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
Totale regione	28.386	21.813	6.573	1,14

Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Unioncamere-Infocamere

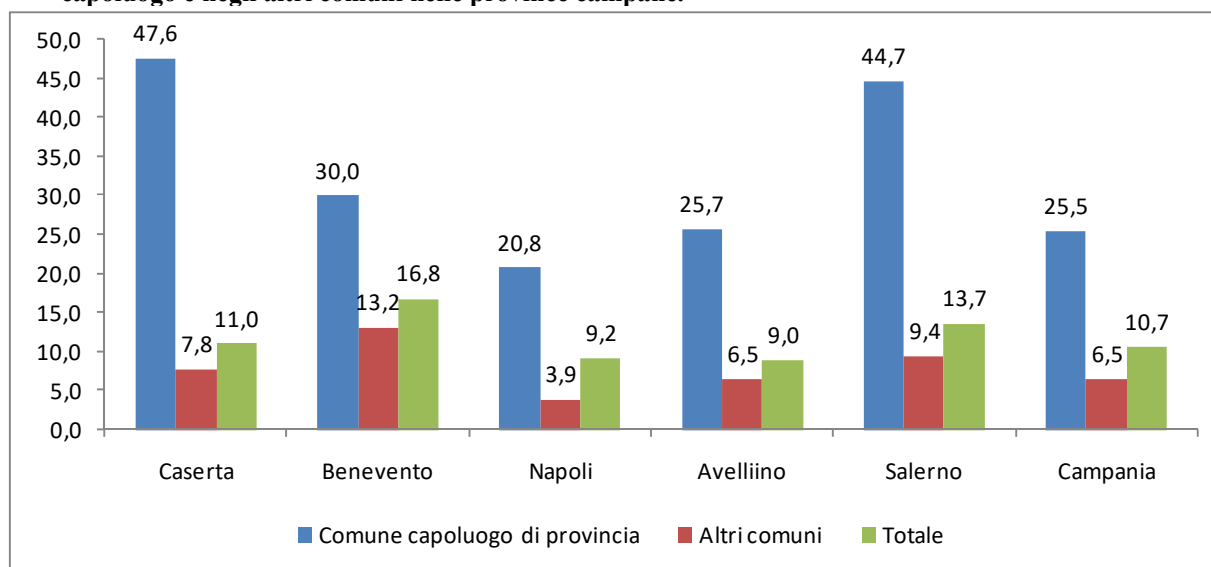
La tendenza è quindi meno imprese, più robustezza delle stesse (e quindi maggiore resistenza alle insidie del mercato, derivante anche da una sempre più preponderante scelta di dotarsi di assetti societari) e una tendenza allo sviluppo di impresa che pur essendo trasversale a tutto il territorio regionale sembra penalizzare quei territori in via di spopolamento.

La Campania poi si conferma anche nel 2017 (e presumibilmente lo sarà anche nel 2018) come una delle aree con maggiore propensione allo sviluppo dell'imprenditoria femminile con le province di Benevento e Avellino collocate ai primi due posti della classifica italiana per incidenza delle imprese femminili sul totale dell'imprenditoria attiva sul territorio. rappresentando gli unici due casi in Italia dove tale dato supera il 30%. Va osservato,

tuttavia, che nella regione sembrano esistere due modelli di impresa femminile: il primo consistente in una imprenditoria diffusa ma "semplice", basata sul modello della ditta individuale e riguardante il territorio sannita e irpino. Il secondo più diffuso sul territorio napoletano, dove l'imprenditoria femminile è decisamente minore in termini assoluti ma più strutturata da un punto di vista della forma giuridica adottata con una forte presenza di strutture societarie (sempre più spesso di capitale).

Diverso è invece il caso delle imprese giovanili. Esse stanno diminuendo di numero, 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 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 in termini 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 per gli aspetti localizzativi e specializzazione produttiva. Le start-up innovative costituiscono 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. A livello settoriale poi sono fortemente orientate ai servizi (con particolare riferimento al comparto legato alla produzione di software).

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.



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

NUOVE FRONTIERE DELL'ECONOMIA: L'ECONOMIA DELLA CULTURA

Facendo riferimento al Rapporto "Io sono Cultura", pubblicato a partire dal 2011¹, nel 2017 il Sistema Produttivo Culturale e Creativo nella regione Campania ha prodotto un valore aggiunto pari a circa 4 miliardi di euro (circa 64 milioni di euro in termini correnti in più rispetto all'anno precedente)², corrispondente al 4,4% della ricchezza complessivamente prodotta dalla regione, con il contributo della componente privata, delle istituzioni pubbliche (centrali nelle attività di valorizzazione e conservazione del patrimonio storico e artistico) e del mondo del no profit (presente soprattutto nelle performing arts e nelle arti visive). Un risultato raggiunto grazie all'impiego di quasi 77.500 occupati (oltre 1.100 unità in più rispetto al 2015) che, in questo caso, rappresentano una quota sul totale dell'economia pari al 4,2%. Analizzando i cinque ambiti produttivi che delineano la cultura e la creatività nell'economia, appare evidente come le traiettorie settoriali della Campania abbiano qualche peculiarità distintiva rispetto a quelle nazionali. A livello di sistema paese sono fortemente catalizzanti le industrie creative e quelle culturali, mentre in Campania il ruolo di entrambe è decisamente più attenuato spiccando solo nei confronti del Mezzogiorno. I settori più caratteristici del SPCC campano sono il creative driven e le performing arts ed arti visive, probabilmente spinte dalla grande vivacità culturale che caratterizza soprattutto la provincia di Napoli e in particolare il comune capoluogo. Al primo di questi due comparti è, infatti, attribuibile il 42,8% della ricchezza prodotta dall'intero SPCC del Casertano (oltre 1,7 miliardi di euro) che di fatto si conferma anche a livello di occupazione laddove si assesta a quota 42,4%. Le industrie culturali producono, da sole, poco meno di 1,4 miliardi di euro di valore aggiunto, ovvero il 34,1% del totale

1

La descrizione dell'inquadramento del lavoro e della metodologia adottata sono integralmente tratti da "Io sono cultura 2017" realizzato da Unioncamere e Fondazione Symbola e presentato nel giugno 2017

2

Ai fini di un corretto confronto temporale (e di una corretta lettura delle valutazioni presentate nel Rapporto), le stime su valore aggiunto e occupazione riferite al 2015 sono state riviste alla luce dell'uscita dei nuovi conti nazionali Istat nonché delle serie pubblicate nel dicembre 2017 relative a province e regioni. Le valutazioni riviste per il 2015 (coerenti con i dati 2017 qui presentati), sono in particolare a livello nazionale di 88.352 milioni di euro e 1.474 mila occupati. Tali cambiamenti nelle cornici di Contabilità Nazionale possono aver determinato mutamenti negli indicatori territoriali di incidenza del Sistema Produttivo Culturale e Creativo, intervenendo anche sui denominatori riferiti al totale economia.

della ricchezza prodotta dal SPCC (a fronte ad esempio del 37,1% nazionale); una quota che scende al 31,0% se si considera l'occupazione.

Valore aggiunto del Sistema Produttivo Culturale e Creativo (SPCC) per settore di attività in Campania, Mezzogiorno e Italia. Anno 2017. Valori assoluti (in milioni di euro) e composizioni percentuali.

	CAMPANIA		SUD E ISOLE		ITALIA	
	Numero	Incidenza %	Numero	Incidenza %	Numero	Incidenza %
INDUSTRIE CREATIVE	455,0	11,2	1.570,9	11,2	12.925,8	14,4
Architettura	263,5	6,5	844,3	6,0	5.122,4	5,7
Comunicazione	133,9	3,3	514,7	3,7	4.452,8	5,0
Design	57,6	1,4	211,9	1,5	3.350,6	3,7
INDUSTRIE CULTURALI	1.386,0	34,1	4.179,2	29,7	33.400,9	37,1
Cinema, Radio, Tv	296,4	7,3	901,4	6,4	7.623,1	8,5
Videogiochi e software	484,5	11,9	1.127,8	8,0	11.518,2	12,8
Musica	10,2	0,3	29,5	0,2	309,4	0,3
Stampa, editoria	594,9	14,7	2.120,4	15,1	13.950,2	15,5
PATRIMONIO STORICO-ARTISTICO	210,9	5,2	878,4	6,3	7.206,2	8,0
PERFORMING ARTS E ARTI VISIVE	271,6	6,7	1.156,0	8,2	2.916,7	3,2
CORE CULTURA	2.323,5	57,2	7.784,5	55,4	56.449,6	62,8
CREATIVE DRIVEN	1.736,4	42,8	6.264,6	44,6	33.477,5	37,2
SPCC	4.059,9	100,0	14.049,1	100,0	89.927,2	100,0
INCIDENZA % DEL SPCC SUL TOTALE ECONOMIA	4,4		4,1		6,0	

Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Unioncamere, Fondazione Symbola, 2017

Occupati del Sistema Produttivo Culturale e Creativo (SPCC) per settore di attività in Campania, Mezzogiorno e Italia. Anno 2017. Valori assoluti (in milioni di euro) e composizioni percentuali.

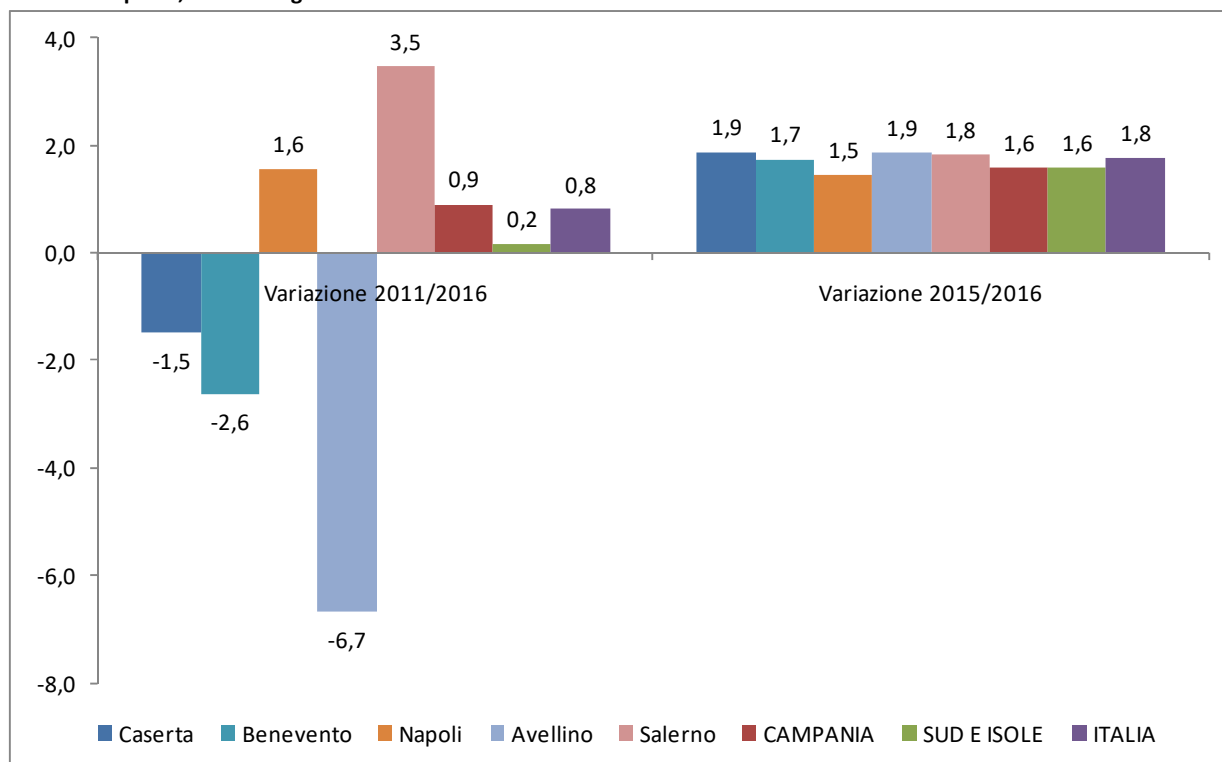
	CAMPANIA		SUD E ISOLE		ITALIA	
	Numero	Incidenza %	Numero	Incidenza %	Numero	Incidenza %
INDUSTRIE CREATIVE	9,9	12,8	37,1	13,1	253,3	16,9
Architettura	5,0	6,5	17,1	6,0	88,0	5,9
Comunicazione	3,6	4,7	15,1	5,3	100,9	6,7
Design	1,3	1,6	5,0	1,7	64,4	4,3
INDUSTRIE CULTURALI	24,0	31,0	80,1	28,1	491,9	32,9
Cinema, Radio, Tv	2,4	3,0	8,3	2,9	58,6	3,9
Videogiochi e software	7,1	9,1	18,6	6,5	159,7	10,7
Musica	0,2	0,3	0,7	0,3	5,9	0,4
Stampa, editoria	14,4	18,6	52,5	18,4	267,7	17,9
PATRIMONIO STORICO-ARTISTICO	4,6	6,0	19,3	6,8	129,5	8,7
PERFORMING ARTS E ARTI VISIVE	6,1	7,8	25,3	8,9	53,1	3,6
CORE CULTURA	44,6	57,6	161,9	56,9	927,8	62,0
CREATIVE DRIVEN	32,9	42,4	122,7	43,1	567,6	38,0
SPCC	77,5	100,0	284,6	100,0	1.495,3	100,0
INCIDENZA % DEL SPCC SUL TOTALE ECONOMIA	4,2		4,1		6,0	

Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Unioncamere, Fondazione Symbola, 2017

A seguire, in termini di importanza, si annotano le industrie creative, capaci di produrre 455 milioni di euro di valore aggiunto, grazie all'impiego di circa 9.900 addetti, corrispondenti rispettivamente all'11,2% e al 12,8% del totale SPCC. Un ruolo secondario, ma non trascurabile, è infine esercitato dalle due attività tradizionali del settore culturale: quella già menzionata in precedenza come peculiare, derivante delle performing arts e arti visive, che producono 272 milioni di euro di valore aggiunto, impiegando 6.100 addetti e quella della valorizzazione del patrimonio culturale, capace di generare 211 milioni di euro

di ricchezza e 6.100 posti di lavoro. Interessante notare che queste due vocazioni saranno anche una minoranza se prese individualmente ma diventano molto rilevanti considerandole complessivamente arrivando a valere più delle industrie creative. Approfondendo l'analisi settoriale, è certamente interessante individuare le varie componenti che contribuiscono alla produzione di ricchezza e occupazione nell'ambito delle singole macro voci. Le industrie creative sono supportate fortemente dalle attività dell'architettura mentre comunicazione e design sono dei player meno rilevanti rispetto a quanto accade in Italia collocandosi su valori piuttosto deboli anche nel contesto del Mezzogiorno; nelle industrie culturali, la fa da padrona l'editoria (595 milioni di euro) ma molto rilevante sono anche le attività riconducibili ai videogiochi e ai software che hanno una importanza molto simile rispetto a quella media nazionale generando 485 milioni di euro e 7.100 occupati. Più marginali sono l'audiovisivo e la produzione musicale anche se va detto che nel computo di quest'ultimo settore sono comunque escluse le attività relative ai concerti ed alle rappresentazioni dal vivo, che confluiscono all'interno delle performing arts oltre a pagare ovviamente il calo del mercato derivante da quel continuo proliferare di attività di scambio di musica attraverso i protocolli peer to peer che spesso scavalcano anche i confini della legalità.

Variazione del valore aggiunto a prezzi correnti del SPCC fra 2011 e 2017 e fra 2015 e 2017 nelle province della Campania, in Campania, nel Mezzogiorno e in Italia



Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Unioncamere, Fondazione Symbola, 2017

Deficitari (anzi negativi) sono stati i risultati conseguiti da Salerno ma soprattutto da Avellino che è l'unica provincia in cui sia il bilancio delle imprese culturali che quello delle imprese tout-court risulta in perdita.

Numero di imprese del Sistema Produttivo Culturale e Creativo (SPCC) e del totale economia nelle province della Campania, in Campania, Mezzogiorno, Italia. Anni 2015 e 2017. Valori assoluti e variazioni percentuali

	IMPRESE DEL SPCC			TOTALE IMPRESE		
	2015	2017	Variazione % 2015-2017	2015	2017	Variazione % 2015-2017
Caserta	3.835	3.892	1,5	91.352	92.459	1,2
Benevento	1.548	1.554	0,4	34.952	35.106	0,4
Napoli	16.221	16.345	0,8	285.117	290.456	1,9
Avellino	2.125	2.107	-0,8	44.256	44.142	-0,3
Salerno	6.425	6.410	-0,2	120.213	120.772	0,5
CAMPANIA	30.155	30.309	0,5	575.890	582.935	1,2
SUD E ISOLE	103.632	103.688	0,1	2.011.346	2.025.038	0,7
ITALIA	413.708	413.752	0,0	6.119.118	6.135.234	0,3

Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Unioncamere, Fondazione Symbola, 2017

Tab.11-Numero di imprese del sistema produttivo culturale e creativo (SPCC) per settore di attività in Campania, Mezzogiorno, Italia. Anno 2017. Valori assoluti e composizioni percentuali

	CAMPANIA		SUD E ISOLE		ITALIA	
	Numero	Incidenza %	Numero	Incidenza %	Numero	Incidenza %
INDUSTRIE CREATIVE	7.867	26,0	26.512	25,6	126.671	30,6
Architettura	4.038	13,3	13.305	12,8	63.090	15,2
Comunicazione	2.968	9,8	10.140	9,8	43.417	10,5
Design	860	2,8	3.066	3,0	20.164	4,9
INDUSTRIE CULTURALI	12.396	40,9	41.107	39,6	149.042	36,0
Cinema, Radio, Tv	960	3,2	3.311	3,2	14.449	3,5
Videogiochi e software	2.239	7,4	7.095	6,8	33.629	8,1
Musica	287	0,9	871	0,8	4.700	1,1
Stampa, editoria	8.910	29,4	29.829	28,8	96.264	23,3
PATRIMONIO STORICO-ARTISTICO	56	0,2	409	0,4	1.061	0,3
PERFORMING ARTS E ARTI VISIVE	1.080	3,6	3.691	3,6	12.337	3,0
CORE CULTURA	21.398	70,6	71.719	69,2	289.112	69,9
CREATIVE DRIVEN	8.911	29,4	31.969	30,8	124.640	30,1
SPCC	30.309	100,0	103.688	100,0	413.752	100,0
INCIDENZA % DELLE IMPRESE DEL CORE CULTURA		5,2		5,1		6,7

Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Unioncamere, Fondazione Symbola, 20

IL COMMERCIO ESTERO DEI TERRITORI CAMPANI

Gli ultimi tre anni sono stati caratterizzati da un miglioramento continuo delle esportazioni campane. Anche il 2017, infatti, si è chiuso con 280 milioni di euro in più di export rispetto all'anno precedente. In questo modo, per la prima volta, la Campania raggiunge i 10 miliardi di euro di vendite all'estero. Un risultato ascrivibile quasi interamente alle progressioni registrate nelle province di Napoli e Salerno, capaci di aumentare i propri

volumi di affari di 187 e 87 milioni di euro. Considerando i primi sei mesi del 2018, le performance della Campania sembrano migliorare ulteriormente, con una crescita, rispetto all'analogo periodo dell'anno precedente, stimabile in 112 milioni di euro, anche in questo caso derivante quasi esclusivamente dalle due province sopra citate.

Esportazioni delle province della Campania, della Campania, del Mezzogiorno e Italia. Anni 2011-2017 I semestre. Valori assoluti e incidenze percentuali sul totale Italia

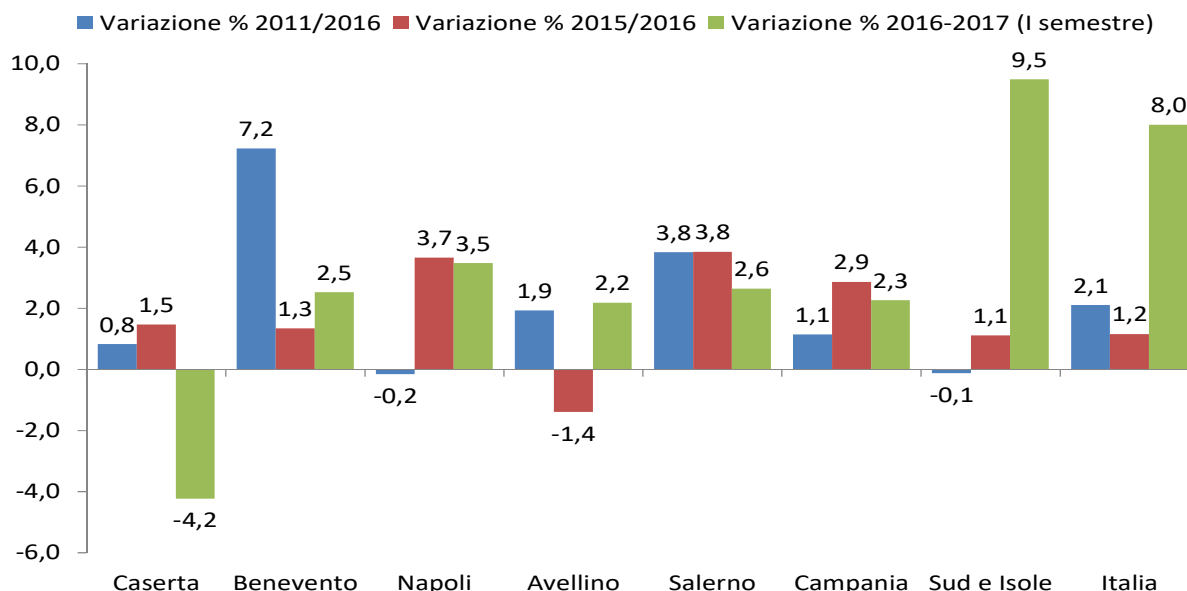
Valori assoluti (milioni di euro)								
Provincia	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 (I semestre)	2017 (II semestre)
Caserta	1.073	1.086	1.141	1.067	1.102	1.118	565	541
Benevento	126	127	134	156	176	178	87	89
Napoli	5.348	5.155	5.102	5.056	5.119	5.306	2.659	2.751
Avellino	950	995	975	983	1.060	1.045	516	527
Salerno	1.946	2.054	2.257	2.216	2.261	2.348	1.157	1.187
Campania	9.443	9.418	9.609	9.477	9.718	9.996	4.983	5.095
Sud e Isole	43.075	46.556	42.591	40.706	42.339	42.812	21.119	23.122
ITALIA	375.904	390.182	390.233	398.870	412.291	417.077	206.760	223.303
Incidenze percentuali								
Provincia	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 (I semestre)	2017 (II semestre)
Caserta	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2
Benevento	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Napoli	1,4	1,3	1,3	1,3	1,2	1,3	1,3	1,2
Avellino	0,3	0,3	0,2	0,2	0,3	0,3	0,2	0,2
Salerno	0,5	0,5	0,6	0,6	0,5	0,6	0,6	0,5
Campania	2,5	2,4	2,5	2,4	2,4	2,4	2,4	2,3
Sud e Isole	11,5	11,9	10,9	10,2	10,3	10,3	10,2	10,4
ITALIA	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Istat

In termini di variazione percentuale, la Campania mostra una crescita del 2,9% tra il 2015 e il 2017, superiore sia a quella registrata dal Mezzogiorno (+1,1%), sia a quella nazionale (+2,1%). La maggior velocità con cui le vendite all'estero campane crescono trovano parziale conferma nel medio periodo (2011/2017). La maggiore incisività resta infatti valida se si confronta il dato campano con quello medio di ripartizione (+1,1% contro - 0,1%) ma non vale più rispetto all'intera penisola (+2,1%). I primi sei mesi del 2017 (+2,3%), pur confermando quanto espresso dalla regione negli ultimi anni, mostrano un rallentamento relativo nei confronti dell'impennata registrata nel Mezzogiorno (+9,5%) e in Italia (+8,0%). A livello provinciale, sia il 2017 che i primi mesi del 2018 hanno premiato la provincia di Salerno, capace di attestarsi su variazioni percentuali del +3,8% e +2,6%; anche Napoli ha registrato *performance* interessanti (rispettivamente +3,7% e +3,5%) mentre, nel medio periodo (2011/2017), è la provincia di Benevento a sperimentare una crescita media annua più incisiva (+7,2%), ben superiore alla media

regionale, a quella di macro-ripartizione e nazionale. Preoccupa, invece, l'evidente rallentamento osservato in provincia di Caserta: nei primi sei mesi del 2018, infatti, si è registrato un -4,2% che, in controtendenza con la media regionale e nazionale, appare come uno dei peggiori risultati, seppur provvisorio, rilevati in Italia.

Variazione media annua delle esportazioni delle province della Campania, della Campania, del Mezzogiorno e dell'Italia fra 2011 e 2017, 2015 e 2017 e primi semestri degli anni 2017-2017



Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Istat

Ad una crescita prolungata delle esportazioni si associa una sostanziale stagnazione delle importazioni. I 50 milioni di acquisti oltre confine in più, infatti, non assorbono la crescita delle esportazioni registrata durante l'anno, il che determina un miglioramento del saldo della bilancia commerciale, ancora negativo, ma ridottosi a poco meno di 2,3 miliardi di euro. Alla stagnazione dell'import campano contribuisce il rallentamento generalizzato dei consumi interni.

Anche in questo caso, come per le esportazioni, l'analisi degli indicatori di variazione percentuale permette di avere un quadro più esaustivo delle dinamiche che interessano la Campania, rispetto sia al resto d'Italia sia alle differenti risultanze nelle cinque province.

Relativamente al 2017, la regione campana registra un +0,4% che, seppur di poco, appare in controtendenza con le contrazioni generalizzate sperimentate nelle regioni del Sud e Isole (-8,4%, così come mediamente in tutta Italia (-1,3%). Il risultato campano è frutto di comportamenti molto eterogenei sperimentati a livello provinciale: da un lato, si rilevano le dinamiche positive delle province di Benevento (+11,9%), Napoli (+5,5%) e Caserta (+7,7%); dall'altro, le marcate riduzioni di Avellino (-6,9%) e Salerno (-11,4%).

Piano della Performance 2019 – 2021

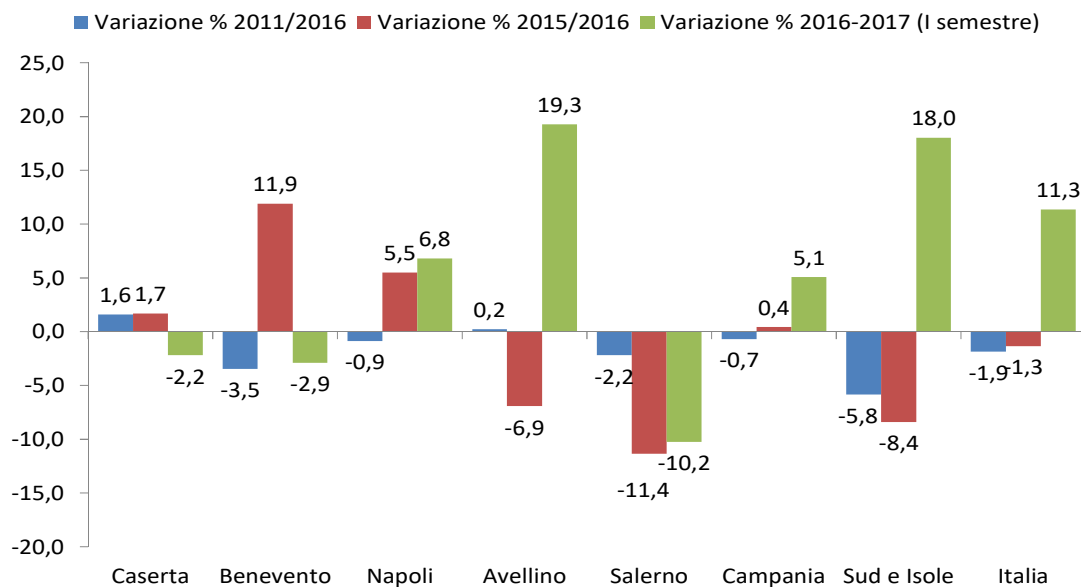
Importazioni delle province della Campania, della Campania, del Mezzogiorno e Italia. Anni 2011-2017 I semestre. Valori assoluti e incidenze percentuali sul totale Italia

Provincia	Valori assoluti (milioni di euro)								
	2011	2012	2013	2014	2015	2017	2017 (I semestre)	2017 (I semestre)	
Caserta	1.209	1.068	1.000	1.136	1.286	1.308	667	652	
Benevento	240	142	166	137	180	202	113	110	
Napoli	7.440	6.235	5.904	6.163	6.754	7.125	3.439	3.673	
Avellino	1.896	1.818	1.607	1.815	2.060	1.917	995	1.186	
Salerno	1.916	1.395	1.575	1.778	1.936	1.716	934	838	
Campania	12.701	10.659	10.252	11.029	12.216	12.268	6.147	6.460	
Sud e Isole	59.557	57.385	53.272	50.790	48.104	44.066	21.208	25.033	
ITALIA	401.428	380.292	361.002	356.939	370.484	365.579	183.429	204.243	

Provincia	Incidenze percentuali								
	2011	2012	2013	2014	2015	2017	2017 (I semestre)	2017 (I semestre)	
Caserta	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,3	
Benevento	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	
Napoli	1,9	1,6	1,6	1,7	1,8	1,9	1,9	1,8	
Avellino	0,5	0,5	0,4	0,5	0,6	0,5	0,5	0,6	
Salerno	0,5	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4	
Campania	3,2	2,8	2,8	3,1	3,3	3,4	3,4	3,2	
Sud e Isole	14,8	15,1	14,8	14,2	13,0	12,1	11,6	12,3	
ITALIA	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Istat

Variazione media annua delle importazioni delle province della Campania, della Campania, del Mezzogiorno e dell'Italia fra 2011 e 2017, e 2015 e 2017 e primi semestri degli anni 2017-



2017

Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Istat

APPROFONDIMENTI SETTORIALI: TURISMO

Il turismo ha assunto, soprattutto negli ultimi anni, un ruolo sempre più strategico sia per la capacità di generare benefici non solo in modo diretto ma anche in maniera trasversale a tutti i settori dell'economia, sia per controbilanciare gli effetti di una domanda interna

ancora carente attraverso risorse provenienti dall'esterno, sfruttando l'attrattiva di un territorio estremamente ricco e variegato in termini di offerta turistica. L'analisi del settore parte dai dati sugli arrivi, ossia il numero di clienti registrati nelle strutture ricettive, e sulle presenze, che equivalgono alle notti trascorse nelle strutture. Nel 2017 negli esercizi ricettivi della regione Campania sono stati registrati 5,5 milioni di arrivi, pari al 4,7% sul totale nazionale, che hanno determinato ben 19,9 milioni di presenze (il 4,9% sul totale Italia). Tra le province campane, Napoli è quella che attrae il maggior numero di turisti raggiungendo i 3,8 milioni di arrivi (pari al 3,2% del totale nazionale) e ben 13,1 milioni di presenze nel 2017 (3,3%). Rilevanti anche i flussi turistici assorbiti dalla provincia di Salerno, le cui strutture ricettive fanno registrare 1,3 milioni di arrivi e 5,6 milioni di presenze. Molto più distanziata la provincia di Caserta (con 319mila arrivi e 877 presenze) e, ancor di più, le province di Avellino (82mila e 152mila) e Benevento (fanalino di coda con i suoi 36 mila arrivi e 78 mila presenze nell'ultimo anno).

Arrivi nelle strutture ricettive delle province della Campania, in Campania, Mezzogiorno e Italia. Anni 2011-2017. Valori assoluti e incidenze percentuali sul totale nazionale

Valori assoluti						
Provincia	2011	2012	2013	2014	2015	2017
Caserta	268,6	295,2	300,0	314,6	326,4	318,6
Benevento	53,5	55,8	50,0	41,8	35,1	35,5
Napoli	3.153,3	3.092,6	2.838,3	2.939,0	3.476,4	3.798,6
Avellino	86,7	76,7	78,6	87,2	80,8	82,4
Salerno	1.287,6	1.077,4	1.093,3	1.250,2	1.339,4	1.257,4
Campania	4.849,6	4.597,7	4.360,2	4.632,9	5.258,1	5.492,5
Sud e Isole	18.362,3	18.058,0	17.859,8	18.457,1	19.626,4	20.495,4
ITALIA	103.723,9	103.733,2	103.862,5	106.552,4	113.354,7	116.944,2
Incidenze percentuali sul totale nazionale						
Provincia	2011	2012	2013	2014	2015	2017
Caserta	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
Benevento	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Napoli	3,0	3,0	2,7	2,8	3,1	3,2
Avellino	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Salerno	1,2	1,0	1,1	1,2	1,2	1,1
Campania	4,7	4,4	4,2	4,3	4,6	4,7
Sud e Isole	17,7	17,4	17,2	17,3	17,3	17,5
ITALIA	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Istat

Analizzando la dinamica dei flussi turistici tra il 2011 e il 2017, si osserva come, dopo la progressiva riduzione degli arrivi che ha caratterizzato i primi tre anni del periodo considerato, la ricettività della regione Campania faccia registrare, a partire dal 2014, risultati sensibilmente positivi (+13,5% l'incremento degli arrivi tra il 2014 e il 2015, a fronte del +6,4% nazionale, e +4,5% la variazione dell'anno successivo, contro il +3,2 del resto del Paese). A sostenere questa crescita è la provincia di Napoli, con incrementi

percentuali che raggiungono il +18,3 e il +9,3% negli ultimi due anni; le altre province evidenziano delle dinamiche altalenanti per cui Salerno e Caserta fanno rilevare una brusca flessione degli arrivi nel 2017 rispetto al 2015 (-6,1% e -2,4% rispettivamente) dopo un andamento sostanzialmente positivo, mentre tornano a crescere i risultati delle province di Avellino e Benevento (+2,0% e +1,2% nel 2017) a fronte di un risultato precedente e di medio periodo caratterizzati dal segno meno.

Presenze nelle strutture ricettive delle province della Campania, in Campania, Mezzogiorno e Italia. Anni 2011-2017. Valori assoluti e incidenze percentuali sul totale nazionale

Valori assoluti						
Provincia	2011	2012	2013	2014	2015	2017
Caserta	766,2	791,3	772,6	731,3	779,0	876,5
Benevento	125,2	121,0	97,6	91,9	91,3	77,8
Napoli	10.757,7	10.859,0	11.441,8	11.599,5	12.124,7	13.138,9
Avellino	203,9	173,4	170,4	171,1	155,7	152,1
Salerno	7.701,9	6.465,5	5.240,0	5.466,2	5.705,2	5.627,2
Campania	19.555,0	18.410,2	17.722,3	18.060,1	18.855,9	19.872,6
Sud e Isole	77.182,0	74.852,0	73.594,6	74.129,4	76.308,3	78.929,9
ITALIA	386.894,7	380.711,5	376.785,6	377.770,8	392.763,9	402.962,1
Incidenze percentuali sul totale nazionale						
Provincia	2011	2012	2013	2014	2015	2017
Caserta	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Benevento	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Napoli	2,8	2,9	3,0	3,1	3,1	3,3
Avellino	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Salerno	2,0	1,7	1,4	1,4	1,5	1,4
Campania	5,1	4,8	4,7	4,8	4,8	4,9
Sud e Isole	19,9	19,7	19,5	19,6	19,4	19,6
ITALIA	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Istat

IL BENESSERE DELLE FAMIGLIE: LAVORO REDDITI E CONSUMI

La ripresa dell'economia nella regione nel 2017 ha ovviamente iniziato a produrre qualche effetto sul mercato del lavoro campano. L'occupazione ha ripreso a crescere, pur se su ritmi poco sostenuti. Nel 2017, il numero di occupati è cresciuto di circa 70mila unità (+3,8%) superando quota 1,6 milioni. Si tratta di una crescita più che doppia rispetto alla media delle regioni del Mezzogiorno (+1,7%) e quasi tripla rispetto alla variazione nazionale (+1,3%). Tra le province, le variazioni percentuali più alte sono state registrate a Avellino (+6,6%) e Salerno (+4,8%), con la sola Napoli (+2,8%) a contenere l'espansione regionale, pur se su ritmi superiori al resto d'Italia.

Tra gli occupati, è interessante valutare la composizione per titolo di studio. In tal senso, si osserva come sia ancora piuttosto consistente nella Regione la quota di occupati con un livello di scolarizzazione che non supera la licenza media: questa risulta pari al 36,1%, per

un ammontare in termini assoluti di 590mila occupati, a fronte di un dato nazionale che si attesta sul 32,0%, anche se appare migliore rispetto all'incidenza rilevata nella macro area meridionale (37,1%). Il peso percentuale dei laureati arriva, invece, al 21,7%, equivalente a 355mila unità tra gli occupati, ben al di sopra del risultato del Mezzogiorno, pari al 19,7% e, seppur di poco, superiore anche al dato nazionale, con il 21,3%.

L'analisi a livello provinciale della composizione degli occupati rispetto al grado di istruzione sembra confermare come l'evoluzione del mercato del lavoro sia influenzata dal fenomeno della polarizzazione su profili elevati e altamente specializzati. Si evidenzia, nello specifico, una distribuzione peculiare per la provincia di Napoli, sbilanciata verso il titolo di studio più basso: il peso di coloro che si fermano alla licenza media raggiunge il 38,6%, il più alto della Regione, mentre l'incidenza degli occupati diplomati o con qualifica professionale si attesta al 40,2%, il valore più contenuto tra le province campane; il numero di laureati rispetto al totale di occupati risulta, invece, sostanzialmente in linea con la media regionale (21,2%). Al contrario, la distribuzione dei titoli di studio tra i lavoratori della provincia di Salerno appare orientata a favore dei titoli accademici: il 24,6% degli occupati ha una laurea, mentre solo il 32,4% si è fermato alla licenza media. Avellino, infine, si caratterizza per una quota più elevata di diplomati o con qualifica professionale rispetto alle altre province (sono il 49,3%).

Le relazioni istituzionali della Camera

Per la Camera l'impresa è lo stakeholder principale dell'Ente, seguito dai cittadini/consumatori, e – pertanto - dalle organizzazioni che rappresentano le diverse categorie (agricoltura, artigianato, industria, commercio, cooperazione, turismo, trasporti e spedizioni, servizi alle imprese, altri settori, credito e assicurazioni, organizzazioni sindacali e associazioni dei consumatori) il cui coinvolgimento è sempre fondamentale per ogni scelta d'indirizzo capace di interpretare le specificità e le caratteristiche delle imprese provinciali e di soddisfarne le esigenze, oltre a rappresentare un'efficace risposta alle istanze di performance e di trasparenza dell'operato dell'Ente.

L'Ente si pone, quindi, come la Pubblica Amministrazione delle Imprese e, in tale veste, svolge una funzione di rappresentanza unitaria del mondo imprenditoriale ed è il punto di

riferimento per le azioni di raccordo e di sinergia con le Autonomie locali (Comuni, Provincia e Regione) e con gli organismi categoriali.

Negli ultimi anni, difatti, il lavoro delle Camere è stato indirizzato verso uno strettissimo raccordo con il sistema istituzionale: le autorità di Governo, gli enti preposti alle attività di internazionalizzazione, la collaborazione con le Regioni, con il sistema associativo e con tutto il sistema camerale, con l'unico obiettivo di rafforzare la competitività delle imprese in Italia e all'estero del nostro Sistema Paese.

La necessità di "fare sistema", difatti, tra i diversi attori a vario titolo interessati nella promozione dello sviluppo locale è oggi il presupposto della strategia pubblica rivolta alla crescita economica e di competitività delle imprese del territorio che - attraverso la costruzione di rapporti con gli *stakeholder* e con i soggetti istituzionali - deve necessariamente promuovere la territorialità quale legame funzionale con le comunità locali, volta a leggere e ad interpretarne i bisogni dal basso.

Oggi, più che mai, si avverte l'esigenza di costruire relazioni collaborative tra L'Ente e gli altri attori istituzionali basate su solide e complesse basi, relazioni intese non soltanto come rapporti istituzionali, ma anche come mezzo per supportare individualmente le singole imprese con un aiuto concreto. La Camera di Commercio ritiene di essere nella posizione migliore per incentivare questi rapporti grazie, infatti, al grande numero dei suoi imprenditori essa riesce non solo a promuovere la creazione di una fitta rete di relazioni economiche, ma è soprattutto in grado di fornire una chiave d'accesso privilegiata al mercato e alla creazione di nuovi contatti commerciali.

La Camera di Commercio è, difatti, per sua stessa natura un nodo connesso con una rete istituzionale più ampia. In particolare, nell'ambito del sistema camerale è un nodo in relazione con le altre Camere di Commercio, con l'Unioncamere, con le società di sistema (Infocamere, Ecocerved, SICAMERA), condividendone missione, visione e strategie di sistema. Nell'ambito del sistema territoriale è un nodo in relazione con tutti gli altri attori dello sviluppo: Regione, Provincia, Comuni, Sistema Giustizia, associazioni di categoria, associazioni sindacali, sistema locale della formazione.

Inoltre, prosegue a consolidare la rete di contatti e relazioni interistituzionali di natura concertativa e convenzionale cui collegare la programmazione e l'attuazione delle proprie iniziative, ritenendo che lo sviluppo sia frutto anche di un lavoro concertato e condiviso attraverso un'azione sinergica tra tutti i soggetti, istituzionali e non, operanti sul territorio.

In quest'ottica, l'Ente continua sempre con incisività le attività proprie di impulso e sostegno alla riorganizzazione di Unioncamere Campania, con il fine che tale organismo sia utile per le politiche e le strategie di sistema e intermediario con l'Ente regionale.

E' costante la presenza della Camera di Commercio ai tavoli istituzionali con cui persegue sia l'impegno di creare partnership con gli altri enti territoriali per la gestione delle iniziative economiche a favore del territorio e dello sviluppo dell'economia locale, che la volontà di accrescere la propria capacità propositiva.

La Camera riconosce più che mai il ruolo che l'Ente è chiamato a svolgere per agevolare lo sviluppo economico del territorio e ritiene indispensabile offrire ai soggetti economici ed al mondo imprenditoriale le migliori condizioni per operare e, nel contempo, di dover tutelare le condizioni di attrattività e benessere del territorio stesso anche dopo il taglio del 50% del diritto annuale.

4.2 IL QUADRO ORGANIZZATIVO

La Camera di Commercio di Avellino, è organizzata in 3 Aree:

- Area I – Amministrazione;
- Area II – Area Impresa, Promozione e Agricoltura;
- Area III - Servizi Anagrafici e Regolazione del Mercato.

Nel disegno della struttura operativa la suddivisione delle attività segue sia una logica di tipo gerarchico/funzionale (chiarezza nell'attribuzione dei compiti, orientamento all'efficienza, tendenza all'ottimizzazione di ogni settore, sviluppo di forti competenze specialistiche) sia una logica di tipo divisionale (suddivisione delle attività con riferimento ai servizi erogati o da erogare, comprendente anche funzioni diverse); l'amministrazione interna rappresenta il fulcro delle competenze dell'Area prima "Amministrazione"; i servizi all'impresa e la promozione rappresentano il fulcro dell'Area seconda "Area Impresa, Promozione e Agricoltura"; i servizi anagrafici e di regolazione del mercato rappresentano, infine, il fulcro delle competenze dell'Area terza "Servizi Anagrafici e di Regolazione del Mercato". Le tre aree fanno capo, così come previsto dal vigente regolamento degli uffici, direttamente al Segretario Generale; l'organigramma, d'altro canto, visualizza la struttura organizzativa dell'Ente in funzione dei servizi erogati e da erogare.

Di seguito si riporta lo schema organizzativo vigente delle attività svolte dall'Ente:

SEGRETARIO GENERALE

AREA I AMMINISTRAZIONE	AREA II AREA IMPRESA, PROMOZIONE E AGRICOLTURA	AREA III SERVIZI ANAGRAFICI E REGOLAZIONE DEL MERCATO
Affari generali e Privacy Uffici di Staff e camerali	Area Impresa e Commercio Estero	Registro Imprese
Risorse umane, Affari Legali e Contenzioso, Sanzioni	Promozione e Agricoltura	Metrologia Legale e Conciliazione/Mediazione, Albi, Ruoli e Licenze Speciali
Contabilità e Bilancio	Marchi, Brevetti	Protesti, Tributi
Provveditorato		Vigilanza

Attribuzioni di ciascuna Area della Camera di Commercio di Avellino

AREA I – AMMINISTRAZIONE

Organi camerali: procedure di rinnovo, supporto e assistenza, redazione verbali delle riunioni

Corrispondenza, protocollo e archivio

Monitoraggio normativa

Servizi ausiliari (commessi)

Privacy

Controllo di gestione

Segreteria degli Organi

Comunicazione istituzionale

Pubblicazioni obbligatorie sul sito web

Rapporti con organismi del sistema camerale

URP

Gestione giuridica del personale

Procedure di reclutamento

Trattamenti pensionistici e quiescenziali. Anticipazioni

Relazioni sindacali

Borse di studio ai figli dei dipendenti

Rapporti con il medico competente

Gestione giudiziale e stragiudiziale di tutte le controversie riguardanti l'Ente camerale

Procedure sanzionatorie ex legge n. 689/1981 e ss.mm.ii

Contabilità e Bilancio

Predisposizione preventivi e bilanci d'esercizio, aggiornamenti del preventivo e del budget direzionale

Scritture contabili

Gestione economica del personale Indennità degli organi – gettoni di presenza

Emissione mandati e reversali

Denunce Istituti Previdenziali

Fatture attive e passive

Provveditorato

Gestione patrimoniale beni mobili e immobili e Programmazione triennale dei lavori

pubblici
Acquisizione beni e servizi
Tenuta dell'inventario
Tenuta registri carico e scarico beni necessari al funzionamento degli uffici
Minute spese
Gestione autovetture camerali e servizio agenti tecnici

AREA II – AREA IMPRESA, PROMOZIONE E AGRICOLTURA

Progetti Fondi Comunitari e progetti innovativi
Progetti Fondo Perequativo
Internazionalizzazione e Organizzazione fiere
Informazioni sulle agevolazioni per le imprese e per aspiranti imprenditori
Bandi per la concessione di contributi
BDA – Banca dati anagrafica per *de minimis*
Statistica (incluse le rilevazioni ISTAT), studi, prezzi
Gestione siti web della Camera e pubblicazioni
Certificazioni d'origine
Assegnazione codice meccanografico
Rilascio carnet ATA
M.U.D. - modello unico dichiarazione ambientale
SISTRI – Sistema per la Tracciabilità dei Rifiuti
Agricoltura
Ricezione istanze Brevetti e Marchi
Legalizzazione documenti per l'export

AREA III – SERVIZI ANAGRAFICI E REGOLAZIONE DEL MERCATO

Registro imprese: Iscrizioni, cancellazioni, modifiche, gestione comunicazione unica
Assetti proprietari
Bilanci ed elenchi soci
Bollatura e vidimazione libri sociali, carico e scarico rifiuti
Attivazione procedure iscrizioni e cancellazioni d'ufficio
SUAP
Procedure sanzionatorie e provvedimenti del Conservatore

Adempimenti connessi all'attività di autoriparazione, installazione, ampliamento e manutenzione di impianti, imprese di pulizia, sanificazione.
Registro dei produttori di apparecchiature elettriche ed elettroniche
Rilascio elenchi merceologici
Archivio registro imprese e rilascio copia di atti e bilanci
Vidimazione registri
Rilascio certificazioni e visure
Rilascio Business Key, PEC, CNS
Attività Impositiva Segreteria CPA
Protesti cambiari
Ruolo Agenti e Rappresentanti
Ruolo Agenti di affari in mediazione e Segreteria Commissione esami per l'iscrizione nel ruolo
Ruolo periti ed esperti
Ruolo conducenti veicoli non di linea e trasporto scolastico
Conciliazione, Mediazione e Arbitrato
Vigilanza

Metrologia legale

Verifica strumenti di misura, Cronotachigrafi, Metalli preziosi (registro degli orafi)
Manifestazione a premi

Nel corso del 2019 a prescindere dall'accorpamento con la consorella di Benevento, sarà necessario provvedere ad approvare una nuova organizzazione che tenga conto delle nuove competenze attribuite alle Camere di Commercio.

Le infrastrutture e le risorse tecnologiche

La Camera di Commercio di Avellino dispone di due sedi:

- la **sede legale** è sita in **Piazza Duomo 5**; presso di essa sono ubicati gli uffici della Presidenza e della Segreteria Generale, nonché quelli della gestione amministrativa; è presente anche una sala convegni con una capienza di 108 posti ed un'ulteriore sala di minori dimensioni;
- la **sede operativa** della Camera è in **Viale Cassitto 7**; presso di essa si trovano gli sportelli dei servizi anagrafico-certificativi e di metrologia legale della Camera; vi si trova

anche l'Area Impresa con gli sportelli credito e finanza, studi e statistica ed internazionalizzazione.

La Camera inoltre è proprietaria in Avellino dei seguenti immobili:

- fabbricato ubicato in Via Sette Dolori n.1, annesso alla sede legale;
- 3 appartamenti situati in Viale Cassitto al numero 4, suddiviso negli interni 9, 10 e 11.

L'attuale infrastruttura tecnologica ICT della Camera di Commercio di Avellino è adeguata e rispondente alle più avanzate esigenze sia dell'utenza esterna che interna. Il sistema informatico è basato su un insieme di reti locali, una per ciascuna sede fisica distinta.

Le due sedi camerali sono fisicamente collegate in modo diretto al CED InfoCamere di Padova in alta affidabilità (doppia linea) anche in termini di apparati (doppio router). La tecnologia utilizzata (MPLS) permette la completa integrazione tra le applicazioni, sfruttando i meccanismi di gestione dinamica della banda e di "quality of service" (QoS), consentendo così l'ottimale gestione di servizi aggiuntivi quali la telefonia VoIP.

Tramite la struttura InfoCamere è possibile anche l'interconnessione alla rete del sistema camerale (tutte le Camere italiane e loro associazioni), nonché alla rete pubblica internet.

Tutte le postazioni sono abilitate all'accesso Internet e all'utilizzo della posta elettronica.

Da cinque anni è stato attivato il **Virtual Desktop Infrastructure(VDI)**, una soluzione software che consente ad un sistema fisico di ospitare più sistemi virtuali che condividono le risorse di un singolo sistema.

Tale tecnologia, considerando che un sistema fisico può ospitare indifferentemente server e/o desktop virtuali che utilizzano differenti sistemi operativi e differenti applicazioni, permette un consolidamento di più sistemi su un numero minore di sistemi analoghi, ed a regime, permette di sostenere minori investimenti di capitale, minor consumo di energia e soprattutto minori costi di gestione.

Infine, coerentemente con l'evoluzione dei canali di contatto informazione con l'utenza, la Camera di Commercio aggiorna l'organizzazione e il layout del proprio sito web (www.av.camcom.gov.it), migliorando la navigabilità e quindi la ricerca delle informazioni e il sistema di gestione dei contenuti che ne consente un semplice e costante aggiornamento da parte di tutti gli uffici. E' stato inoltre creato un dominio irpianiasannio.it in considerazione dell'accorpamento con la consorella di Benevento.

Le risorse umane

Il personale in servizio e le sue principali caratteristiche

Alla data del 31.12.2018 presso la Camera prestano servizio n. 35 dipendenti oltre il Segretario Generale unico Dirigente, per complessive n. 36 unità, due in meno rispetto all'anno precedente.

Nell'ultimo quadriennio, il personale in servizio presenta un trend in diminuzione.

Personale della Camera di Commercio di Avellino per tipologia, anni 2015, 2016, 2017, 2018

CATEGORIA PERSONALE	2015	2016	2017	2018
Dirigenza	1	1	1	1
D	15	14	14	14
C	11	10	10	9
B	11	11	10	8
A	3	3	3	3
Totale	41	39	38	36

La distribuzione dei dipendenti per categoria nel 2018, mostra una superiorità delle categoria D nella quale è presente il 39% del personale; alle categorie C e B spetta il 47% ciascuna e l' 14% alla categoria A. La maggior parte del personale si colloca, pertanto, nelle categorie più qualificate (C e D).

Ciò risponde alla necessità di disporre di un organico in grado di affrontare gli accresciuti e più complessi procedimenti amministrativi, i quali, anche grazie all'avvento della telematica, richiedono sempre più spesso personale ad alta qualificazione professionale, a scapito di unità meramente esecutive.

La ripartizione del personale per età e per anzianità di servizio denuncia un progressivo invecchiamento della forza-lavoro camerale.

Il personale distribuito per classi di età

ETA'	2017	2018
30-39	0	0
40-49	9	6
50-59	20	20
60 e più	8	9
Totale	37	35

Nessun dipendente ha meno di 39 anni d'età; oltre la metà del personale camerale è ultracinquantenne.

Scendendo nei dettagli, si può verificare che la fascia più consistente è quella che abbraccia i dipendenti compresi tra i 50 e i 59 anni (oltre il 50% del totale).

Di conseguenza, abbastanza alta è l'anzianità di servizio.

Personale per anzianità di servizio distinti in fasce d'età, Anni 2017-2018

ANZIANITÀ DI SERVIZIO	2017	2018
0-5 anni		
6-10 anni	4	3
11-15 anni	3	4
16-20 anni	3	4
21-25 anni	8	7
26-30 anni	10	7
31-35 anni	8	9
36-40 anni	1	1
41 anni e oltre		
TOTALE	37	35

La quota più numerosa di dipendenti ha un'anzianità da 31 a 35 anni.

Dalla distribuzione dei dipendenti per titolo di studio emerge che il 32% dei dipendenti è in possesso della laurea, il 60% del diploma d'istruzione di 2° grado ed l'8% della scuola dell'obbligo.

Personale per titolo di studio, Anni 2016-2017

TITOLO DI STUDIO	2017	2018
Scuola dell'obbligo	3	3
Media superiore	22	20
Laurea	12	12
TOTALE	37	35

La totalità dei laureati appartiene alla categoria D, la maggioranza dei dipendenti - ivi compresi tutti quelli di categoria A - è in possesso della licenza media superiore.

Personale per titolo di studio e genere, Anno 2017

TITOLO DI STUDIO	uomini	donne
Scuola dell'obbligo	2	1
Media superiore	10	10
Laurea	5	8
TOTALE	17	18

Il costo del personale anno 2018

Il costo complessivo annuo del personale della Camera di Commercio di Avellino si è attestato nel 2017 su € 1.656.943,82.

Costo del personale (rilevato secondo il principio di cassa) per tipologia di spesa, Conto annuale - Anni 2015 – 2016 - 2017 dati assoluti.

VOCE	2015	2016	2017
ONERI STIPENDIALI			
STIPENDIO	902.426	869.671	848.445
VACANZA CONTRATTUALE	6.698	6.579	
RIA/PROG. ECON.	18.456	15.227	12.880
TREDICESIMA	85.221	83.545	80.817
ARRETRATI ANNO CORRENTE		8.216	

Piano della Performance 2019 – 2021

ARRETRATI ANNI PRECEDENTI			
RECUPERI			
TOTALE ONERI STIPENDIALI	1.012.801	983.238	942.142
INDENNITA'			
RETRIB. POSIZIONE	102.657	102.656	102.657
RETRIB. RISULTATO	6.725	30.823	29.978
INDENNITA' COMPARTO	21.230	20.532	19.828
IND. RISCHI E DISAGI	2.849	2.110	2.117
FONDO RESPONS.	7.355	9.564	9.590
COMPENSI PRODUTTIVITA'	66.512	81.705	87.850
ARRETRATI ANNI PRECEDENTI		25.367	
ALTRE INDENNITA'			6.945
STRAORDINARIO			29.025
TOTALE INDENNITA'			287.990
ALTRI ONERI			
ASSEGNI NUCLEO FAMILIARE	11.192	12.887	9.980
SOMME RIMBORSATE DA ALTRE AMMINISTRAZIONI		-567	-571
CONTRIBUTI A CARICO AMMINISTRAZIONE	303.852	316.368	307.553
IRAP	99.458	102.929	99.722
MISSIONI	12.229	5.646	7.400
BUONI PASTO	42.636	38.284	44.177
FORMAZIONE	15.380	4.900	3.560
BENESSERE	2.400	13.152	9.300
COPERTURE ASSICURATIVE		19130	18.660
TOTALE ALTRI ONERI	487.147	512.729	499.781
TOTALE COSTO DEL LAVORO	1.737.181	1.798.562	1.729.913

Le risorse economiche ed i dati di bilancio

Di seguito si riporta una tabella con l'indicazione dei dati sintetici di bilancio relativi agli ultimi due esercizi approvati:

Dati di bilancio Gestione corrente	Consuntivo anno 2016	Consuntivo anno 2017
Diritto Annuale	4.452.141,85	3.695.501,46
Diritto di Segreteria	1.445.266,79	1.423.147,37
Contributi trasferimenti e altre entrate	239.856,96	232.961,03
Proventi da gestione di beni e servizi	40.632,21	37.903,10
Variazioni delle rimanenze	5.817,87	(7.851,85)
TOTALE PROVENTI CORRENTI (A)	6.183.715,68	5.381.661,11
Spese per il personale	1.709.412,78	1.693.426,69
Spese di funzionamento	1.621.553,02	1.384.016,07
Spese per interventi economici	2.298.183,62	2.134.205,48

Piano della Performance 2019 – 2021

Ammortamenti e accantonamenti	1.792.178,43	1.582.886,74
TOTALE ONERI CORRENTI (B)	7.421.327,85	6.794.534,98
Risultato gestione corrente (A-B)	-1.237.612,17	-1.412.873,87

5. OBIETTIVI STRATEGICI

LA PROGRAMMAZIONE STRATEGICA

Il presente piano della performance, in linea con quanto individuato dal programma pluriennale di mandato 2015 -2020 e della relazione previsionale e programmatica 2019, fa proprie le linee strategiche prioritarie individuate per l'anno 2019 come di seguito elencate:

Area strategica I - Sostegno all'innovazione, semplificazione e miglioramento continuo dei servizi per favorire le imprese;

Area strategica II - Favorire la competitività e promuovere l'impresa ed il territorio nel mondo;

Area strategica III - Promuovere il rinnovamento della Camera;

Area strategica IV - Sostegno all'occupazione ed alternanza scuola-lavoro.

La "mappa strategica" nel dettaglio è la seguente.

Area strategica I - Sostegno all'innovazione, semplificazione e miglioramento continuo dei servizi per favorire le imprese

- I A . Innalzamento dei livelli di accesso e fruizione dei servizi camerali;
- I B . Razionalizzazione dell'azione amministrativa ed e-government;
- I C . Incentivazione degli strumenti di regolazione del mercato e di ADR.

Area strategica II - Favorire la competitività e promuovere l'impresa ed il territorio nel mondo

- II A . Agevolare la nascita delle imprese, il potenziamento e lo sviluppo del sistema economico locale;
- II B . Promuovere la competitività delle imprese;
- II C . Valorizzazione Economica del territorio;
- II D . L'informazione economico-statistica e le politiche del territorio.

Area strategica III - Promuovere il rinnovamento della camera

- III A. Benessere organizzativo interno e crescita professionale del personale;
- III B. Aggiornamento normativo ed evoluzione continua dei servizi interni.

Area strategica IV - Sostegno all'occupazione ed alternanza scuola-lavoro

- IV A. Orientamento al lavoro e alle professioni – supporto all'alternanza scuola lavoro;
- IV B. Tenuta e promozione del Registro Nazionale Alternanza Scuola Lavoro.

Azioni trasversali alle tre Aree

- Comunicazione
- Bandi di contributi
- Formazione alle imprese

5.2 OBIETTIVI STRATEGICI

Si descrivono a seguire le quattro Priorità strategiche riportando per ciascuna gli Obiettivi strategici/programmi d'intervento.

AREA STRATEGICA I - SOSTEGNO ALL'INNOVAZIONE, SEMPLIFICAZIONE E MIGLIORAMENTO CONTINUO DEI SERVIZI PER FAVORIRE LE IMPRESE

La riforma del sistema camerale conferma il ruolo della Camera in termini di promozione, singolarmente o in forma associata, della semplificazione delle procedure per l'avvio e lo svolgimento di attività economiche.

La Camera non può come istituzione promuovere innovazione senza per prima imporsi degli obiettivi che vanno nella direzione della semplificazione dei rapporti tra le imprese e la PA.

Nei processi di semplificazione l'Ente camerale svolge, difatti, indubbiamente un ruolo di primo piano, anche individuando meccanismi e strumenti innovativi che possano garantire una risposta più dinamica alle imprese del territorio.

L'obiettivo è dunque di proseguire con determinazione sulla strada intrapresa, diminuendo il più possibile il peso della burocrazia sulle nostre imprese, proponendo l'Ente camerale come protagonista dei processi di innovazione per rendere efficienti i rapporti con le imprese.

In questo ambito trovano ulteriore significato le attività di consolidamento dello sportello SUAP (sportello unico delle attività produttive) - che la Camera sta già svolgendo di concerto con i Comuni - e della Direttiva servizi.

Oltre al tema prioritario del SUAP, rientrano tutte le azioni tese a promuovere ed attuare, a beneficio delle imprese, percorsi di semplificazione, valorizzando il Registro delle imprese e le procedure per la Comunicazione unica, rafforzando i rapporti con le altre Pubbliche Amministrazioni, le Regioni ed i Comuni.

La Camera continuerà a sviluppare la propria attività di regolazione del mercato, nonché di tutela del consumatore e dell'impresa, ovvero garantirà tutte le operazioni di gestione necessarie per garantire il corretto funzionamento del servizio.

Anche alla luce dei nuovi riferimenti normativi in materia si rivela, pertanto, sempre più strategico offrire strumenti di risoluzione delle controversie civili e commerciali, alternativi al sistema giudiziale, più confacenti alle esigenze di rapidità e di economicità proprie sia delle imprese che dei consumatori anche alla luce della recentissima evoluzione normativa.

Il sostegno all'innovazione e il miglioramento continuo dei servizi per favorire le imprese passa anche attraverso accordi, convenzioni e protocolli d'intesa con altre amministrazioni pubbliche, per arrivare, se non all'esercizio in forma associata di alcune funzioni, almeno ad una uniformità di comportamenti, ad un'univocità di risposte, in maniera che l'impresa possa trovarsi di fronte a punti di riferimento certi ed a modalità operative condivise, il tutto riducendo i costi complessivi e le risorse impiegate.

Per quanto sopra esposto, si elencano di seguito gli obiettivi strategici di questa priorità di intervento:

I A . Evoluzione dei livelli di accesso e fruizione dei servizi camerali

I B . Razionalizzazione dell'azione amministrativa ed e-government

I C . Incentivare gli strumenti di regolazione del mercato e di ADR

I A – EVOLUZIONE DEI LIVELLI DI ACCESSO E FRUIZIONE DEI SERVIZI CAMERALI

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 del 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.

Nel corso del **2019** in particolare si mirerà principalmente 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;
- incremento dei servizi forniti dall'Ufficio AQI;
- monitorare il grado di soddisfazione dell'utenza;
- attivare un servizio di accoglienza qualificato.

OBIETTIVO STRATEGICO

I B – RAZIONALIZZAZIONE DELL'AZIONE AMMINISTRATIVA ED E-GOVERNMENT

La Camera ha avviato già da tempo un percorso di condivisione e collaborazione con i Comuni della provincia per la gestione dello Sportello Unico: con i 100 Comuni che hanno delegato la gestione operativa del SUAP alla Camera, saranno definiti i reciproci ambiti di intervento, le modalità operative, i controlli da effettuare, oltre ad assicurare a tutti i funzionari coinvolti una formazione continua e permanente; il tutto nell'assoluto interesse delle imprese ad avere una pubblica amministrazione moderna e funzionante.

Sempre nella stessa ottica, si pongono i rapporti, già avviati, con i cc.dd. "Enti Terzi", in qualsiasi modo coinvolti nella gestione dello Sportello Unico; in tale ambito la Camera

intende farsi parte attiva e coordinare un tavolo di lavoro che veda il coinvolgimento della Regione, della Provincia, dell'ASL, dei Vigili del Fuoco, dell'ARPA, delle Comunità Montane etc.

Per il **2019** la Camera punterà in maniera decisa sul tema del fascicolo informatico d'impresa. Previsto dalla legge 127 del 2015, la creazione del fascicolo d'impresa è obbligatoria e alla sua costituzione e conservazione deve provvedere la Camera di Commercio senza alcun onere finanziario a carico delle imprese. Il fascicolo deve essere alimentato continuamente da informazioni che confluiscono al registro imprese. Le pubbliche amministrazioni coinvolte nella gestione SUAP e non solo hanno l'obbligo di consultare il fascicolo d'impresa senza aggravare di richieste documentali il cittadino, consentendo in tal modo di ridurre i tempi e i costi dei procedimenti amministrativi e migliorando la qualità del servizio che viene reso alla comunità di riferimento.

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. Proseguirà l'attività di cancellazioni d'ufficio e si provvederà a completare l'aggiornamento dell'albo dei periti e degli esperti dell'Ente. Nel **2019** si provvederà all'emissione del ruolo 2015 con riferimento al diritto annuale.

OBIETTIVO STRATEGICO

I C - PROMOZIONE DEGLI STRUMENTI DI REGOLAZIONE DEL MERCATO E DI ADR

Il decreto di riforma, conferma 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:

- a) costituzione di commissioni arbitrali e conciliative per la risoluzione delle controversie tra imprese e tra imprese e consumatori e utenti;
- b) predisposizione di contratti-tipo tra imprese, loro associazioni e associazioni di tutela degli interessi dei consumatori e degli utenti;
- c) promozione di forme di controllo sulla presenza di clausole inique inserite nei contratti;
- d) 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 2019 verrà svolto nel rispetto dei vincoli di bilancio imposti dalla legge 114/2014. In particolare si punterà nel **2019** ad incrementare le conciliazioni con riferimento ai settori di acqua, luce e gas e consumo.

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. Questo influisce certamente 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 e, 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.

AREA STRATEGICA II - FAVORIRE LA COMPETITIVITÀ E PROMUOVERE L'IMPRESA ED IL TERRITORIO NEL MONDO

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, 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 da realizzarsi favorendo il loro l'accesso e l'espansione 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 assistenza alle imprese nel concretizzare accordi di collaborazione con partner esteri.

La priorità si rivolge, anche, al sistema economico nella sua complessità per sostenere 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 e statistica anche con riferimento alla nuova circoscrizione territoriale Avellino – Benevento.

Tra gli obiettivi strategici della priorità di intervento rientrano:

- **II A . Agevolare la nascita delle imprese, il potenziamento e lo sviluppo del sistema economico locale**
- **II B . Promuovere la competitività delle imprese**
- **II C . Valorizzazione economica del territorio**
- **II D . L'informazione economico-statistica e le politiche del territorio**

II A - AGEVOLARE LA NASCITA DELLE IMPRESE, IL POTENZIAMENTO E LO SVILUPPO DEL SISTEMA ECONOMICO LOCALE

L'Amministrazione camerale ha posto al centro della sua attenzione il sistema delle imprese e lo sviluppo dell'economia locale.

Pertanto, con questa priorità s'intende sostenere - coinvolgendo le associazioni di categoria, altri attori locali e regionali del sistema - la nascita, lo sviluppo delle PMI, dei distretti produttivi locali e delle reti favorendo i processi di crescita locali legati alla creazione d'impresa, all'innovazione, all'accesso al credito ed alla cooperazione iniziando dal far conoscere i servizi e gli incentivi della CCIAA alle nuove imprese.

In tal senso si vogliono supportare iniziative a sostegno della nuova imprenditorialità mettendo la propria struttura e le proprie conoscenze al servizio degli operatori che sul territorio vogliono creare nuove imprese, nonché incrementando la solidità delle realtà imprenditoriali esistenti, favorendo la creazione di reti di imprese, magari innovative, e supportando i centri d'eccellenza che favoriscono lo sviluppo del sistema economico provinciale.

La nascita di nuove imprese, il consolidamento ed ampliamento di quelle già esistenti sono la prima ed indispensabile risposta anche al bisogno occupazionale della provincia irpina, che mai come in questi anni registra percentuali di disoccupazione, specie quella giovanile, a dir poco preoccupanti.

In particolare per il **2019** la Camera intende rappresentare il principale punto di raccordo tra le imprese che intendono investire nel nostro territorio ed il resto della pubblica amministrazione, con una particolare attenzione al potenziamento e alla realizzazione delle infrastrutture necessarie a creare le condizioni per una più moderna cultura d'impresa.

OBIETTIVO STRATEGICO

II B - PROMUOVERE LA COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

L'obiettivo è volto a 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 dell'innovazione ed al proprio ammodernamento.

Per il **2019** la Camera orienterà le proprie attività a sostegno della competitività delle imprese irpine sia favorendo percorsi di digitalizzazione delle imprese stesse, sia attivando progetti di qualificazione aziendale e dei prodotti, quali certificazioni, tracciabilità e valorizzazione delle produzioni. In particolare, per quanto concerne i percorsi di digitalizzazione delle imprese sarà data prevalenza alle iniziative di sistema con particolare attenzione ai temi della formazione e di Industria 4.0. Queste attività potranno essere svolte anche in convenzione con enti pubblici e privati.

Per favorire la diffusione delle opportunità offerte dal piano del governo Industria 4.0, presso la Camera di Commercio si proseguirà il lavoro avviato con il **"Punto Impresa Digitale"** di supporto alle 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 ai 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 il monitoraggio delle 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, con l'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.

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 soprattutto pensando alla struttura dimensionale delle imprese irpine, e si concretizza nel portare più imprese all'estero rafforzando le quote di mercato di quelle già presenti. Si prevede a tal fine di attivare iniziative in previsione di Expo 2020.

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.

II C - VALORIZZAZIONE ECONOMICA DEL TERRITORIO

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.

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.

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

In particolare per il **2019** la Camera di Commercio di Avellino conferma la partecipazione al Vinitaly con un proprio spazio espositivo – di cui curerà direttamente la gestione – con la stessa superficie occupata nella passata edizione della fiera, al fine di valorizzare le identità territoriali a vocazione vitivinicola, con particolare riguardo ai luoghi di produzione dei vini di qualità dando adeguata visibilità all'Irpinia. La Camera inoltre parteciperà a TUTTOFOOD a Milano.

Per il **2019** la Camera di Avellino inoltre ha programmato anche altre Fiere: The One e Artigianato in Fiera, entrambe a Milano.

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. Difatti, 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 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.).

L'Obiettivo finale è quello di favorire la formazione di un network tra gli operatori del nostro territorio operanti negli ambiti della produzione agroalimentare, della ricettività e della somministrazione di servizi nel settore enogastronomico e turistico.

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, soprattutto con la consorella sannita.

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

OBIETTIVO STRATEGICO

IID - L'INFORMAZIONE ECONOMICO STATISTICA E LE POLITICHE DEL TERRITORIO

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.

In questa prospettiva, la disponibilità di "giacimenti" informativi da cui estrarre dati e notizie, strutturati e costantemente aggiornati, rappresenta una componente essenziale per alimentare confronti, innovazioni e crescita competitiva. E per sviluppare, tramite ciò, la propria capacità distintiva ma analizzando anche l'area territoriale della nuova Camera Irpinia Sannio.

L'Ente camerale – in quanto osservatorio privilegiato e divulgatore di dati economico-statistici dell'economia 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 programmatori per le politiche e lo sviluppo del territorio irpino (e probabilmente anche del Sannio) e della sua competitività.

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.

AREA STRATEGICA III

PROMUOVERE IL RINNOVAMENTO DELLA CAMERA

La Camera che nascerà dal processo di fusione avrà due territori che per storia e caratteristiche delle strutture imprenditoriali esistenti sono assolutamente compatibili; essa ha tutte le caratteristiche per capacità professionali e stabilità economica per poter rappresentare il vero punto di riferimento del tessuto produttivo delle due realtà, nel pieno rispetto delle pari condizioni di partecipazione e dignità a tutti i soggetti presenti sui due territoriali provinciali. L'accorpamento, nel medio/lungo periodo, consentirà di realizzare delle economie sui costi di mantenimento e di funzionamento rispetto all'attuale situazione, nel pieno rispetto di quella razionalizzazione della spesa pubblica che più norme richiamano, non ultimo proprio il decreto di riforma del sistema camerale.

Proprio in riferimento alle condizioni poste dal decreto di riforma del sistema camerale per la sopravvivenza delle camere (almeno 75 mila imprese iscritte) la Camera di Commercio Irpinia Sannio supera ampiamente detto limite con oltre 90 mila iscritti.

Il procedimento di fusione suindicato è in corso e, come indicato nella premessa, ormai è alle sue battute conclusive.

Il procedimento di fusione vuole essere una risposta alla richiesta di trasformazione nei rapporti tra le diverse componenti e forze economiche e sociali, da cui emerge che è crescente il bisogno di cambiamento della *vision* delle strutture pubbliche e della necessità di *governance* nei rapporti con il mondo produttivo.

Le imprese, difatti, sono le prime ad avere interesse che un'amministrazione risponda alle loro esigenze. Il sistema delle imprese, grazie al suo rapporto diretto con la tecnologia e l'innovazione, ha infatti mutato il suo modo di collocarsi nella nostra società, realizzando modifiche irreversibili non solo al proprio interno ma anche verso la società che la circonda.

Nel corso del **2019** la Camera farà tutte le azioni indispensabili per farsi trovare pronta con tutta la sua struttura a porre in essere tutte quelle attività necessarie che si renderanno necessarie per il buon esito dell' accorpamento.

Il prossimo sarà indubbiamente un anno importante, costituente per la nuova Camera di Commercio e di indubbia responsabilità della classe dirigente irpina.

Se da un lato, dunque, l'obiettivo più importante del 2019 sarà sicuramente la procedura di accorpamento e le sue diverse fasi, dall'altro il rinnovamento dell'ente dovrà avere delle ricadute positive sulla Camera come **Ente di servizio a favore delle imprese e come motore dello sviluppo**, pur nel contesto difficile in cui oggi viene a trovarsi, per essere in grado di fornire risposte attuali, efficaci e realistiche al sistema economico locale, continuando a percorrere, con sempre maggiore concretezza, quella strada che persegue la promozione, la valorizzazione e la crescita della competitività del territorio.

La Camera, stante anche la conferma contenuta nel decreto di riforma, dovrà fare i conti con la riduzione del diritto annuale che, anche nel 2019, sarà del 50% rispetto all'annualità 2014. Si tratta di una decurtazione considerevole delle risorse a disposizione dell'Ente, anche in considerazione della circostanza che il diritto camerale è l'unica voce di sostentamento delle Camere, e con la quale bisognerà necessariamente fare i conti in termini di organizzazione e progettazione delle iniziative che l'Ente intenderà porre in essere, non intrapresa fino ad oggi in attesa del completamento dell'iter di accorpamento con Benevento.

La riduzione delle entrate da una parte e la necessità comunque di avere un Ente in grado di fornire risposte soddisfacenti per il tessuto economico di riferimento dall'altra rappresentano evidentemente delle ragioni ancor più giustificative della deliberata procedura di accorpamento. La fusione infatti, a regime, consentirà di contenere i costi di funzionamento, pur preservando nel numero l'attuale personale in servizio presso le due camere coinvolte, dando vita ad una nuova Camera più snella negli organi ma ben radicata sul territorio; al tempo stesso sarà necessario identificare e concentrare le iniziative di promozione economica in considerazione delle risorse disponibili e di una politica di equilibrio di bilancio.

OBIETTIVO STRATEGICO

III A - BENESSERE ORGANIZZATIVO INTERNO E SVILUPPO PROFESSIONALE DEL PERSONALE

Ragionare di benessere organizzativo e di sviluppo professionale del personale della Camera vuol dire interrogarsi sull'*asset* più rilevante per il successo dell'organizzazione stessa: quali devono essere le sue caratteristiche in termini di expertise, quali le politiche fondamentali per il suo sviluppo professionale, quali le sue attese verso l'Ente in cui opera.

Va detto che in questo processo l'Ente non possiede quei margini di libertà che risultano indispensabili per agire nei diversi ambiti di governo del suo personale: incide su tali dinamiche il contingentamento delle possibilità di ottenere dal turnover quelle opportunità di gestione derivanti dal necessario ricambio generazionale e dalla valorizzazione del personale interno; le Camere interessate da procedure di accorpamento, infatti, hanno un blocco totale delle assunzioni fino al 2019.

Anche la recente normativa in materia di ottimizzazione della produttività del lavoro pubblico e di efficienza e trasparenza delle pubbliche amministrazioni ha previsto la realizzazione di indagini periodiche, come presupposto essenziale per l'ottimizzazione delle funzioni amministrative di servizio ai cittadini, volte a rilevare il livello di benessere organizzativo e il grado di condivisione del sistema di valutazione nonché la rilevazione della valutazione dei propri superiori.

Inoltre, attraverso la valutazione della performance organizzativa, si richiede un approccio multidimensionale che integri i criteri di efficienza, efficacia ed economicità, con un costante riferimento alla qualità ed alla soddisfazione dell'utenza.

Collegare lo sviluppo organizzativo ed i processi di innovazione in atto nell'Amministrazione con il ruolo delle risorse umane coinvolte, attraverso un nuovo progetto che valorizzi e motivi l'azione dei singoli, rappresenta una continua sfida per l'Ente Camerale che in vista del prossimo accorpamento acquista ancor più valore e importanza al punto da divenire un progetto specifico nel corso del 2019.

OBIETTIVO STRATEGICO

III B - INNOVAZIONE NORMATIVA E MIGLIORAMENTO CONTINUO DEI SERVIZI INTERNI

La riforma delle Camere di Commercio costituisce un'innovazione normativa senza precedenti che obbliga a rivedere l'identità di ciascuna Camera di Commercio in termini di autorevolezza, rappresentatività ed efficienza mettendo in seria discussione le funzioni che queste amministrazioni sono state chiamate a svolgere fin dall'unità d'Italia.

A luglio 2018 è stato avviato il piano di formazione per il personale delle Camere di Commercio, che prevede otto linee formative sui temi di:

- Orientamento al lavoro e alle professioni;
- Le Camere per l'innovazione digitale;
- Customer Relationship Management;
- SUAP E fascicolo elettronico d'impresa;
- Ambiente e sostenibilità;
- Personale;
- Contabilità e Bilancio;
- Compliance normativa.

La Camera di Avellino naturalmente ha aderito con proprio personale alle diversi progetti formativi organizzati.

Inoltre, tutte le recenti modifiche volte alla semplificazione, trasparenza, risparmio di costi e modernizzazione dell'apparato burocratico amministrativo - imposte dalla continua evoluzione dello scenario normativo - richiedono continue verifiche e riorganizzazioni del sistema organizzativo - procedurale – informativo - tecnologico dell'Ente.

In generale, il monitoraggio continuo delle normative comporterà un impegno volto alla costante revisione e riorganizzazione del processo di programmazione e controllo delle attività dell'Ente anche alla luce delle novità normative in tema di ottimizzazione della produttività del lavoro pubblico e di efficienza e trasparenza delle PA.

Sarà continuo l'impegno diretto al contenimento e alla razionalizzazione dei costi già avviato da tempo, sia per motivi di opportunità, derivanti dalla volontà di destinare alla promozione del tessuto economico provinciale le maggiori risorse possibili, sia per adempiere alle normative di contenimento della spesa pubblica.

L'utilizzo sempre più avanzato della tecnologia - non solo per aumentare l'accessibilità ai servizi della Camera di Commercio - va anche nell'ottica di snellire i processi di lavoro e, di conseguenza, liberare risorse.

Emerge, con forte evidenza, l'esigenza della riorganizzazione in una più ampia strategia di programmazione delle attività, di monitoraggio, controllo e verifica dei risultati, nella consapevolezza che un'organizzazione matura deve poter disporre di adeguati supporti ai processi decisionali e ai processi operativi, in grado di orientare le azioni di miglioramento e ottimizzazione della "macchina organizzativa". Inoltre saranno poste in essere attività volte ad implementare servizi qualificati come AQI.

PRIORITA' STRATEGICA IV

SOSTEGNO ALL'OCCUPAZIONE E ALL'ALTERNANZA SCUOLA-LAVORO

Il sistema delle Camere di Commercio italiane, in coerenza con la propria missione istituzionale - di assolvere "funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese, curandone lo sviluppo nell'ambito delle economie locali" - è da tempo proficuamente impegnato sui temi della valorizzazione del capitale umano per lo sviluppo dei sistemi produttivi territoriali.

In materia di alternanza scuola-lavoro fin dal 2003, le Camere di Commercio sono state riconosciute quale interlocutore e anello di congiunzione tra mondo del lavoro e sistema della formazione (professionale, scolastica e universitaria): MIUR e Unioncamere hanno stipulato infatti Protocolli d'Intesa finalizzati a favorire la collaborazione tra istituzioni scolastiche e Camere di Commercio per la realizzazione di percorsi di alternanza scuola-lavoro ed hanno quindi promosso congiuntamente l'attuazione di percorsi formativi sperimentali in alternanza, co-progettati e cofinanziati dalle Camere di Commercio e dagli Uffici Scolastici Regionali.

Il ruolo delle Camere di Commercio a sostegno dell'occupazione, di orientamento al lavoro e alle professioni ed in materia di alternanza scuola-lavoro è valorizzato e rafforzato dalla recente legge di riforma che accanto alle già consolidate funzioni per la realizzazione dei percorsi di alternanza attribuisce agli Enti camerali anche il compito di attivare la collaborazione per la realizzazione del sistema di certificazione delle competenze acquisite in contesti non formali e informali e nell'ambito degli stessi percorsi di alternanza scuola-lavoro.

OBIETTIVO STRATEGICO

**IV A - ORIENTAMENTO AL LAVORO E ALLE PROFESSIONI – SUPPORTO ALL'ALTERNANZA
SCUOLA-LAVORO**

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 sulla 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 anche con il supporto di associazioni che operano sul territorio, e più specificatamente agli studenti delle scuole superiori e delle università, oltreché 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.

OBIETTIVO STRATEGICO

IV B – TENUTA E PROMOZIONE DEL REGISTRO NAZIONALE ALTERNANZA SCUOLA LAVORO

La tenuta del Registro nazionale per l'alternanza scuola-lavoro (RASL) è una delle nuove funzioni che il decreto di riforma attribuisce alle Camere di Commercio. Il tema dell'orientamento e dell'alternanza rientra da tempo nelle linee di attività del sistema camerale, che da oltre 10 anni è impegnato a favorire un dialogo proficuo tra mondo della scuola e sistema produttivo, colmando così una lacuna del nostro mercato del lavoro.

Il Registro nazionale per l'alternanza scuola-lavoro è il punto d'incontro tra i ragazzi che frequentano il triennio conclusivo di un istituto tecnico o di un liceo e le imprese italiane disponibili ad offrire loro un periodo di apprendimento on the job. Il portale www.scuolalavoro.registroimprese.it – la cui realizzazione è stata affidata al sistema delle Camere di Commercio ed è gestito da InfoCamere – è un tassello determinante per la piena riuscita di uno degli aspetti più innovativi della riforma introdotta con "La buona scuola": l'inserimento organico di percorsi obbligatori di alternanza nelle scuole superiori ed il riconoscimento del valore dell'imparare lavorando. La riforma scolastica, infatti, ha stabilito che per i licei e per gli istituti tecnici debbano essere svolte un minimo di ore in un contesto lavorativo.

Nel Registro possono iscriversi gratuitamente le imprese, gli enti pubblici e privati, le associazioni e i professionisti che vogliano investire sullo sviluppo educativo e

professionale dei giovani, mettendo a disposizione percorsi di alternanza presso le proprie strutture. Per ciascuna impresa, ente o professionista, il Registro riporta il numero massimo degli studenti ospitabili, i periodi dell'anno in cui è possibile svolgere l'attività di alternanza e i percorsi di alternanza offerti.

Il nuovo portale si occuperà anche dell'alternanza scuola-lavoro da svolgere in regime di apprendistato. D'intesa con il Ministero del Lavoro e con il Ministero dell'Istruzione, infatti, nell'area aperta e consultabile del Registro nazionale per l'alternanza scuola-lavoro, le imprese potranno segnalare anche la propria disponibilità ad ospitare gli studenti in apprendistato (di primo livello), destinato ai giovani dai 15 ai 25 anni che intendano acquisire una qualifica o un diploma professionale, un diploma di istruzione secondaria superiore o il certificato di specializzazione tecnica superiore.

Le imprese che si iscriveranno al portale saranno inserite anche in una sezione speciale del Registro delle imprese delle Camere di Commercio, così da consentire ai dirigenti scolastici di consultare – nel rispetto della normativa sulla privacy - informazioni dettagliate di carattere giuridico-economico sulle imprese più interessanti per i propri studenti, in vista dell'attivazione di percorsi di alternanza scuola-lavoro. Sempre online, gli istituti scolastici – cui spetta per legge provvedere alla copertura assicurativa degli allievi in alternanza - potranno trovare tutte le informazioni necessarie per stipulare le apposite convenzioni con le imprese e gli enti pubblici e privati disponibili ad ospitare i giovani.

Nel 2019 l'obiettivo della CCIAA di Avellino è proseguire 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 la condivisione della documentazione di comune interesse (protocolli attivati, azioni di successo ecc.);
- promuovere accordi con soggetti terzi in tema di sicurezza nei luoghi di lavoro.

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. Sarà inoltre potenziata l'attività svolta in collaborazione con il centro studi irpino "Pensiamo al vostro futuro", iniziativa di alto profilo sull'orientamento alle professioni.

AZIONI TRASVERSALI
COMUNICAZIONE
BANDI DI CONTRIBUTI
FORMAZIONE

Nell'assolvimento della propria *mission* di amministrazione pubblica che opera nell'interesse generale delle imprese a sostegno dello sviluppo, la Camera di Commercio - oltre ad esercitare le attività, in senso ampio, "amministrative" previste dalla legge (prima tra tutte, la tenuta dell'anagrafe delle imprese) e a promuovere la trasparenza, la certezza e l'equità delle relazioni economiche tra gli operatori del mercato - realizza una vasta ed articolata gamma di interventi volti a creare condizioni di contesto ottimali per sostenere la competitività imprenditoriale locale e favorire la crescita e lo sviluppo dell'economia e del territorio.

Tali attività sono trasversali a tutte le Aree/servizi dell'Ente e pertanto sono da considerarsi a supporto di tutte le precedenti priorità individuate per il 2018.

S'inseriscono tra queste le attività a seguire.

COMUNICAZIONE

La comunicazione viene, ormai, identificata come elemento indispensabile nei processi di riforma e cambiamento delle istituzioni pubbliche. È divenuta la via per migliorare il rapporto con l'utenza e strumento di trasparenza e diritto all'informazione.

Per il raggiungimento degli obiettivi sinora descritti sarà, pertanto, fondamentale rafforzare la comunicazione all'esterno delle iniziative e delle peculiarità dell'Ente camerale, basandosi sulle parole chiave del rapporto tra l'Ente e l'Utenza: partecipazione, accesso, informazione, trasparenza.

Il sito web istituzionale, pertanto, dovrà essere ulteriormente incrementato e implementato in maniera dinamica alla luce delle recenti disposizioni con particolare riguardo alle recenti "Linee guida di design per i siti web della Pubblica amministrazione" definite dall'AGID Agenda digitale Italiana per la Pubblica Amministrazione nell'ambito del piano nazionale "Crescita Digitale 2014-2020" predisposto dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri, insieme al Ministero dello Sviluppo Economico, all'Agenzia per l'Italia Digitale e all'Agenzia per la Coesione: tali linee Guida prevedono che i siti web delle pubbliche Amministrazioni debbano rispettare il *principio della trasparenza* tramite l' "accessibilità totale" da parte dell'utente alle informazioni concernenti ogni aspetto dell'organizzazione dell'Ente pubblico, definendo, per altro, i contenuti minimi dei siti istituzionali pubblici.

Le recenti e numerose modifiche normative nell'ambito del vasto progetto di riforma della Pubblica Amministrazione impongono alla Camera una comunicazione esterna basata sui principi della trasparenza e dell'accessibilità alle informazioni dell'intera collettività.

Al riguardo non si può non considerare che il decreto legislativo 25 maggio 2016, n. 97 recante modifiche al d.lgs. n. 33/2013 ha introdotto l'istituto dell'accesso civico „generalizzato" sul modello del FOIA (*Freedom of information act*) di origine anglosassone. Detta tipologia di accesso, delineata nell'art. 5, co. 2 e ss. del d.lgs. 33/2013 - fatti salvi i casi previsti dalla legge in cui l'accesso non è consentito - si va ad aggiungere all'accesso già disciplinato dal medesimo decreto ai documenti oggetto degli obblighi di pubblicazione e all'accesso documentale disciplinato dal capo V della legge 241/1990 ess.mm.ii. consentendo un accesso a tutti i dati, i documenti e le informazioni detenuti dalle pubbliche amministrazioni, ulteriori rispetto a quelli per i quali è stabilito un obbligo di pubblicazione, in assenza di titolarità di situazioni giuridicamente rilevanti.

La ratio della riforma risiede nella dichiarata finalità di favorire forme diffuse di controllo sul perseguimento delle funzioni istituzionali e sull'utilizzo delle risorse pubbliche e di promuovere la partecipazione al dibattito pubblico (art. 5, comma 2 del decreto trasparenza). Ciò in attuazione del principio di trasparenza che il novellato articolo 1, comma 1, del decreto ridefinisce come accessibilità totale dei dati e dei documenti detenuti dalle pubbliche amministrazioni non più solo finalizzata a "favorire forme diffuse di controllo sul perseguimento delle funzioni istituzionali e sull'utilizzo delle risorse pubbliche", ma soprattutto, come strumento di tutela dei diritti dei cittadini e di promozione della partecipazione degli interessati all'attività amministrativa.

Ai sensi del comma 2 dell'art. 1 del d.lgs. 33/2013 la trasparenza è condizione di garanzia delle libertà individuali e collettive, nonché dei diritti civili, politici e sociali, e integra il diritto ad una buona amministrazione e concorre alla realizzazione di una amministrazione aperta, al servizio del cittadino.

La trasparenza diviene, quindi, principio cardine e fondamentale dell'organizzazione delle pubbliche amministrazioni e dei loro rapporti con i cittadini.

La Camera di Commercio sta lavorando in tale ottica per essere un'amministrazione moderna, efficiente e trasparente sempre più vicina agli operatori economici.

E' strategica, quindi, la funzione trasversale della comunicazione esterna dell'ente che consentirà di programmare e gestire le azioni di comunicazione per il raggiungimento di specifici obiettivi strategici dell'Ente.

Ciò consentirà di diffondere la conoscenza dell'immagine dell'Istituzione Camerale (identità, valori, attività) verso l'utenza, verso le associazioni di categoria, verso gli enti locali allo scopo di migliorare la conoscenza dei servizi della Camera in modo da facilitarne l'accesso.

In particolare le azioni di comunicazione mireranno principalmente a garantire la giusta informazione a tutti (imprese, cittadini e *stakeholders*) delle strategie e delle azioni che l'amministrazione metterà in campo per favorire il raggiungimento dei propri obiettivi in modo coerente ed efficace rispetto a tutte le attività programmate.

BANDI DI CONTRIBUTI

La Camera di Commercio, svolgendo anche funzioni di supporto e di promozione degli interessi generali delle imprese e delle economie locali, definisce un programma di interventi individuando i settori in cui concentrare le iniziative; tra i sostegni diretti a favore delle imprese rientrano, prevalentemente, i contributi finanziari per incentivare iniziative di particolare interesse per lo sviluppo economico locale (innovazione, qualità, sicurezza, ecc.) gestite con il meccanismo del bando di concorso, e la partecipazione diretta alle principali manifestazioni fieristiche sostenendo i costi di stand collettivi riservati ad imprese irpine, in modo da promuovere le produzioni locali tipiche in Italia ed all'estero.

Tutte le iniziative tenderanno ad avere una ricaduta positiva sullo sviluppo globale del sistema imprenditoriale della provincia.

In considerazione della nuova situazione in cui le CCIAA si trovano ed in attuazione della legge 114/2014 le iniziative saranno proporzionate alle risorse disponibili.

I contributi saranno concessi nel rispetto della normativa comunitaria in materia di *de minimis* e avrà quale target di riferimento le PMI dei diversi settori economici, compresa la cooperazione.

FORMAZIONE

Sulla base di un'attenta analisi dei fabbisogni delle imprese, del contesto socio-economico e del mercato del lavoro – ovvero con le associazioni di categoria - la Camera annualmente progetta ed organizza interventi di formazione, specializzazione ed aggiornamento.

La formazione professionale è, difatti, la chiave di volta per lo sviluppo qualitativo del sistema economico territoriale: un tessuto imprenditoriale che fa perno sulla formazione professionale dei suoi addetti, assicura la crescita e la competitività del territorio. I corsi di formazione saranno diretti ad imprenditori, dirigenti, quadri e addetti alle imprese della provincia appartenenti ai diversi settori economici.

Nell'ottica del rafforzamento delle competenze aziendali necessarie per competere sui mercati nazionali e, sempre più, internazionali saranno realizzate iniziative mirate alla *job creation*. Le attività previste in generale dovranno puntare a garantire una migliore allocazione del capitale umano di qualità nelle imprese e nei territori, favorendo sempre più l'incontro della domanda e l'offerta di lavoro.

Nel corso del **2019** la Camera punterà in modo particolare la propria attenzione su progetti di formazione riguardanti l'alternanza scuola – lavoro.

6. DAGLI OBIETTIVI STRATEGICI AGLI OBIETTIVI OPERATIVI

6.1 GLI OBIETTIVI OPERATIVI

Si elencano a seguire gli obiettivi operativi per ciascuna delle Aree individuate e per ciascun obiettivo strategico come risultano dai documenti di programmazione approvati.

AREA STRATEGICA I - SOSTEGNO ALL'INNOVAZIONE, SEMPLIFICAZIONE E MIGLIORAMENTO CONTINUO DEI SERVIZI PER FAVORIRE LE IMPRESE

OBIETTIVI STRATEGICI	OBIETTIVI OPERATIVI
IA) MIGLIORAMENTO NELL'ACCESSO E NELLA FRUIZIONE DEI SERVIZI CAMERALI	Iniziative per rendere più efficace la comunicazione esterna della Camera Cooperazione con le istituzioni scolastiche e universitarie
IB) SEMPLIFICAZIONE AMMINISTRATIVA ED E-GOVERNMENT	Dare piena attuazione alle nuove normative in tema di e-government valorizzando il ruolo della CCIAA quale strumento per la semplificazione amministrativa e di dialogo tra imprese e PA Miglioramento e promozione della qualità delle banche dati informatiche tenute dalla Camera di Commercio e sfruttamento delle potenzialità informatiche di gestione degli archivi, comunicazione telematica, condivisione di banche dati con altre PA per migliorare la qualità dei dati resi pubblici dall'Ente incrementando il valore della loro piena fruibilità Partecipazione a progetti di <i>e-government</i> per la PA digitale, anche a livello europeo Iniziative per garantire la corretta conservazione sostitutiva dei documenti informatici
IC) PROMOZIONE DEGLI STRUMENTI DI REGOLAZIONE DEL MERCATO E DI ADR	Iniziative per la promozione dei sistemi alternativi di risoluzione delle controversie e gli altri strumenti di regolazione del mercato

AREA STRATEGICA II - FAVORIRE LA COMPETITIVITÀ E PROMUOVERE L'IMPRESA ED IL TERRITORIO NEL MONDO

OBIETTIVI STRATEGICI	OBIETTIVI OPERATIVI
IIA) FAVORIRE LA NASCITA, IL CONSOLIDAMENTO E LO SVILUPPO DEL SISTEMA ECONOMICO LOCALE	Sostegno alla crescita della struttura economica locale Azioni per mantenere il tasso di sviluppo imprenditoriale in linea con i livelli regionali e nazionali Sostegno allo sviluppo di imprese ad alto potenziale di crescita e delle reti d'impresa inerenti settori produttivi rilevanti per il territorio
IIB) SOSTENERE LA COMPETITIVITA' DELLE IMPRESE	Sviluppo delle capacità di attrarre finanziamenti da programmi Comunitari, Nazionali e Regionali sul territorio provinciale Azioni per favorire la capacità di innovazione delle imprese Sviluppo dell'internazionalizzazione delle imprese provinciali Azioni per favorire la diffusione di una cultura dello sviluppo sostenibile e della responsabilità sociale dell'impresa
IIC) VALORIZZAZIONE ECONOMICA DEL TERRITORIO	Sostegno alle produzioni artigianali ed agroalimentari tipiche della provincia e loro valorizzazione Sostegno alla valorizzazione delle risorse turistiche, culturali e ambientali del territorio come fattore di sviluppo economico
IID) L'INFORMAZIONE ECONOMICA STATISTICA E LE POLITICHE DEL TERRITORIO	Iniziative per la valorizzazione dei dati, delle informazioni e delle conoscenze del contesto socio-economico della provincia di Avellino nell'ambito delle attività di programmazione della Camera e degli Enti territoriali e a supporto delle decisioni strategiche del sistema economico locale. Iniziative per approfondire la conoscenza di metodologie e

sistemi di rilevazione per l'analisi di tematiche non sufficientemente studiate e azioni per consolidare il ruolo dell'ente come propositore e partner di politiche di programmazione del territorio

AREA STRATEGICA III

PROMUOVERE IL RINNOVAMENTO DELLA CAMERA

OBIETTIVI STRATEGICI	OBIETTIVI OPERATIVI
III A) BENESSERE ORGANIZZATIVO INTERNO E SVILUPPO PROFESSIONALE DEL PERSONALE	Azioni per migliorare il benessere organizzativo e rafforzare l'identità e il senso di appartenenza all'Ente Accrescimento delle competenze professionali del personale: tecniche, gestionali, comunicative
III B) INNOVAZIONE NORMATIVA E MIGLIORAMENTO CONTINUO DEI SERVIZI	Iniziative per assicurare autonomia operativa del personale e qualità del servizio Attuazione degli adempimenti normativi e razionalizzazione della struttura e dei servizi Miglioramento dell'efficienza organizzativa della Camera e dei servizi forniti Avere una costante tensione verso l'eccellenza qualitativa dei servizi

AREA STRATEGICA IV

SOSTEGNO ALL'OCCUPAZIONE E ALL'ALTERNANZA SCUOLA-LAVORO

OBIETTIVI STRATEGICI	OBIETTIVI OPERATIVI
IV A) ORIENTAMENTO AL LAVORO E ALLE PROFESSIONI – SUPPORTO ALL'ALTERNANZA SCUOLA LAVORO	Sviluppare modelli e percorsi in alternanza, incentrati su tirocini formativi e di orientamento Favorire la sensibilizzazione e la promozione di iniziative specifiche per lo sviluppo della cultura di impresa

	Orientare, facilitare e agevolare la transizione dei giovani in uscita dai percorsi formativi
IV B) TENUTA E PROMOZIONE DEL REGISTRO NAZIONALE ALTERNANZA SCUOLA LAVORO	Realizzare accordi di collaborazione a livello locale per valorizzare il ruolo del RASL Promuovere il RASL attraverso iniziative di comunicazione locale

6.2 OBIETTIVI ASSEGNATI AL PERSONALE DIRIGENZIALE

Si veda l'allegato n. 2

6.3 SCHEDE DI PROGRAMMAZIONE

Si veda l'allegato n. 3

**7. IL PROCESSO SEGUITO E
LE AZIONI DI MIGLIORAMENTO DEL
CICLO DI GESTIONE DELLE PERFORMANCE**

7.1 FASI, SOGGETTI E TEMPI DEL PROCESSO DI REDAZIONE DEL PIANO

Il processo di redazione del Piano della Performance si inserisce nell'ambito del più complessivo processo di pianificazione strategica e programmazione operativa dell'Ente.

Il punto di partenza del processo, a livello strategico, è il Programma Pluriennale.

Tale Programma, ai sensi del Regolamento di contabilità delle CCIAA (DPR 254/05), è adottato dal Consiglio all'atto del suo insediamento ed ha come orizzonte di pianificazione il mandato dell'organo politico-amministrativo. Con esso il Consiglio definisce il proprio mandato istituzionale, la mission e la vision dell'Ente e le priorità strategiche che intende realizzare nell'ambito del quinquennio.

Partendo dalle priorità strategiche definite nel programma pluriennale come aggiornato in sede di adozione della relazione previsionale e programmatica, annualmente il Segretario Generale predispone il Piano della Performance, sulla base delle indicazioni fornite dagli organi di indirizzo, coinvolgendo il management dell'Ente Camerale.

Compete a tale Dirigente presidiare il coordinamento delle attività di programmazione economico-finanziaria, di bilancio e controllo, anche attraverso l'animazione di incontri e la collaborazione degli Uffici camerali.

Il Segretario Generale assicura che, per effetto della programmazione, la strategia sia tradotta in un insieme coerente di azioni e che le attività di programmazione e controllo avvengano in maniera trasversale, promuovendo la comunicazione e condivisione degli obiettivi.

7.2 COERENZA CON LA PROGRAMMAZIONE ECONOMICO-FINANZIARIA E DI BILANCIO

La Programmazione economica finanziaria dell'Ente è disciplinata dal DPR 2.11.2005 n. 254 che ha imposto l'approccio e le metodologie volte all'approvazione del bilancio di previsione. I documenti di programmazione vengono redatti in linea con la programmazione pluriennale entro il 31 ottobre di ogni anno a cura del Consiglio camerale. Contemporaneamente vengono approvati obiettivi e programmi da realizzare da parte di tutta la struttura organizzativa. Successivamente, in materia di programmazione economica finanziaria il d.lgs. 31 maggio 2011, n.91 "*Disposizioni recanti attuazione*

dell'articolo 2 della legge 31 dicembre 2009, n. 196, in materia di adeguamento ed armonizzazione dei sistemi contabili" ha disciplinato l'armonizzazione dei sistemi e degli schemi contabili delle pubbliche amministrazioni con l'intento di consentire un coordinamento della finanza pubblica attraverso una disciplina omogenea dei procedimenti di programmazione, gestione, rendicontazione e controllo.

In attuazione dell'articolo 16 del citato decreto è stato poi emanato dal Ministero dell'Economia e delle Finanze il decreto 27 marzo 2013 recante "*Criteri e modalità di predisposizione del budget economico delle Amministrazioni pubbliche in contabilità civilistica*".

In considerazione di queste importanti novità legislative il Ministero dello Sviluppo Economico con la circolare n. 148123 del 12/09/2013 ha dettato omogenee indicazioni alle Camere di Commercio e alle Unioni Regionali, al fine di consentire, in attesa della riforma complessiva del DPR 2.11.2005 n. 254, l'assolvimento degli obblighi di presentazione dei documenti di pianificazione nelle forme previste dal decreto del 27 marzo 2013.

Nello specifico, le Camere di Commercio dal 31 dicembre 2013 approvano il budget pluriennale redatto secondo lo schema allegato 1) del decreto 27 marzo 2013, il preventivo economico ai sensi dell'art. 6 del DPR 2.11.2005 n. 254 redatto secondo lo schema allegato A) del DPR medesimo, il budget economico annuale secondo lo schema allegato 1) del decreto 27 marzo 2013, il budget direzionale redatto secondo lo schema allegato B) al DPR 2.11.2005 n. 254, il prospetto delle previsioni di entrata e delle previsioni di spesa complessiva articolato per missioni e programmi ai sensi dell'art. 9 del decreto 27 marzo (all.3) ed il piano degli indicatori e dei risultati attesi di bilancio redatto ai sensi dell'art. 19 del d.lgs. n. 91/2001 e secondo le linee guida definite con decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri.

La Relazione previsionale e programmatica funge da ricognizione ed aggiornamento del programma pluriennale a cui la Giunta dà progressiva attuazione, ed è la traccia delle linee di indirizzo per la predisposizione del Bilancio preventivo.

Per garantire la necessaria organicità ed integrazione dei processi di pianificazione della *performance* e di programmazione economico-finanziaria e di bilancio (art. 5, comma 1 e art. 10, comma 1, lett. a, del D.Lgs. 150/09), la Camera di Commercio di Avellino ha attivato anche un coordinamento più efficace tra i due processi provvedendo che il "Sistema di Misurazione e Valutazione della *performance*" - che regola le attività di

pianificazione, individuazione di obiettivi indicatori e target, misurazione delle *performance*, valutazione e rendicontazione dei risultati conseguiti, utilizzo delle risorse allocate per il perseguimento delle funzioni istituzionali - e l'intero Ciclo della *Performance* risultino sempre più integrati e coerenti, nei tempi e nei contenuti, nel processo di programmazione economico-finanziaria e di bilancio.

Si evidenzia, inoltre, che la normativa attribuisce anche alla Relazione sulla Performance la funzione di evidenziare, a consuntivo, i risultati della capacità organizzativa dell'Ente rispetto a quanto preventivamente definito in sede di "Relazione Previsionale e Programmatica e del Piano della Performance".

Ai fini dell'accessibilità dell'informazione l'Ente ha attivato sinergie tra gli attori e le funzioni organizzative rispettivamente coinvolte (*stakeholder*, Organi politici, centri di responsabilità amministrativa, uffici di pianificazione e di bilancio), provvedendo altresì all'integrazione degli strumenti di trasparenza a supporto dei processi di pianificazione e controllo strategico.

7.3 AZIONI PER IL MIGLIORAMENTO DEL CICLO DI GESTIONE DELLE PERFORMANCE

L'attuazione del Ciclo di gestione della performance costituisce un preciso intento politico e un obiettivo operativo della Camera di Commercio di Avellino che verrà conseguito attraverso la realizzazione di una serie di azioni finalizzate a dotare la Camera di Commercio delle metodologie, delle prassi e delle procedure idonee a supportare un efficiente ed efficace Ciclo di gestione della performance, utilizzando e valorizzando le professionalità operanti nell'ente.

Premesso che sebbene il quadro normativo di riferimento resti sostanzialmente confermato nel suo impianto originario, alcune delle modifiche apportate dal recente decreto legislativo 25 maggio 2017, n. 74 al d.lgs. n. 150/2009 introducono rilevanti novità bisognevoli di recepimento, il ciclo della performance sarà attuato in osservanza di:

- le prassi, le metodologie e le esperienze già maturate dalla Camera di commercio in materia di pianificazione e controllo.
- le linee guida redatte ai sensi dell'articolo 3, comma 1, del dPR 105/2016 dal Dipartimento della Funzione Pubblica (DFP) cui competono le funzioni di indirizzo, coordinamento e monitoraggio in materia di ciclo della performance, avvalendosi

del supporto tecnico e metodologico della Commissione Tecnica per la Performance (CTP) di cui all'articolo 4 del citato decreto.

- le linee guida realizzate all'interno delle azioni maturate nel Sistema Camerale e coordinate dall'Unioncamere Nazionale.

Il Piano delle Performance sarà oggetto di monitoraggio, al fine di poter procedere alle eventuali variazioni che si rendessero necessarie per garantire il costante allineamento tra obiettivi strategici – obiettivi operativi – risorse – obiettivi di performance.

L'aggiornamento dei documenti di pianificazione, infatti, costituisce parte integrante del processo di pianificazione e controllo. Il monitoraggio del grado di perseguimento degli obiettivi, la valutazione delle performance organizzative e individuali, l'analisi di contesto interno ed esterno, costituiscono i feedback necessari al progressivo riallineamento degli obiettivi alle strategie perseguite in un quadro che si assume in costante evoluzione.

IL SEGRETARIO GENERALE
(Dott. Luca Perozzi)

IL PRESIDENTE
(Ing. Oreste Pietro Nicola La Stella)

8. ALLEGATI

Allegato n. 1

SCHEDA GRUPPO DI LAVORO

N	FASE DEL PROCESSO	SOGGETTI COINVOLTI	ARCO TEMPORALE (MESI)										
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Definizione identità dell'organizzazione	6											
2	Analisi del contesto interno ed esterno	6											
3	Definizione degli obiettivi strategici e delle strategie	6											
4	Definizione degli obiettivi e dei piani operativi	6											
5	Comunicazione del piano all'interno ed all'esterno	6											

Allegato n. 2

SCHEDA DI ASSEGNAZIONE DEGLI OBIETTIVI AI DIRIGENTI

OBIETTIVI
DEL
SEGRETARIO GENERALE

ANNO 2019

SCHEDA DI ASSEGNAZIONE DEGLI OBIETTIVI AI DIRIGENTI

ELENCO OBIETTIVI DEL SEGRETARIO GENERALE ANNO 2019

AREA STRATEGICA	OBIETTIVO STRATEGICO	OBIETTIVI OPERATIVI	PESO
I	IA, IB, IC	Promozione delle infrastrutture, della ricerca e dell'innovazione e valorizzazione del ruolo della CCIAA quale strumento di semplificazione amministrativa e di dialogo tra imprese	20%
I	IIA, IIB,	Attuazione del programma promozionale, sostegno alla crescita della struttura economica locale con particolare riguardo ai temi dell'internazionalizzazione delle imprese e allo sviluppo di una cultura sostenibile	20%
I	II C	Valorizzazione risorse turistiche, culturali e ambientali come fattore di sviluppo economico	10%
III	IIIA, IIIB	Miglioramento qualità dei servizi, innovazione della Camera	35%
IV	IV A,IV B	Orientamento, agevolazione dei percorsi formativi dei giovani e promozione del ruolo del Registro Nazionale Alternanza Scuola Lavoro	15%
		TOTALE	100%

AREA STRATEGICA	OBIETTIVO STRATEGICO	OBIETTIVO OPERATIVO	Peso in termini %	INDICATORE	DATA
I	I A I B I C	Promozione delle infrastrutture, della ricerca e dell'innovazione e della formazione per le imprese	10%	- Sviluppo di n.2 iniziative in attuazione del programma nazionale "industria 4.0" con riferimento all'agricoltura e all'artigianato	31/12/19
I	II A II B	Attuazione programma promozionale, sostegno alla crescita della struttura economica locale con particolare riguardo ai temi dell'internazionalizzazione	30%	- Organizzazione iniziative promozionali deliberate dalla Giunta	30/09/19
				- Partecipazione ad almeno 2 fiere collettive - Attivazione e gestione bandi per internazionalizzazione e innovazione	30/11/19
I	II C	Valorizzazione risorse turistiche, culturali e ambientali come fattore di sviluppo economico	10%	- realizzazione promozionale progetto metro web	30/11/19
II	III A III B	Miglioramento qualità dei servizi, innovazione della Camera		- attività di verifica del rispetto dei tempi procedurali	31/12/19
			35%		

Piano della Performance 2019 – 2021

				- incremento delle conciliazioni in materia di acqua, luce e gas e consumo - attivazione servizio di accoglienza qualificata all'utenza - approvazione nuovo regolamento per il conferimento degli incarichi di posizione organizzativa - controlli semestrali sul livello di attuazione del Piano di Prevenzione della Corruzione - verifica osservanza del divieto di pantflouge in tema di anticorruzione e acquisto software whistleblowing - adozione di misure di modifica dell'attuale organizzazione dell'Ente - integrazione dei servizi delle due camere	31/12/19
IV	IV A IV B	Orientamento, agevolazione dei percorsi formativi dei giovani e promozione del ruolo del Registro Nazionale Alternanza Scuola Lavoro	15%	- proposta di un'iniziativa per l'integrazione tra mondo della scuola e del lavoro	31/12/19

Allegato n. 3

AREA	AREA STRATEGICA I - SOSTEGNO ALL'INNOVAZIONE, SEMPLIFICAZIONE E MIGLIORAMENTO CONTINUO DEI SERVIZI PER LE IMPRESE
Obiettivo strategico	I A. Miglioramento nell'accesso e nella fruizione dei servizi camerali

Indicatore obiettivo strategico	Numero servizi offerti on line			
Valore 2018	Target 2019	Target 2020	Target 2021	
6	6	6	6	

obiettivi operativi 2019	indicatori 2019	valore 2018	target 2019	programmi 2019	progetti/azioni 2019	AREA CAMERALE Responsabile
Rendere più efficace la comunicazione esterna della Camera per essere più vicini alle imprese e cittadini e migliorare il livello di digitalizzazione dei servizi resi dall'Ente	Numero servizi offerti online	6	6	Miglioramento comunicazione sui servizi camerali	INIZIATIVE: 1) Aggiornamento sezione Faq del sito web camerale (entro luglio 2019); 2) Realizzazione nell'ambito del PID di iniziative con riferimento all'agricoltura di precisione e all'artigianato digitale (entro ottobre 2019)	II-III

AREA	AREA STRATEGICA I - SOSTEGNO ALL'INNOVAZIONE, SEMPLIFICAZIONE E MIGLIORAMENTO CONTINUO DEI SERVIZI PER FAR CRESCERE LE IMPRESE
Obiettivo strategico	I B . Semplificazione dell'azione amministrativa ed e-government

6

Indicatore obiettivo strategico	Grado di diffusione dei servizi telematici presso il tessuto economico locale			
Valore 2018	Target 2019	Target 2020	Target 2021	
83%	85%	87%	89%	

obiettivi operativi 2019	indicatori 2019	valore 2018	target 2019	programmi 2019	progetti/azioni 2019	AREA CAMERALE Responsabile
Dar piena attuazione alle nuove normative in tema di e-government valorizzando il ruolo della CCIAA quale strumento per la semplificazione amministrativa e di dialogo tra imprese e PA	Rispetto dei tempi di evasione (5 giorni) delle pratiche Registro Imprese in termini percentuali	70%	80%	Miglioramento servizi della Comunicazione Unica per la nascita dell'impresa e del SUAP	INIZIATIVE: 1) Incremento dei servizi offerti dall'Ufficio AQI; 2) Verifica del rispetto dei tempi procedurali; 3) potenziamento del servizio fascicolo d'impresa; 4) emissione ruolo 2015 (entro novembre 2019);	III
	N° servizi erogati o gestiti <i>on line</i>	3	3			
Miglioramento e promozione della qualità delle banche dati.....incrementando il valore della loro piena fruibilità	Grado di diffusione dei servizi telematici presso il tessuto economico locale in termini percentuale	83%	85%	Multicanalità dei servizi amministrativi alle imprese		
	Tempi medi di lavorazione delle pratiche telematiche Registro Imprese	7,5 gg.	6,5 gg.			
Partecipare a progetti di e-government per la PA digitale, anche a livello europeo	Imprese/organizzazioni/enti partecipanti	50	50	Progetti di e-government		

AREA	AREA STRATEGICA I - SOSTEGNO ALL'INNOVAZIONE, SEMPLIFICAZIONE E MIGLIORAMENTO CONTINUO DEI SERVIZI PER FAVORIRE LE IMPRESE
Obiettivo strategico	I C . Promozione degli strumenti di regolazione del mercato e di ADR

Indicatore obiettivo strategico	Livello di diffusione del servizio di Conciliazione/Mediazione
--	---

Valore 2018	Target 2019	Target 2020	Target 2021
+50%	+50%	+50%	+50%

obiettivi operativi 2019	indicatori 2019	valore 2019	target 2019	programmi 2019	progetti/azioni 2019	AREA CAMERALE Responsabile
Iniziative per la promozione dei sistemi alternativi di risoluzione delle controversie e gli altri strumenti di regolazione del mercato	Livello di diffusione del servizio di Conciliazione/Mediazione in termini percentuali	+50%	+ 50%	Conciliazione, mediazione e arbitrato	CORSI DI FORMAZIONE DA ATTIVARE ENTRO L'ANNO: 1) Aggiornamento formazione biennale mediatori civili; INIZIATIVE: 1) Approvazione regolamento di conciliazione in materia di consumo 2) Potenziamento del servizio di vigilanza (10% di ispezioni in più rispetto al 2018); 3) Potenziamento progetto ravvedimento operoso.	III
	Aumento delle conciliazioni in materia di acqua, luce gas e consumo		+ 20 %			
	Diffusione delle visite metrologiche di controllo sul tessuto economico provinciale	+ 5%	+ 5%	Promozione intensificazione delle attività di ADR e vigilanza		

AREA	AREA STRATEGICA II - FAVORIRE IL CONSOLIDAMENTO E LO SVILUPPO DEL SISTEMA ECONOMICO LOCALE
Obiettivo strategico	II A . Favorire la nascita delle imprese, il consolidamento e lo sviluppo del sistema economico locale

Indicatore obiettivo strategico	Grado di utilizzo delle risorse stanziato per gli interventi economici della Camera di Commercio
--	---

Valore 2017 (bilancio consolidato)	Target 2019	Target 2020	Target 2021
85%	87%	89%	90%

obiettivi operativi 2019	indicatori 2019	valore 2018	target 2019	programmi 2019	progetti/azioni 2019	AREA CAMERALE Responsabile
Sostegno alla crescita della cultura economica locale	Numero imprese assistite dalla CCIAA	700	700	Iniziative per incrementare la solidità della struttura economica locale	INIZIATIVE: 1) Favorire i percorsi di digitalizzazione delle imprese (realizzare l'iniziativa entro l'anno); 2) Concessione di contributi per imprese che investono in innovazione e formazione nell'ambito del PID (realizzare l'iniziativa entro fine anno); 3) Realizzazione di un'iniziativa di valorizzazione dell'eccellenze provinciali finalizzata alla realizzazione di un network di operatori in vari settori	II
Azioni per mantenere il tasso di sviluppo imprenditoriale in linea con i livelli regionali e nazionali	Nuove imprese iscritte/ Imprese attive in termini percentuali	8%	9%	Iniziative a sostegno della nuova imprenditorialità.		
Sostegno allo sviluppo di imprese ad alto potenziale di crescita e delle reti d'impresa nei settori produttivi rilevanti per il territorio	Imprese partecipanti a corsi di formazione/workshop /seminari	500	550	Sostegno delle imprese ad alto potenziale con particolare riferimento alle reti d'impresa		

AREA	AREA STRATEGICA I - FAVORIRE IL CONSOLIDAMENTO E LO SVILUPPO DEL SISTEMA ECONOMICO LOCALE
Obiettivo strategico	II B . Sostenere la competitività delle imprese

Indicatore obiettivo strategico:	Grado di utilizzo delle risorse stanziato per gli interventi economici della Camera di Commercio
---	---

Valore 2017 (bilancio consolidato)	Target 2019	Target 2020	Target 2021
85%	87%	89%	90%

obiettivi operativi 2019	indicatori 2019	valore 2018	target 2019	programmi 2019	progetti/azioni 2019	AREA CAMERALE Responsabile
Sviluppo delle capacità di attrarre finanziamenti da programmi Comunitari, Nazionali e Regionali sul territorio provinciale	Durata settimanale del relativo sportello della Camera	21,5 ore	21,5 ore	Promozione dei programmi di finanziamento	CORSI DI FORMAZIONE DA REALIZZARSI ENTRO L'ANNO: 1) Seminari su sviluppo sostenibile delle imprese (ambiente ed energie alternative); 2) Workshop e seminari sul tema dell'internazionalizzazione; INIZIATIVE: 1) Emanazione di bandi sul tema dell'internazionalizzazione (almeno 2 iniziative entro dicembre); 2) Partecipazione ad almeno 1 iniziativa del sistema camerale sul tema dell'internazionalizzazione;	II
Azioni per favorire la capacità di innovazione delle imprese	Durata di apertura al pubblico dello sportello brevetti e marchi	21,5 ore	21,5 ore	Iniziative per l'innovazione tecnologica. Partecipazione a progetti di sviluppo condivisi		
Sviluppo dell'internazionalizzazione	Numero attività, workshop e seminari realizzati sul tema dell'internazionalizzazione	10	10	Sviluppo di strumenti informativi e di servizi a supporto dei processi di		

delle imprese provinciali				internazionalizzazione	3) Verifiche sui contributi erogati alle aziende negli anni precedenti (almeno n. 20 verifiche entro l'anno);	
	Beneficiari contributi missioni all'estero	50	50	Sostenere il programma di sviluppo dell'internazionalizzazione		
Azioni per favorire la diffusione di una cultura dello sviluppo sostenibile e della responsabilità sociale dell'impresa (emissione di bandi)	Risorse stanziare nell'anno	300 mila euro	300 mila euro	Azioni per lo sviluppo sostenibile		

AREA	AREA STRATEGICA II - FAVORIRE IL CONSOLIDAMENTO E LO SVILUPPO DEL SISTEMA ECONOMICO LOCALE
Obiettivo strategico	II C . Valorizzazione economica del territorio

Indicatore obiettivo strategico	Grado di utilizzo delle risorse stanziato per gli interventi economici della Camera di Commercio
--	---

Valore 2017 (bilancio consolidato)	Target 2019	Target 2020	Target 2021
85%	87%	89%	90%

obiettivi operativi 2019	indicatori 2019	valore 2018	target 2019	programmi 2019	progetti/azioni 2019	AREA CAMERALE Responsabile
Sostegno alle produzioni artigianali ed agroalimentari tipiche della provincia e loro valorizzazione	Imprese partecipanti ai programmi camerali sulle Eccellenze locali	100	100	Artigianato ed agroalimentare tipico e promozione delle produzioni tradizionali	INIZIATIVE: 1) Organizzazione di una collettiva di imprese per la fiera TUTTOFOOD; 2) Organizzazione della collettiva camerale per Vinitaly 2019; 3) Organizzazione di una collettiva camerale per Artigianato in Fiera;	II
	Partecipanti mostre/fiere/incontri B2B (commercio interno)	115	115			
Sostegno alla valorizzazione delle risorse culturali e ambientali del territorio come fattore di sviluppo economico	Iniziative realizzate per promozione economica del settore turistico	1	1	Azioni di valorizzazione e promozione del territorio.		

AREA	AREA STRATEGICA II - FAVORIRE IL CONSOLIDAMENTO E LO SVILUPPO DEL SISTEMA ECONOMICO LOCALE
Obiettivo strategico	II D . Promuovere l'informazione economico-statistica e le politiche del territorio

Indicatore obiettivo strategico	Report di interesse statistico economico
--	---

Valore 2018	Target 2019	Target 2020	Target 2021
11	11	12	12

obiettivi operativi 2018	indicatori 2018	valore 2017	target 2018	programmi 2018	progetti/azioni 2018	AREA CAMERALE Responsabile
Iniziative per la valorizzazione dei dati, delle informazioni e delle conoscenze del contesto socio-economico per la programmazione del sistema economico locale.	Report di interesse economico-statistico prodotti	4	4	L'informazione economica-statistica e la sua diffusione	INIZIATIVE: 1) Pubblicazioni di carattere economico – statistico (realizzazione di n. 4 pubblicazioni entro l'anno); 2) Organizzazione della giornata dell'economia	II
		4	4	Bollettino informativo economico statistico periodico di tipo elettronico		
Iniziative per approfondire la conoscenza di metodologie e sistemi di rilevazione per l'analisi di tematiche non sufficientemente studiate e azioni per consolidare il ruolo dell'ente come propositore e partner di politiche di programmazione del territorio		3	3	L'osservazione economica attraverso studi ed analisi		

AREA	AREA STRATEGICA III - PROMUOVERE IL RINNOVAMENTO DELLA CAMERA
Obiettivo strategico	III A . Benessere organizzativo interno e sviluppo professionale del personale

Indicatore obiettivo strategico	Incidenza dei costi di struttura sul totale proventi correnti
--	--

Valore 2017 (bilancio consolidato)	Target 2019	Target 2020	Target 2021
86%	83%	80%	77%

obiettivi operativi 2019	indicatori 2019	valore 2018	target 2019	programmi 2019	progetti/azioni 2018	AREA CAMERALE Responsabile
Azioni per migliorare il benessere organizzativo e rafforzare l'identità e il senso di appartenenza all'Ente	Numero contenziosi extragiudiziali interni alla Camera inerenti l'attività lavorativa promossi nell'anno "n" dal personale a tempo indeterminato	0	0	Benessere organizzativo	INIZIATIVE: Sistema professionale delle competenze e formazione continua del personale Attivazione formazione specialistica "coach"	I
	Numero contenziosi giudiziali (davanti al giudice) interni alla Camera inerenti l'attività lavorativa promossi nell'anno "n" dal personale a tempo indeterminato	0	0			
Accrescere le competenze professionali del personale: tecniche, gestionali, comunicative	Numero di dipendenti a tempo indeterminato partecipanti a corsi di formazione nell'anno	20	20	Formazione camerale		

AREA	AREA STRATEGICA III - PROMUOVERE IL RINNOVAMENTO DELLA CAMERA
Obiettivo strategico	III B. Innovazione normativa e miglioramento continuo dei servizi interni
Indicatore obiettivo strategico:	Incidenza dei costi del personale sul totale dei proventi correnti

Valore 2017 (bilancio consolidato)		Target 2018		Target 2019		Target 2020	
31%		30%		29%		28%	
obiettivi operativi 2019	indicatori 2019	valore 2018	target 2019	programmi 2019	progetti/azioni 2019	AREA CAMERALE Responsabile	
Attuazione degli adempimenti normativi e razionalizzazione della struttura e dei servizi	Realizzazione attività previste nell’anno	3	3	Recepimento ed implementazione degli adempimenti normativi e riorganizzazione	CORSI DI FORMAZIONE DA ATTIVARE ENTRO L'ANNO: 1) Formazione e sensibilizzazione sulla trasparenza INIZIATIVE 1) Monitoraggio sullo stato di attuazione del piano di prevenzione della corruzione secondo la tempistica del piano; 2) Regolamento Europeo sul trattamento dei dati (approfondimento e adeguamneto alle disposizioni del citato Regolamento)		
Miglioramento dell’efficienza organizzativa della Camera per migliorare i servizi forniti	Percentuale di fatture passive ricevute e pagate entro 30 giorni nell’anno “n”	75%	80%				
	Ore settimanali di apertura garantite al pubblico dello sportello Diritto annuale	21.5	21.5				
Avere una costante attenzione verso l’eccellenza qualitativa dei servizi	N° documenti inerenti il Ciclo di Gestione della Performance approvati nell’anno	6	6	Miglioramento continuo delle attività correnti.			

AREA	AREA STRATEGICA IV - SOSTEGNO ALL'OCCUPAZIONE E ALL'ALTERNANZA SCUOLA LAVORO		
Obiettivo strategico	IV A / IV B.		
Indicatore obiettivo strategico:	Numero di imprese iscritte al Registro Nazionale Alternanza Scuola - Lavoro		
Valore 2018	Target 2019	Target 2020	Target 2021
330	+ 5%	+ 10%	+ 10%

obiettivi operativi 2018	progetti/azioni 2018	AREA CAMERALE Responsabile
Sviluppare modelli e percorsi in alternanza, concentrati su tirocini formativi e orientamento	INIZIATIVE 1) progetti tesi all'integrazione tra mondo della scuola e del lavoro (due iniziative entro l'anno); 2) realizzazione di accordi a livello locale con le associazioni imprenditoriali, il no profit, gli enti locali e i soggetti del mondo della formazione per valorizzare il Registro Nazionale Alternanza Scuola Lavoro; 3) Aumento di almeno il 5 % entro dicembre delle imprese iscritte al RASL; 4) Iniziative di comunicazione locale (almeno 2 campagne di comunicazione entro l'anno)	II
Orientare, facilitare e agevolare la transizione dei giovani in uscita dai percorsi formativi		
Realizzare accordi di collaborazione a livello locale per valorizzare il ruolo del RASL		
Promuovere il RASL attraverso iniziative di comunicazione locale		