Piano
della
PERFORMANCE

2014-2016

Approvato con deliberazione dell'Ente n. 1/9 del 04/02/2014

INDICE

1. **Presentazione** pag. 4
1.1 I Principi della Performance pag. 5
2. **Sintesi delle informazioni di interesse per i cittadini e gli stakeholder esterni** pag. 6
2.1 Chi siamo pag. 7
2.2 Cosa facciamo pag. 9
2.3 Come operiamo pag. 11
3. **Identità** pag. 13
3.1 L'amministrazione "in cifre" pag. 14
3.2 Mandato istituzionale e Missione pag. 15
3.3 Albero della performance pag. 17
4. **Analisi del contesto** pag. 18
4.1 Analisi del contesto esterno pag. 19
4.2 Analisi del contesto interno pag. 66
5. **Obiettivi strategici** pag. 76
5.1 La Programmazione strategica pag. 77
5.2 Gli obiettivi strategici pag. 81
6. **Dagli obiettivi strategici agli obiettivi operativi** pag. 95
6.1 Gli obiettivi operativi pag. 96
6.2 Schede di programmazione pag.103
6.3 Obiettivi assegnati al personale dirigenziale pag. 103
7. **Il processo seguito e le azioni di miglioramento del Ciclo di gestione delle performance** pag.104
7.1 Fasi, soggetti e tempi del processo di redazione del Piano pag.105
7.2 Coerenza con la programmazione economico-finanziaria e di bilancio pag.106
7.3 Azioni per il miglioramento del Ciclo di gestione delle performance pag.107
8. Allegati pag.108

1. PRESENTAZIONE

1.PRESENTAZIONE

L'intero sistema camerale, al pari delle altre pubbliche amministrazioni, è al centro di un importante processo di riforma: l'esigenza di contenimento e riduzione della spesa pubblica - ed il correlato riassetto istituzionale - unitamente alle richieste di maggiore libertà economica e minori vincoli all'esercizio dell'attività d'impresa, stanno imponendo una riorganizzazione anche del sistema pubblico a sostegno del mondo delle imprese.

In tale delicato contesto il Piano delle Performance della Camera di Commercio di Avellino è finalizzato – come previsto dal D.Lgs 150/2009 - a rendere pubblica e condivisa la programmazione del triennio 2014-2016, evidenziandone gli obiettivi di riferimento, le azioni, gli indicatori e i relativi target per avviare successivamente la misurazione, la valutazione e la rendicontazione della performance, in coerenza con la programmazione strategica ed economico-finanziaria dell'Ente.

Il D.Lgs 150/2009, difatti, stabilisce l'obbligo per le amministrazioni pubbliche di redigere e pubblicare il Piano delle Performance, documento programmatico triennale, quale strumento per assicurare la qualità, comprensibilità ed attendibilità dei documenti di rappresentazione della performance.

L'adozione del documento triennale da parte della Camera di Commercio, oltre a consentire l'adempimento degli obblighi previsti dal decreto 150/09, rappresenta per l'Ente un proseguimento rispetto al Ciclo della Performance avviato nel 2011 ed un'occasione per gestire in maniera integrata e coordinata i diversi strumenti di pianificazione e programmazione.

Il Piano, è stato redatto sulla base delle indicazioni strategiche risultanti dal programma pluriennale di attività 2011-2015, ovvero del complesso dei documenti di programmazione; tali priorità attengono agli impegni che l'Ente ha inteso assumere nell'interesse del sistema delle imprese e lo sviluppo dell'economia locale, secondo la "*mission* camerale" cosi come individuata dalla legge 580/1993, poi riformata dal recente Decreto Legislativo n. 23 del 15.2.2010.

La Camera così, continua il suo percorso nella direzione del monitoraggio e rendicontazione dei risultati e degli impatti determinati dalla sua azione attraverso opportuni indicatori di Performance, tenendo conto anche della delibera CIVIT n. 1/2012: "Linee guida relative al miglioramento dei Sistemi di misurazione e valutazione della performance e dei Piani della performance".

In sede di approvazione, si è stabilito che i contenuti del Piano potranno essere progressivamente integrati ed aggiornati con i provvedimenti che conterranno le ulteriori decisioni relative ad alcune delle sezioni del Piano stesso.

1.1 I principi della Performance

L'art. 4 del D.lgs. n. 150/2009, afferma che il Piano delle performance rappresenta lo strumento che dà avvio al ciclo di gestione della performance seguendo precise fasi.

L'articolo 5, comma 2, dispone che gli obiettivi 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.

La Commissione indipendente per la Valutazione, la Trasparenza e l'Integrità delle Amministrazioni pubbliche (Civit) è intervenuta dettando linee guida e principi per la redazione e la presentazione dei Piani delle Performance, in particolare con la Delibera n. 112/2010. Uno degli indirizzi fondamentali della Delibera prevede che nella redazione del Piano si debba garantire la qualità, comprensibilità ed attendibilità dei documenti di rappresentazione della performance.

Contestualmente si rende necessario un progressivo miglioramento tra differenti funzioni e strutture organizzative nonché un miglioramento dei meccanismi di comunicazione interna ed esterna.

Inoltre è fondamentale puntualizzare ed includere le attese degli stakeholder, facilitando un'effettiva accountability e trasparenza.

I principi generali, che emergono dalla Delibera 112/2010, cui attenersi nella redazione del Piano delle Performance possono essere così enunciati:

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.

E', inoltre, auspicabile delineare l'Identità dell'amministrazione, una valutazione SWOT (*Strenghts, 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 da una Giunta, formata dal Presidente più 4 membri, eletta dal Consiglio, formato a sua volta da 27 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 sovraintendenza 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:

Angelo Frattolillo, Antonio Mango, De Simone Marcello, Vigorita Francesco

In rappresentanza dell'artigianato:
Ciriaco Coscia, Antonio Cipriano, Ettore Mocella

In rappresentanza dell'industria:
Giacinto Maioli, Silvio Sarno, Federica Vozzella, Franco Rizzo, Rocco Donatiello

In rappresentanza del commercio:
Costantino Capone , Luigi Salvante, Oreste Pietro Nicola La Stella, Pasquale Penza, Tommaso Remondelli

In rappresentanza della cooperazione:
Luigi Manganiello

In rappresentanza del turismo:
Enrico Della Bruna

In rappresentanza dei trasporti e spedizioni:
Rocco Cirino

In rappresentanza dei servizi alle imprese:
Albino Famiglietti, Carmine Antonio Valentino, Renato Abate

In rappresentanza di altri settori:
Andrea Pezzella

In rappresentanza del credito e delle assicurazioni

Giuseppe Bruno

In rappresentanza delle organizzazioni sindacali:
Mario Melchionna

In rappresentanza delle associazioni dei consumatori:
Sonia Vena

Presidente

Il Presidente è il **Dott. Costantino Capone**, eletto dal Consiglio all'unanimità, il 19 aprile 2010.

Giunta

- **Costantino Capone** - Presidente
- **Coscia Ciriaco** - in rappresentanza dell'Artigianato
- **La Stella Oreste Pietro Nicola** - in rappresentanza del Commercio
- **Francesco Vigorita** - in rappresentanza dell'Agricoltura
- **Vozzella Federica** - in rappresentanza dell'Industria

Segretario Generale

Il Segretario generale della Camera di Commercio di Avellino - dott. **Luca Perozzi** - è stato nominato il 1° ottobre 2007 dal Ministro dello Sviluppo Economico.

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.

Alla luce dei nuovi compiti e funzioni individuati dal recente Decreto di Riforma n. 23 del 15.2.2010, svolge, nell'ambito della circoscrizione territoriale di competenza, funzioni di supporto e di promozione degli interessi generali delle imprese e delle economie locali, nonché, fatte salve le competenze attribuite dalla Costituzione e dalle leggi dello Stato alle amministrazioni statali, alle regioni, e agli enti locali, funzioni nelle materie amministrative ed economiche relative al sistema delle imprese.

La Camera di Commercio di Avellino esercita, inoltre, le funzioni ad esse delegate dallo Stato e dalle Regioni, nonché i compiti derivanti da accordi o convenzioni internazionali, informando la loro azione al principio di sussidiarietà.

La Camera di Commercio di Avellino svolge in particolare le funzioni e i compiti relativi a:

a) tenuta del Registro delle Imprese, del Repertorio Economico Amministrativo e degli altri registri ed albi attribuiti alle camere di commercio dalla legge;

b) promozione della semplificazione delle procedure per l'avvio e lo svolgimento di attività economiche;

c) promozione del territorio e delle economie locali al fine di accrescerne la competitività, favorendo l'accesso al credito per le PMI anche attraverso il supporto ai consorzi fidi;

d) realizzazione di osservatori dell'economia locale e diffusione di informazione economica;

e) supporto all'internazionalizzazione per la promozione del sistema italiano delle imprese all'estero, raccordandosi, tra l'altro, con i programmi del Ministero dello sviluppo economico;

f) promozione dell'innovazione e del trasferimento tecnologico per le imprese, anche attraverso la realizzazione di servizi e infrastrutture informatiche e telematiche;

g) costituzione di commissioni arbitrali e conciliative per la risoluzione delle controversie tra imprese e tra imprese e consumatori e utenti;

h) predisposizione di contratti-tipo tra imprese, loro associazioni e associazioni di tutela degli interessi dei consumatori e degli utenti;

i) promozione di forme di controllo sulla presenza di clausole inique inserite nei contratti;

j) vigilanza e controllo sui prodotti e per la metrologia legale e rilascio dei certificati d'origine delle merci;

k) raccolta degli usi e delle consuetudini;

l) cooperazione con le istituzioni scolastiche e universitarie, in materia di alternanza scuola-lavoro e per l'orientamento al lavoro e alle professioni.

Oggi, la Camera di Commercio è prima di tutto l'interlocutore di 43.898 imprese (dato al 31 dicembre 2013) 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.

La Camera di Commercio di Avellino esplica, in sintesi, tre tipi di attività:

- attività amministrative: tenuta di albi, elenchi, ruoli, nei quali vengono registrati e certificati i principali eventi che caratterizzano la vita di ogni impresa
- attività di promozione e informazione economica: sostegno alle imprese, promozione dello sviluppo economico e monitoraggio, studio e analisi dei dati sull'economia locale
- attività di regolazione del mercato: composizione delle controversie derivanti dalle relazioni economiche tra imprese e tra imprese e cittadini.

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.

La Camera di Commercio di Avellino 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 ai quali collegare la programmazione e l'attuazione delle proprie iniziative, ritenendo che lo sviluppo è 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 le attività proprie di impulso e sostegno 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 o 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.

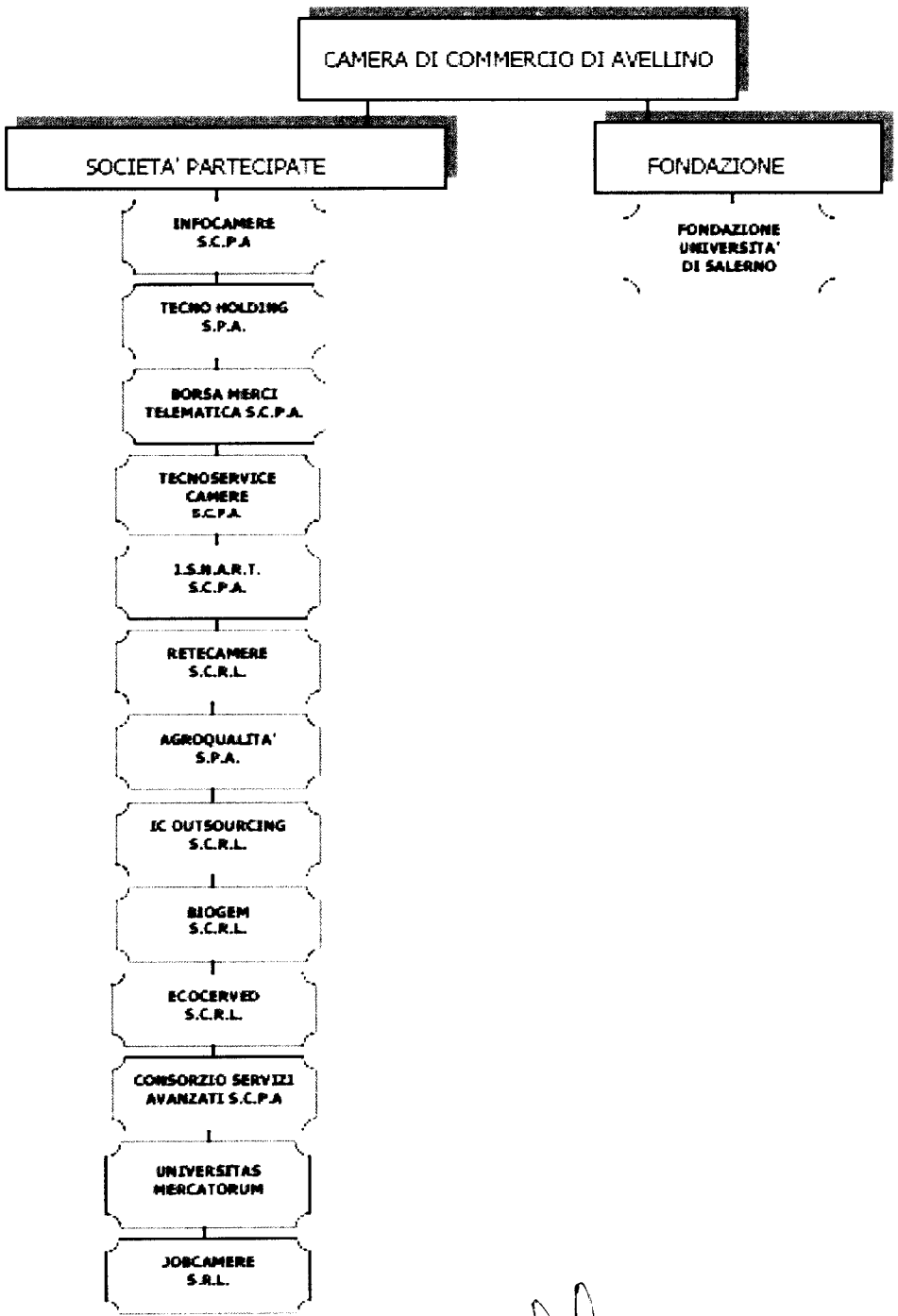
L'Ente è, pertanto, promotore di sviluppo, semplificazione ed innovazione a tutti i livelli impegnandosi, finanziariamente e gestionalmente, insieme ad altri soggetti pubblici e privati.

Associazioni a Camere di Commercio italiane all'estero

Le Camera di Commercio di Avellino è associata alle seguenti Camere di commercio italiane all'estero:

- Camere di Commercio italiana di Monaco di Baviera (Germania);
- Camere di Commercio italiana di Barcellona (Spagna);
- Camere di Commercio italiana per il Regno Unito;
- Camere di Commercio italiana per la Francia.

La fotografia del sistema camera



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 martedì e giovedì anche apertura pomeridiana dalle 14.30 alle 16.30.

Numero risorse umane (31 dicembre 2013):

40 (21 maschi e 19 femmine) così suddivisi per categoria, oltre 1 Dirigente (Segretario Generale) :

- 13 D, 13 C, 11 B, 3 A

Numero imprese iscritte (31 dicembre 2013): 43.898 aziende al netto delle unità locali e 51.324 con le unità locali

Spese per il personale 2012: €.1.981.03,00

Partecipazioni 2012: € 800.290,88

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

L'Amministrazione camerale ha posto al centro della sua attenzione il sistema delle imprese e lo sviluppo dell'economia locale, secondo la "*mission* camerale" individuata dalla legge 580/1993, come riformata dal recente Decreto Legislativo n. 23 del 15.2.2010:

"La Camera di Commercio di Avellino è uno luogo aperto e ospitale per le imprese ed i cittadini/consumatori. Essa opera per essere sempre più vicina alle imprese per lo sviluppo dell'economia locale".

L'azione della Camera di Commercio poggia sulla peculiare capacità di: acquisire e ottimizzare le risorse esterne per la realizzazione di progetti, operare con efficacia ed efficienza, moltiplicare le risorse immesse nel sistema economico locale.

Per perseguire la sua "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.

L'Ente costituisce, inoltre, il 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 in relazione alle potenzialità e alle competenze dell' Ente camerale. In questa direzione si pone l'attività descritta nelle pagine che seguono e che conferma la volontà dell' Ente camerale a porre in essere strumenti finalizzati a uno sviluppo nel quadro dei moderni processi di produzione e nel contesto di una competitività che si presenta sempre più incalzante.

La Camera di Commercio di Avellino offre alle imprese la possibilità di sviluppare la loro attività in Italia e nel mondo.

L'obiettivo dei servizi offerti è sempre quello di dialogare con le imprese e con le organizzazioni imprenditoriali per la crescita equilibrata dell'economia provinciale. Come pubblica amministrazione delle imprese irpine 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.

La Camera di Commercio di Avellino è quindi sia la "casa delle imprese" sia l'istituzione dedicata a garantire in ambito provinciale la tutela del mercato e della fede pubblica e cioè il corretto e trasparente svolgersi delle transazioni commerciali a tutela delle imprese, dei consumatori e dei lavoratori.

Nella visione i concetti chiave della cultura camerale, e cioè sviluppo, territorio, imprese, crescita, equilibrio, innovazione, servizio, mercato si intrecciano con l'espressione di 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 ANALISI DEL CONTESTO ESTERNO

- Premessa

Anche nel 2012 l'economia irpina ha mostrato segni di difficoltà soprattutto in tema di occupazione e per le microimprese, nonostante le indicazioni positive tratte dal commercio internazionale lascino pensare che si possa intraprendere la via della ripresa a patto di risolvere i fattori di debolezza quali il gap infrastrutturale ed il mancato accesso al credito che di fatto limitano decisamente la capacità di sviluppo del tessuto imprenditoriale.

Il sistema delle imprese è diventato più fragile, soffrendo particolarmente il clima di particolare incertezza e di sfiducia che ormai si respira nel nostro paese: quasi 2.500 aziende irpine nell'ultimo anno hanno preferito uscire dal mercato, con la conseguente perdita non solo di posti di lavoro, ma anche di competenze e tradizioni importanti, mentre di converso ha perso di vigore il fenomeno della natalità imprenditoriale, che spesso nel nostro territorio ha rappresentato soprattutto per i più giovani l'unica concreta via per entrare nel mondo del lavoro.

Diminuisce di conseguenza la ricchezza prodotta in provincia che in due anni perde il 3,5% soprattutto a causa del settore delle costruzioni in particolare artigiano che in questo momento sembra il prezzo maggiore alla crisi in termini di chiusure aziendali, drastica contrazione del volume di affare e perdite dei livelli occupazionali.

Proprio sul fronte dell'occupazione, osserviamo il dato più preoccupante per la provincia di Avellino: nel 2012 il tasso di disoccupazione sale al 15,2% il livello più alto degli ultimi dieci anni, con un incremento rispetto allo scorso anno del 10%, tenuto conto che i disoccupati nell'ultimo anno sono aumentati di 3.400 unità sfiorando la cifra complessiva di 25 mila persone in cerca di lavoro.

Altro fenomeno che accresce i toni critici del quadro economico della nostra provincia è la crescita esponenziale della cassa integrazione guadagni: nel 2012 sono state 6 milioni e settecentomila le ore autorizzate di cui 5 milioni e trecentomila per la cassa straordinaria ed in deroga ossia concessa soprattutto per fronteggiare le crisi aziendali. Rispetto al 2011 l'incremento in Irpinia è stato del 10% per la CIG totale e di quasi il 90% per la cassa straordinaria, mentre mediamente in Campania la situazione è risultata nell'ultimo anno sostanzialmente invariata, evidenziando pertanto che nella provincia di Avellino nell'ultimo anno si siano concentrate le crisi industriali dal maggior impatto occupazionale con conseguente ricaduta sulle condizioni di vita di migliaia di famiglie irpine.

Segnali positivi provengono come detto dai mercati internazionali e dall'accresciuta competitività delle nostre produzioni tipiche: l'export nel 2012 sfiora il miliardo di euro (995 milioni di euro) crescendo del 5% rispetto al 2011, superiore all'incremento medio nazionale pari a +3,7 % ed in controtendenza a quanto registrato a livello regionale tenuto conto che l'export campano ha avuto nel 2012 una lieve flessione dello 0,3%.

Di certo nell'attuale fase recessiva, per far ripartire il ciclo economico sarebbe certamente importante favorire un'iniezione di investimenti in primo luogo da parte del settore pubblico facendo ripartire un meccanismo di opere pubbliche, anche di piccola entità, con conseguenti ricadute positive in termini di ripresa delle attività economiche e sulle condizioni delle famiglie.

Tabella 1 - Riepilogo dei principali indicatori in provincia di Avellino, Campania e Italia

INDICATORI	AVELLINO	CAMPANIA	ITALIA
Imprese registrate (tasso di crescita 2012)	0,16	0,93	0,31
Imprese registrate (tasso di crescita I trim.2013)	-0,32	-0,08	-0,52
Valore Aggiunto pro capite (euro)	14.764	14.575	23.239
Valore Aggiunto pro capite (n. indice Italia=100)	63,5	62,7	100
Esportazioni (var. annuale)	4,7	-0,5	3,7
Importazioni (var. annuale)	-4,1	-17,8	-5,6
Propensione export (export su VA)	15,8	11,2	27,8
Grado di apertura (export + import su VA)	44,8	23,7	54,9
Occupati (var. annuale)	3,6	1,3	-0,3
Persone in cerca di occupazione (var. annuale)	15,9	31,5	30,2
Tasso di disoccupazione	15,2	19,3	10,7
Variazione annua tasso disoccupazione	10,1	24,1	27,3
Cassa Integrazione Guadagni (var. annuale 2012)	10,5	-0,9	12,1
Cassa Integrazione Guadagni (var. I quadr. 2013)	16,3	21,2	13,1
Consumi energia elettrica industria (var. annua)	-3,2	1,5	1,2
Depositi bancari (variazione annuale)	3,2	3,1	6,9
Impieghi bancari (variazione annuale)	-5,1	-3,6	-1,2
rapporto Sofferenze su impieghi	10,88	10,06	5,97
rapporto Sofferenze su impieghi (variaz. annuale)	5,2	12,1	11,1
Finanziamenti medio lungo termine (var. ann.)	-5,2	-5,0	-3,5
Indice infrastrutturali totale	63,9	107,3	100
Popolazione (crescita totale)	-2,3	-1,2	-2,0
Incidenza popolazione straniera su pop. totale	2,2	2,6	6,8
Indice di vecchiaia	146,3	102,7	148,6
Indice dei prezzi al consumo (var. annua)	4,4	2,7	2,9
Presenze turistiche (var. annua)	-11,0	8,5	3,5
Reati denunciati su 100.000 abitanti	2.410,4	3.560,7	4.343,7

Fonte: Elaborazioni CCIAA su dati Tagliacarne, Movimprese, Istat, Banca d'Italia

Inoltre è necessario restituire fiducia al mondo delle imprese favorendo gli investimenti in innovazione organizzativa e produttiva, per raggiungere quei livelli di competitività che i mercati soprattutto internazionali oggi impongono.

Per raggiungere tale obiettivo, è essenziale il supporto di un sistema finanziario efficiente e soprattutto più vicino agli operatori economici: dai dati diffusi dalla Banca d'Italia emerge che l'ammontare degli impieghi destinati alla provincia irpina diminuisce costantemente. Negli ultimi due anni, sono venuti meno ben 400 milioni di euro di finanziamenti a medio e

lungo periodo penalizzando in particolare le imprese per le quali è divenuta più ardua la possibilità di progettare il proprio futuro.

È chiaro che la situazione di difficoltà economica spinge le imprese a non investire e quindi a non ridurre il proprio fabbisogno finanziario ma la realtà è che le attuali onerose condizioni per ottenere denaro in prestito e le difficoltà oggettive per accedere al credito non favoriscono un rapporto fisiologico tra il mondo delle imprese e quello delle banche.

Si confermano inoltre altri due fenomeni che da più anni interessano il contesto socio-economico irpino: l'invecchiamento della popolazione, in linea peraltro con l'analoga tendenza che attraversa l'intero paese e la costante riduzione dei flussi turistici, sempre meno attratti da un territorio in realtà ricco di motivi d'interesse ma di fatto poco conosciuto.

- Il contesto economico-produttivo della provincia di Avellino

Nel 2012 il sistema delle imprese italiane ha conseguito nel complesso una faticosa tenuta, in un quadro di ridotta vitalità in entrata di nuove imprese e di accelerazione in uscita di quelle esistenti, con una particolare accentuazione per il comparto artigiano.

In linea con l'andamento nazionale si è mossa la nati-mortalità dell'imprenditoria irpina: nello scorso anno in provincia di Avellino sono nate 2.569 imprese, a fronte delle quali 2.499 imprenditori hanno cessato l'attività spontaneamente, con un saldo positivo pari ad appena 70 imprese in più. Considerando, tuttavia, anche le 217 cessazioni effettuate d'ufficio il valore di stock delle imprese esistenti **al 31 dicembre 2012 ammonta a 44.076**, che determina una contrazione di 147 imprese rispetto allo stesso dato 2011 e -0,3 in termini percentuali.

Ciò determina un tasso di espansione della base imprenditoriale pari a +0,2% ritornando sostanzialmente sui valori del 2009 quando si era registrata una "crescita zero" mentre rispetto al 2011 (+0,4%) vi è un dimezzamento del tasso di crescita dovuto non ad un numero maggiore delle chiusure spontanee come a livello nazionale (che anzi in Irpinia si riducono di 57 unità) quanto ad una riduzione del numero d'iscrizioni (calate di 172 unità rispetto al 2011), denotando che la situazione generale in cui versa il nostro paese ed il quadro d'incertezza a livello politico freni la consueta voglia di fare impresa che da sempre ha caratterizzato l'economia irpina.

Il dato è inferiore alla se pur tenue crescita registrata a livello nazionale (+0,3%) ove a determinare tale andamento è stata contemporaneamente la flessione delle nuove aperture (il valore più basso degli ultimi otto anni e 7.427 in meno rispetto al 2011), e l'incremento delle cessazioni (mille ogni giorno e +24mila unità rispetto all'anno precedente). A livello nazionale, i dati della serie storica degli ultimi otto anni indicano in generale che la crisi incida in modo differenziato sui flussi di entrata e di uscita dal sistema imprenditoriale. Infatti mentre la creazione d'impresa rappresenta pur sempre un canale importante per entrare nel mondo del lavoro, la resistenza di chi è già sul mercato viene più facilmente messa in crisi dal prolungato peggioramento del clima economico.

Inoltre la dinamica irpina è di gran lunga inferiore alla crescita registrata nell'area del mezzogiorno pari a +0,5% e soprattutto a livello regionale che rileva un tasso pari a + 0,9%.

Come già evidenziato, sul dato provinciale influiscono le cancellazioni d'ufficio effettuate dal Registro Imprese tenuto presso la Camera di Commercio nel corso del 2012 per migliorare il livello di veridicità delle informazioni contenute nello stesso Registro.

A partire dal 2005, le Camere di commercio possono procedere alla cancellazione d'ufficio dal Registro delle imprese di aziende non più operative - in applicazione del D.P.R. n. 247 del 23 luglio 2004 " - in modo da eliminare la consistente presenza negli archivi camerali delle imprese inattive, intervenendo peraltro solo sulla cancellazione delle imprese individuali e delle società di persone, per cui risultano cessate in misura maggiore le imprese con le tipologie previste.

Pertanto ai fini di una corretta comparazione statistica con quanto avvenuto nel 2011 l'analisi che segue sulla demografia imprenditoriale considera i dati al 31 dicembre 2012 depurati dalle cancellazioni d'ufficio al fine di avere un trend quanto più aderente alla realtà effettiva riguardo la spontaneità di iscrizioni e cessazioni delle imprese.

Per le altre analisi di tipo strutturale si utilizzeranno i dati relativi allo stock di imprese al 31 dicembre 2012.

Tabella 2 - Serie storica iscrizioni, cessazioni e saldi imprese – tassi di natalità, mortalità e di sviluppo – anni 2000-2012 valori assoluti e percentuali

Anni	Iscrizioni	Cessazioni non d'ufficio	Saldo	Tasso di natalità[1]	Tasso di mortalità[2]	Tasso di sviluppo[3]
2000	2.643	2.456	187	6,4	5,9	0,5
2001	2.855	2.511	344	6,8	6,0	0,8
2002	2.758	2.358	400	6,5	5,6	0,9
2003	2.467	2.131	336	5,8	5,0	0,8
2004	2.932	2.290	642	6,8	5,3	1,5
2005	2.895	2.198	697	6,7	5,0	1,6
2006	3.051	2.483	568	6,9	5,6	1,3
2007	2.754	2.607	147	6,1	5,8	0,3
2008	2.755	2.575	180	6,1	5,7	0,4
2009	2.771	2.770	1	6,1	6,1	0
2010	2.870	2.313	557	6,3	5,1	1,2
2011	2.741	2.556	185	6,1	5,7	0,4
2012	**2.569**	**2.499**	**70**	**5,8**	**5,6**	**0,2**

Fonte: Elaborazioni da dati Infocamere – Unioncamere Movimprese

Infine nel 2012 non solo si richiude la forbice tra iscrizioni e cessazioni che si era riaperta positivamente nei due precedenti anni ma il livello della nati-mortalità d'impresa è più basso di quello del 2009, evidenziando, qualora ce ne fosse bisogno, che la crisi sta producendo soprattutto una tendenza depressiva sullo spirito d'intraprendere in ambito locale come a livello nazionale.

1 Il tasso di natalità è pari al rapporto tra il numero di imprese iscritte nell'anno nel Registro delle Imprese ed il totale delle imprese registrate ad inizio dell'anno.

2 Il tasso di mortalità è stato calcolato come rapporto tra il numero di imprese cessate – in questo caso non d'ufficio – nel 2011 ed il totale delle imprese registrate ad inizio dell'anno.

3 Il tasso di sviluppo è dato dal rapporto tra saldo iscrizioni e cessazioni non d'ufficio nell'anno e totale delle imprese registrate ad inizio dell'anno.

Il confronto con le altre province campane indica una certa differenza a livello regionale dal punto di vista delle dinamiche imprenditoriali: da una parte la provincia di Benevento che mostra una crescita negativa pari a -0,57%, dall'altra Caserta e Napoli segnano risultati positivi rispettivamente pari a +1,52% e 1,35%, mentre Salerno si allinea al tasso di sviluppo irpino con + 0,27%. Ciò provoca qualche oscillazione sulle percentuali provinciali di imprese sul totale regionale: infatti da una parte Avellino (sotto l'8% nel 2012), Benevento e Salerno riducono le proprie quote sullo stock campano, dall'altra Napoli e Caserta incrementano il proprio peso forti di una maggiore vivacità imprenditoriale.

Tabella 3 - Imprese al 31 dicembre 2012 in Campania e Province - anno 2012, registrate, iscrizioni, cessazioni, cessazioni non d'ufficio, quota provinciale su totale Campania 2012-2011

Provincia	Stock al 31 dicembre	Iscrizioni	Cessazioni	Cessazioni non d'ufficio	saldo	tasso di crescita	Quota 2012 % provinciale registrate su totale Campania	Quota 2011 % provinciale registrate su totale Campania
AVELLINO	**44.076**	**2.569**	**2.716**	**2.499**	**70**	**0,16**	**7,86**	**8,00**
BENEVENTO	34.883	1.884	2.104	2.083	-199	-0,57	6,22	6,30
CASERTA	89.908	6.974	5.781	5.625	1.349	1,52	16,02	15,90
NAPOLI	271.287	16.240	12.633	12.618	3.622	1,35	48,35	48,00
SALERNO	120.930	8.234	8.969	7.909	325	0,27	21,55	21,80
CAMPANIA	**561.084**	**35.901**	**32.203**	**30.734**	**5.167**	**0,93**	**100,00**	**100,00**

Fonte: Elaborazioni da dati Infocamere – Unioncamere Movimprese

Confrontando viceversa i dati delle imprese che negli ultimi due anni hanno avviato la procedura di scioglimento e liquidazione, fase preliminare alla definitiva cessazione dell'attività d'impresa, si ottiene un'ulteriore misura dello stato di crisi in cui versa l'economia locale e di quanto la stessa crisi stia minando la capacità di resistere da parte del sistema imprenditoriale irpino.
Sono pari a 665 le imprese che in provincia di Avellino sono entrate in liquidazione nel 2012 con un incremento in termini assoluti pari a 116 e del 21,1% rispetto alla corrispondente cifra dell'anno precedente.
La criticità dell'indicatore è ancora più accentuata nel confronto territoriale: infatti non solo la media regionale ma tutte le province della Campania mostrano una significativa contrazione nell'ultimo anno del numero d'imprese in scioglimento e liquidazione, con una variazione media regionale del 4,9% e con punte del -15,3% a Salerno e -12,5% a Benevento. Viceversa il dato nazionale è in crescita ma con un'intensità (+3,2%) notevolmente inferiore a quanto registrato in provincia di Avellino.

Tabella 4 - N° imprese entrate in scioglimento/liquidazione per anno di entrata in liquidazione confronto 2011-2012 – variazioni assolute e percentuali.

Province e regioni	2.011	2.012	Variazioni ass.	var. %
Avellino	**549**	**665**	**116**	**21,1**
Benevento	481	421	-60	-12,5
Caserta	1.502	1.424	-78	-5,2

Napoli	4.596	4.470	-126	-2,7
Salerno	1.922	1.627	-295	-15,3
CAMPANIA	**9.050**	**8.607**	**-443**	**-4,9**
ITALIA	**96.902**	**100.001**	**3.099**	**3,2**

Fonte: Infocamere

I dati delle imprese entrate in una procedura concorsuale mostrano nel 2012 in provincia valori sostanzialmente analoghi a quelli raggiunti nel precedente anno: 103 imprese e +3% rispetto al 2011, crescita inferiore a quella media nazionale pari al 5,9% mentre il totale Campania mostra nel 2012 una flessione del 2,4%.
La serie storica 2008-2012 evidenzia per la provincia di Avellino come l'anno dell'inizio della crisi ossia il 2009 abbia rappresentato una sorta di spartiacque per quanto riguarda il numero dei fallimenti e delle altre procedure concorsuali: infatti, fino a quell'anno il numero totale è pari a circa settanta imprese mentre dal 2010 raggiunge il livello medio di 100 aziende che entrano in uno stato di *default*.

Tabella 5 - N° imprese entrate in procedura concorsuale per anno di apertura della procedura. Anni 2008-2012

Province e regioni	2008	2009	2010	2011	2012	variaz. % 2008-12
Avellino	65	69	98	100	103	58,5
Benevento	23	27	20	74	100	334,8
Caserta	116	110	111	175	156	34,5
Napoli	369	448	536	683	607	64,5
Salerno	129	156	182	158	196	51,9
CAMPANIA	**702**	**810**	**947**	**1.190**	**1.162**	**65,5**
ITALIA	**9.062**	**11.477**	**13.387**	**14.299**	**15.146**	**67,1**

Fonte: Infocamere

Rispetto allo stock complessivo di imprese registrate al 31/12/2012, le attive in provincia di Avellino sono quasi 38.000, pari all'86,1% del totale registrate e diminuiscono dello 0,4% rispetto allo scorso anno.

Le imprese in crisi conclamata sono circa 2.800, di cui 1600 in "scioglimento o liquidazione" (3,7% sul totale e +0,4% rispetto allo scorso anno) e quasi 1.200 sottoposte a procedure concorsuali (2,7% sullo stock registrate e -3,2% rispetto allo scorso anno), mentre le inattive sono circa 3.300 pari al 7,5%.

Dal confronto con le medie regionali si evince una quota maggiore di imprese attive e soprattutto una incidenza inferiore di imprese in scioglimento e liquidazione e con procedure concorsuali indicando non solo una minore incidenza di imprese in via di disgregazione ma anche un iter più snello e più celere di gestione della fase di dismissione del patrimonio aziendale e di definizione di tutti i rapporti in essere che è il presupposto per la definitiva cancellazione dell'impresa dagli archivi amministrativi.

Tabella 6 -Imprese registrate per status al 31 dicembre 2012 ed unità locali – valori assoluti

Province e regioni	Imprese attive	Imprese inattive	Imprese sospese	Imprese con procedure concorsuali	Imprese in sciogliment o e liquidazione	Unità locali
Avellino	37.934	3.287	31	1.184	1.640	7.143
Benevento	30.651	2.640	12	486	1.094	4.677
Caserta	75.750	7.814	76	1.921	4.347	14.200
Napoli	225.640	15.367	237	10.461	19.582	43.891
Salerno	101.915	11.525	65	2.116	5.309	19.750
CAMPANIA	**471.890**	**40.633**	**421**	**16.168**	**31.972**	**89.661**
ITALIA	**5.239.924**	**463.713**	**9.667**	**123.899**	**255.955**	**1.157.189**

Fonte: Elaborazioni da dati Infocamere – Unioncamere Movimprese

Crescono invece del 2,4% le "unità locali", arrivando a oltre 7.100 e portando il numero totale delle strutture aziendali localizzate nella provincia (sedi d'impresa ed unità locali) a **51.219 unità** (valore praticamente uguale a quello del 2011).

La presenza di unità locali in provincia di Avellino è quasi del 14% sul totale (e quindi la percentuale di sedi d'impresa è del 86,1%) in linea con la media campana (13,8%) ma inferiore al dato nazionale (16%) dove si registra una tendenziale maggiore diffusione di imprese plurilocalizzate e quindi più strutturate.

Tabella 7 - Imprese registrate per status al 31 dicembre 2012 ed unità locali – valori assoluti

Province e regioni	Imprese attive	Imprese inattive	Imprese sospese	Imprese con procedure concorsuali	imprese in sciogliment o e liquidazione	% unità locali su totale localizzazio ni
Avellino	86,1	7,5	0,1	2,7	3,7	13,9
Benevento	87,9	7,6	0,0	1,4	3,1	11,8
Caserta	84,3	8,7	0,1	2,1	4,8	13,6
Napoli	83,2	5,7	0,1	3,9	7,2	13,9
Salerno	84,3	9,5	0,1	1,7	4,4	14,0
CAMPANIA	84,1	7,2	0,1	2,9	5,7	13,8
ITALIA	86,0	7,6	0,2	2,0	4,2	16,0

Fonte: Elaborazioni da dati Infocamere – Unioncamere Movimprese

Passando ora all'analisi delle imprese per forma giuridica al 31 dicembre 2012 attraverso l'analisi dei dati di stock - e quindi considerando anche le cessazioni d'ufficio – che presenta la situazione riportata a seguire.

Tabella 8 - Imprese registrate, iscrizioni e cessazioni per forma giuridica anno 2012. Quota % su totale. Variazioni % su 2011

FORMA GIURIDICA	anno 2012			quota percentuale			variazioni % su 2011		
	registrate	iscrizioni	cessazioni	registrate	iscrizioni	cessazioni	registrate	iscrizioni	cessazioni
società di capitale	8.670	575	410	19,7	22,4	15,1	2,4	-4,2	31,4
società di persone	5.952	263	248	13,5	10,2	9,1	-0,1	-10,5	-3,5

ditte individuali	27.931	1.625	1.941	63,4	63,3	71,5	-1,1	-7,6	-20,9
altre Forme	1.523	106	117	3,5	4,1	4,3	-0,9	20,5	0,0
TOTALE	**44.076**	**2.569**	**2.716**	**100**	**100**	**100**	**-0,3**	**-6,3**	**-13,5**

Fonte: Infocamere Stockview

La quota maggiore di imprese registrate nel 2012 in provincia di Avellino continua ad essere la ditta individuale (63,4%), seguita dalla società di capitali (19,7%), dalla società di persone (13,5%) e da una residuale quota di altre forme giuridiche di tipo collettivo (3,5%).

Se viceversa si esaminano solo le iscrizioni avvenute nell'anno si osserva viceversa un maggior ricorso alle società di capitale per l'avvio d'impresa: infatti, la percentuale di nuove società di capitale sale al 22,4%, quella delle ditte individuali è del 63,3% e quindi sostanzialmente pari a quella dello stock mentre minore è la quota di società di persone iscritte nel 2012, solo pari al 10,2%.

Di conseguenza, il confronto con il precedente anno evidenzia che solo le società di capitale incrementano la propria consistenza del 2,4% mentre tutte le altre forme flettono nell'ultimo anno: ditte individuali -1,1%; società di persone -0,1%; altre forme giuridiche -0,9%.

Dal confronto con i tassi di crescita rilevati nel 2011 emerge che proseguono gli andamenti in controtendenza di crescita per le società di capitale e di flessione per le imprese individuali in provincia di Avellino ma a ritmi inferiori. Allargando il raggio temporale di analisi dei tassi di crescita delle due principali tipologie giuridiche si può verificare che anche per le forme societarie si sta progressivamente esaurendo l'iniziale dinamismo.

Come il declino delle ditte individuali è un fenomeno che va avanti ormai da anni procedendo però lentamente, anche il tasso di crescita delle Società di capitali pur essendo positivo, da più un decennio flette inesorabilmente. Resta il fatto che, pure in un anno così difficile come il 2012, il saldo attivo delle Società di capitali copre almeno in parte i saldi negativi delle Società di persone e delle Ditte individuali.

Tabella 9 - Composizione percentuale delle imprese registrate per forma giuridica – anno 2012

Province e regione	Società di Capitale	Società di Persone	Imprese Individuali	Altre Forme
Avellino	19,7	13,5	63,4	3,4
Benevento	19,2	9,8	67,5	3,5
Caserta	20,1	14,2	60,9	4,7
Napoli	27,0	22,6	46,3	4,1
Salerno	18,5	15,6	60,8	5,1
CAMPANIA	23,0	**18,2**	**54,4**	**4,4**
ITALIA	23,2	**18,6**	**54,8**	**3,4**

Fonte: Infocamere Stockview

Dal confronto dei dati con i loro corrispettivi nazionali e campani a livello di composizione dello stock d'imprese per natura giuridica emerge per l'Irpinia ancora una netta prevalenza di forme d'azienda individuali rispetto a quelle più strutturate di tipo collettivo.

Per le società di capitale in provincia di Avellino la quota è ancora sotto il 20% rispetto al dato italiano ed a quello regionale che si attesta sul 23% (con una distanza di quasi dieci punti dal dato rilevato nella provincia di Napoli), mentre per le ditte individuali il valore pari al 63% è nettamente superiore al livello medio nazionale e campano pari a circa il 54% (con Napoli al 46%) indicando quanto sia ancora radicato in Irpinia il modello di micro impresa a conduzione familiare inscindibilmente legato al patrimonio del titolare.

Considerando lo status d'impresa, nel 2012 le società di capitali sono risultate il 14,8% di quelle attive nella provincia e il 19,7% di quelle registrate. Una netta minoranza, ma in forte crescita negli anni: le società di capitali attive nel 2007 erano infatti solo poco più del 10% e nel 2002, il 7% (quelle registrate, rispettivamente il 15,3% e il 11%).

Nel quinquennio 2007/2012, le società di capitali attive sono aumentate ad un tasso annuo composto di ben il 6,7%; anche nell'ultimo periodo, l'incremento è stato di un significativo 4%; andamento analogo anche se meno intenso hanno mostrato le società di capitali "registrate"

Nonostante questi incrementi, la presenza di società di capitali (sia registrate che attive) nella provincia di Avellino è ancora molto inferiore a quella media della Campania e del Paese.

Sono invece più diffuse le imprese individuali: con riferimento alle "attive", nel 2012, ad Avellino erano oltre il 72% del totale, mentre nella Regione sono arrivate al 63%, nel Sud sono risultate poco meno del 71% e a livello nazionale il 62%.

Nell'ultimo decennio, il peso delle imprese individuali attive è comunque diminuito di oltre 10 punti percentuali, mentre è aumentata di circa due punti l'incidenza delle società di persone.

I macro-settori che hanno chiuso il 2012 con un saldo negativo sono cinque che, sommati, rappresentano circa il 50% delle imprese esistenti in provincia di Avellino: Agricoltura (-270 aziende pari ad una riduzione dello stock del 2,3%), Costruzioni (-28 imprese, corrispondente ad una contrazione del numero di imprese dello 0,5%), Attività manifatturiere (-25, pari a -0,6% in termini relativi).

Meno rilevanti le flessioni nelle attività di fornitura acqua e reti fognarie pari a – 4 unità e -6,1% e nelle attività finanziarie ed assicurative pari a 2 unità e -0,3%. A tali settori bisogna anche aggiungere la flessione delle imprese non classificate (ossia di quella quota per la quale non sono disponibili informazioni sull'attività esercitata in quanto costituite da imprese di più settori non altrimenti individuati) pari a -92 unità e -2,5 in termini percentuali.

Tabella 10 - Imprese registrate per settore di attività economica, anno 2012. Quota % su totale. Saldo annuale. Variazioni % su 2011

Settore	Registrate 2012	Quota % del settore sul totale	Saldo annuale stock	Var. % (*) annua dello stock
A Agricoltura, silvicoltura pesca	11.473	26,0	-270	-2,3
B Estrazione di minerali da cave e miniere	34	0,1	1	3,0
C Attività manifatturiere	4.211	9,6	-25	-0,6
D Fornitura di energia elettrica, gas, vapore	64	0,1	7	12,3
E Fornitura di acqua; reti fognarie	61	0,1	-4	-6,2
F Costruzioni	5.252	11,9	-28	-0,5
G Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di auto	10.554	23,9	68	0,6
H Trasporto e magazzinaggio	797	1,8	8	1,0
I Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	2.307	5,2	79	3,5
J Servizi di informazione e comunicazione	540	1,2	14	2,7
K Attività finanziarie e assicurative	668	1,5	-2	-0,3
L Attività immobiliari	565	1,3	28	5,2
M Attività professionali, scientifiche e tecniche	841	1,9	17	2,1
N Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle pmi	784	1,8	25	3,3
P Istruzione	150	0,3	12	8,7
Q Sanità e assistenza sociale	287	0,7	8	2,9
R Attività artistiche, sportive, di intrattenimento	367	0,8	5	1,4
S Altre attività di servizi	1.466	3,3	24	1,7
X Imprese non classificate	3.655	8,3	-92	-2,5
Totale	**44.076**	**100,0**	**-125**	**-0,3**

Fonte: Infocamere Stockview

Per l'Agricoltura, la perdita di unità produttive rappresenta un trend di lungo periodo, coincidente - negli ultimi decenni – con una crescente utilizzazione del suolo agricolo per destinazioni turistiche, commerciali, industriali o logistiche.

Preoccupante viceversa è l'andamento del settore costruzioni che rappresenta circa il 12% dell'intero stock imprenditoriale irpino: oltre 300 ditte di costruzioni hanno chiuso i battenti nel 2012, denotando come la crisi dell'edilizia ed il blocco dei lavori pubblici stia provocando l'uscita dal mercato di tanti imprenditori soprattutto artigiani, oltre a produrre una contrazione sui livelli occupazionali ed in generale sulla ricchezza prodotta in provincia di Avellino.

Tabella 11 - Nati-mortalità imprenditoriale anno 2012: imprese registrate al 31/12, iscrizioni, cessazioni saldo

Settore	Iscrizioni	Cessazioni	Saldo
A Agricoltura, silvicoltura pesca	273	557	-284
B Estrazione di minerali da cave e miniere	0	1	-1
C Attività manifatturiere	88	213	-125
D Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condiz...	5	1	4
E Fornitura di acqua; reti fognarie, attività di gestione d...	0	2	-2

F Costruzioni	203	317	-114
G Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di aut...	543	752	-209
H Trasporto e magazzinaggio	20	43	-23
I Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	121	168	-47
J Servizi di informazione e comunicazione	26	36	-10
K Attività finanziarie e assicurative	49	60	-11
L Attività immobiliari	9	24	-15
M Attività professionali, scientifiche e tecniche	35	50	-15
N Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imp...	43	51	-8
P Istruzione	4	7	-3
Q Sanità e assistenza sociale	2	8	-6
R Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e diver...	20	33	-13
S Altre attività di servizi	63	78	-15
X Imprese non classificate	1.065	315	750
Totale provincia di Avellino	**2.569**	**2.716**	**-147**

Fonte: Infocamere Stockview

Tra gli altri settori, quelli che mostrano i saldi in valore assoluto più positivi sono, nell'ordine: le Attività dei servizi di alloggio e ristorazione (+79 imprese, pari ad un tasso di crescita annua del 3,5%), il Commercio (+68 unità, +0,6% in termini relativi), le Attività immobiliari (+28 imprese e +5,2%), Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese (+25 unità il saldo, +3,3% il tasso di crescita), le Attività professionali, scientifiche e tecniche (+17, ovvero +2,1% sull'anno precedente), i servizi di informazione e comunicazione (+14 imprese e 2,7%).

Se viceversa si considerano solo i dati della nati-mortalità d'imprese (trascurando quindi la quota che varia nel corso dell'anno la propria attività) balza agli occhi che il settore in cui si realizzano i flussi più consistenti è quello del commercio: da una parte sono 543 i nuovi esercizi aperti nell'anno in esame pari al 21% del totale dall'altra ancor più rilevante è il numero di cessazioni pari a 752 unità, ossia il 28% del totale cessazioni nell'anno.

Sul fronte delle nuove aperture da segnalare il dato molto significativo delle imprese che effettuano servizi di alloggio e ristorazione: ben 121 le nuove attività ricettive nate in provincia nel 2012 tutta legata soprattutto all'apertura di attività nella ristorazione, Bar, tavole calde, gelaterie e pasticcerie.

Limitando l'analisi alle imprese che dichiarano l'attività (escluso quindi le inattive e quelle con procedure concorsuali o in scioglimento) l'Agricoltura e il Commercio sono di gran lunga i principali comparti dell'economia avellinese in termini di numerosità delle aziende: nel 2012, oltre il 30% delle attive operava appunto nel comparto Agricolo e il 26% nel Commercio. Al terzo posto le Costruzioni con oltre il 12% delle aziende attive.

Nella provincia di Avellino, l'Agricoltura ha una concentrazione d'imprese più che doppia di quella della Regione Campania e nettamente superiore a quella dell'insieme delle regioni meridionale e del Paese. La diffusione delle imprese del Commercio è, invece, proporzionalmente inferiore a quella osservata in Campania e nel Sud, e più in linea con la media nazionale. Le costruzioni hanno valori abbastanza vicini a quelli medi dei vari aggregati territoriali di riferimento; piuttosto sotto – rappresentati sono, invece, i Servizi alle imprese e il Turismo.

Nella provincia di Avellino sono presenti 7.143 unità locali registrate di cui 6.529 riferite ad imprese "attive". Di queste, solo il 14% fa riferimento ad imprese non campane e il 36% ad imprese non della stessa provincia di Avellino. Delle Unità locali di imprese non campane, l'80% appartiene ad imprese localizzate nel Centro o nel Nord del Paese.

Le unità locali di imprese avellinesi o campane localizzate nella provincia di Avellino sono aumentate di poco più del 2%; più consistente, al di sopra del 4% la crescita delle unità locali di imprese di altre regioni del Sud.

Il Commercio è naturalmente il settore dove sono nettamente più numerose le unità locali. Per quanto riguarda quelle appartenenti ad imprese di Avellino, il 42% delle unità locali rientra in tale comparto. Relativamente numerose anche le unità locali di imprese avellinesi collocate nella stessa provincia nel Manifatturiero, energia e minerario (19%) e nel Turismo (10%). Per quanto riguarda le unità locali di imprese non avellinesi, il Commercio risulta nuovamente il comparto più rappresentato; piuttosto rilevante è anche la presenza del Manifatturiero, energia e minerario e dei "Servizi alle imprese".

Le imprese attive di Avellino controllano 5.815 unità locali; quindi una unità locale ogni 6,5 imprese attive. Il 72% delle unità locali sono collocate nella stessa provincia di Avellino e oltre l'89% in Campania. Si osserva, quindi, che la netta maggioranza delle imprese avellinesi ha una limitata proiezione operativa al di fuori del proprio territorio.

Oltre il 71% delle unità locali non collocate in Campania sono localizzate in altre regioni del Centro o del Nord; la parte rimanente nelle regioni meridionali.

Tabella 12 - Unità locali registrate presenti nel territorio per sede di localizzazione dell'impresa e forma giuridica al 31 dicembre 2012 - valori percentuali

Province e regioni	nella stessa provincia	nella stessa regione	nella stessa macro ripartizione	in altre aree italiane	all'estero	totale
Avellino	66,8	20,6	1,8	10,6	0,2	100,0
Benevento	62,5	20,4	2,6	14,2	0,3	100,0
Caserta	58,9	25,9	1,6	13,4	0,2	100,0
Napoli	79,0	5,7	1,5	13,5	0,2	100,0
Salerno	76,6	10,8	2,7	9,8	0,2	100,0
CAMPANIA	73,5	12,0	1,9	12,5	0,2	100,0
ITALIA	67,5	12,3	5,4	14,0	0,8	100,0

Fonte: Elaborazioni da dati Infocamere

Guardando alle categorie imprenditoriali che costituiscono il tessuto economico del Paese, il bilancio anagrafico del 2012 evidenzia alcuni fenomeni degni di nota perché da essi sembra dipendere sempre più l'evoluzione della base imprenditoriale italiana. Sono infatti le imprese guidate da giovani under 35 anni, da cittadini stranieri e da donne che hanno consentito al saldo anagrafico annuale di restare, seppur di poco, in campo positivo a livello nazionale.

Anche in provincia di Avellino l'apporto di tali categorie imprenditoriali risulta particolarmente significativo: in particolare, con un bilancio attivo di 568 imprese, sono

state le imprese giovanili a registrare il saldo attivo più consistente, seguite da quelle gestite da stranieri, con un incremento netto di 14 unità.

Dati ancora più di rilievo se si confronta il peso relativo di questi aggregati rispetto al totale delle imprese esistenti in provincia di Avellino a fine 2012: solo il 13,1% per quello che riguarda gli under 35 e il 6,5% per gli stranieri.

Negativo viceversa (-181 unità) il contributo al saldo offerto dall'imprenditoria femminile che resta comunque - tra i 'driver' della tenuta del tessuto imprenditoriale - il raggruppamento con l'incidenza maggiore sul totale delle imprese (oltre 14 mila imprese, pari al 32,2% di tutto lo stock di imprese esistenti in provincia di Avellino alla fine del 2012). Sul risultato negativo maturato dall'imprenditoria "rosa" incide ovviamente il forte peso del comparto agricolo che negli ultimi anni vede costantemente contrarre le proprie consistenze.

Tabella 13 - Nati-mortalità delle imprese femminili, giovanili e di stranieri - Valori assoluti e %

Tipologia di impresa	anno 2012				Variazioni sul 2011	
	registrate al 31.12	Iscrizioni	Cessazioni	Saldo	Differenze tra i saldi (v.a.)	Differenze tra i saldi (%)
Imprese femminili[4]	**14.208**	**758**	**939**	**-181**	**-175**	**-1,22**
quota % su tot. Imprese	32,2%	1,7%	2,1%	-0,4%		
Imprese giovanili[5]	**5.963**	**1.019**	**451**	**568**	**-185**	**-3,01**
quota % su tot. Imprese	13,5%	2,3%	1,0%	1,3%		
Imprese di stranieri[6]	**2.853**	**215**	**201**	**14**	**32**	**1,13**
quota % su tot. Imprese	6,5%	0,5%	0,5%	0,0%		
Totale imprese	**44.076**	**2.569**	**2.716**	**-147**		

Fonte: Elaborazioni Unioncamere-InfoCamere su dati Registro delle imprese

Nel confronto con le consistenze del 2011 a reggere meglio di fronte al persistere della crisi sono state le imprese di stranieri, il cui stock è cresciuto di 32 unità con una variazione positiva dell'1,13%. Marcata è stata la frenata delle imprese degli under 35, che nell'anno in esame ha visto ridursi di 185 imprese la propria consistenza con una flessione percentuale del 3% così come quella delle imprese femminili, che hanno visto ridursi di 175 imprese e -1,22 % il numero complessivo delle imprese registrate.

4 le imprese individuali la cui titolare sia donna, ovvero le società di persone in cui oltre il 50% dei soci sia costituito da donne oppure le società di capitali in cui oltre il 50% dei soci e degli amministratori sia donna (imprese femminili);

5 le imprese individuali il cui titolare abbia meno di 35 anni ovvero le società di persone in cui oltre il 50% dei soci abbia meno di 35 anni oppure le società di capitali in cui la media dell'età dei soci e degli amministratori sia inferiore allo stesso limite d'età (imprese giovanili);

6 le imprese individuali il cui titolare sia nato in un paese estero, ovvero le società di persone in cui oltre il 50% dei soci sia costituito da persone nate in un paese estero oppure le società di capitali in cui oltre il 50% dei soci e degli amministratori sia nato in un paese estero (imprese di stranieri).

Nel 2012, in Irpinia, le imprese attive guidate da donne sono risultate pari a quasi il 34%; un valore molto alto, nettamente superiore alla media dell'intera regione (27,8%), del Sud (26,5%) e del Paese (24,3%).

L'imprenditoria femminile è particolarmente diffusa nell'ambito delle imprese individuali (quasi il 38% del totale di questa categoria), mentre nelle società di capitali scende a oltre il 18%, un valore comunque superiore a quello medio dell'Italia e degli altri aggregati geografici di confronto.

Il 50% delle imprese agricole avellinesi e il 35,5% di quelle del Turismo sono "femminili"; l'imprenditore "donna" è molto presente anche negli "altri settori" (45% circa del totale).

Le imprese attive guidate da giovani sono pari a quasi il 14% del totale delle imprese avellinesi; una diffusione in questo caso inferiore a quella media della Campania (15,1%) e del Sud (14,2%), ma superiore a quella dell'Italia (pari all'11,5% del totale).

Anche le imprese giovanili sono relativamente più presenti nell'ambito delle imprese individuali, ove rappresentano oltre il 14% dell'intero aggregato. Tra le società di capitali, quelle "giovanili" sono comunque quasi il 12%.

A livello di settore, le imprese "giovanili" sono maggiormente distribuite nel Turismo dove rappresentano circa il 21% del totale delle imprese del comparto; poi, nel Commercio e negli "altri settori", dove superano il 17%.

Le imprese attive "straniere" sono pari a poco meno al 5,6% del totale provinciale; un valore analogo a quello medio regionale (5,4%) e del Sud (5,7%), ma piuttosto inferiore a quello nazionale (8,4%).

Gran parte delle imprese "straniere" operano nella forma di impresa individuale; il 6,6% di queste è appunto guidata da "stranieri". Relativamente significativa è la presenza nelle società di capitali (4% dell'insieme totale).

Le imprese "straniere" sono maggiormente concentrate nel Commercio (9% del totale di comparto) e nel turismo (6,6% del totale del comparto).

A pagare il prezzo più caro della crisi sono stati ancora una volta gli artigiani: quasi 200 imprese in meno nell'ultimo anno ed una flessione in termini percentuali del 2,5% di entità superiore sia in valore relativo ma anche in termini assoluti all'analogo andamento segnato dal totale imprese della provincia di Avellino.

Tale fenomeno purtroppo è ormai consolidato: negli ultimi cinque anni il comparto artigiano ha messo a segno una sequenza di variazioni annuali negative delle proprie consistenze (vedi grafico seguente), con intensità notevolmente superiori a quanto si è registrato mediamente nell'apparato imprenditoriale irpino, che pure negli ultimi tre anni ha fatto segnare un analogo andamento.

Tutto questo può sintetizzarsi rilevando che nel 2008 - anno di inizio della crisi - il numero delle imprese artigiane era di 8.261 unità mentre al 31 dicembre 2012 è pari a 7.471 con un vistoso calo di quasi 800 artigiani e poco meno del 10% in quattro anni.

Nel corso del 2012 si rilevano 344 iscrizioni a fronte di 532 cessazioni con una variazione dello stock rispetto al 2011 pari a -188 unità, con un ulteriore peggioramento rispetto al trend negativo registrato nel corso del 2011 in cui si erano perse 116 unità con una flessione dell'1,5% dell'intero comparto.

A fronte di questo calo va detto che le imprese artigiane con 7.471 unità costituiscono il 17% del totale delle aziende registrate in provincia di Avellino (dato in aumento rispetto al 2011 in cui erano il 15%).

Con riferimento ai settori di attività le performance più rilevanti si rilevano in primo luogo nelle costruzioni che si riducono di 87 unità e -3,1%, pur costituendo il settore principale con il 36,8% del totale (in calo rispetto al 2011 in cui valeva il 37%); nelle attività manifatturiere che contano 58 artigiani in meno e -3,1 in termini percentuali, rappresentando la quota del 24,5% (in discesa dal 24,7%); nelle altre attività di servizi che perdono 14 imprese e -1,1% valendo il 16,9% del numero complessivo (che salgono dal 16,6%); nel commercio e riparazioni di auto ove gli esercizi si riducono di 10 attività e -1,5%, rappresentando il 9% di tutto il comparto artigianale (in lieve crescita rispetto all'8,9% del 2011).

Tabella 14 - Imprese artigiane in provincia di Avellino per settore. Confronto 2012-2011

Settore	2012	2011	variazioni 2012-2011		% settore su totale 2012	% settore su totale 2011
			assolute	%		
A Agricoltura, silvicoltura pesca	43	43	0	0,0	0,6	0,6
B Estrazione di minerali da cave e miniere	4	5	-1	-20,0	0,1	0,1
C Attività manifatturiere	1832	1.890	-58	-3,1	24,5	24,7
D Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condiz.	1	1	0	0,0	0,0	0
E Fornitura di acqua; reti fognarie, attività di gestione,etc.	14	15	-1	-6,7	0,2	0,2
F Costruzioni	2747	2.834	-87	-3,1	36,8	37
G Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione aut..	670	680	-10	-1,5	9,0	8,9
H Trasporto e magazzinaggio	327	338	-11	-3,3	4,4	4,4
I Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	241	252	-11	-4,4	3,2	3,3
J Servizi di informazione e comunicazione	26	23	3	13,0	0,3	0,3
M Attività professionali, scientifiche e tecniche	136	133	3	2,3	1,8	1,7
N Noleggio, agenzie di viaggio, servizi supporto imprese	123	123	0	0,0	1,6	1,6
P Istruzione	26	26	0	0,0	0,3	0,3
Q Sanità e assistenza sociale	2	2	0	0,0	0,0	0
R Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e diver..	17	16	1	6,3	0,2	0,2
S Altre attività di servizi	1260	1.274	-14	-1,1	16,9	16,6
X Imprese non classificate	2	4	-2	-50,0	0,0	0,1
Totale imprese artigiane	**7471**	**7659**	**-188**	**-2,5**	**100,0**	**100**

Fonte: Elaborazioni Unioncamere-InfoCamere su dati Registro delle imprese

Ulteriori settori di attività di rilievo per il comparto artigiano sono infine il trasporto e magazzinaggio con una quota del 4,4% (stabile rispetto al 2011) ma che nel 2012 perdono 11 imprese artigiane con una riduzione del 3,3% e le attività di ristorazione valendo il 3,2% del totale (dal 3,3% del 2011) anche in calo con 11 esercizi in meno e -4,4% rispetto al precedente anno.

Il **valore aggiunto che produce l'artigianato** in provincia di Avellino è pari a poco più di 838 milioni di euro cui corrisponde – rispetto al totale valore aggiunto prodotto in Irpinia - una quota del 12,4%: il valore più alto a livello regionale e nettamente superiore alla media Campania pari al 7,2%. Il dato è anche maggiore dell'omologo italiano pari al 12%.

Volendo ora analizzare il valore aggiunto artigiano a livello settoriale il comparto prevalente sono i servizi che registrano il 50,5% - in aumento rispetto al 45% dello scorso anno. Il dato è in linea con il valore regionale (50,4%) mentre è superiore al valore nazionale (40,7%).

Segue l'Industria in senso stretto, leggasi in prevalenza le attività manifatturiere, con il 28,8% del totale valore aggiunto (in sensibile flessione rispetto all'anno precedente con il 31,4% %), inferiore sia al valore regionale (29,5%) e nettamente più basso rispetto alla media nazionale (34,6%).

Il peso del settore costruzioni pari al 20,7% scende ulteriormente leggermente rispetto allo scorso anno in cui era il 22,6% in linea con quanto avviene mediamente in Campania (20,1%) ma inferiore rispetto al dato italiano (24,7%), rafforzando la valutazione di un settore quello dell'edilizia artigiana che più di tutti sta soffrendo l'impatto della crisi.

Tabella 15 - Valore aggiunto del settore artigianato a prezzi correnti per branca di attività economica. Dati in milioni di euro

Province e regioni	Industria in senso stretto	Costruzioni	Servizi	Totale	Incidenza percentuale sul totale valore aggiunto
Avellino	241,4	173,6	423,0	838,0	12,4
Benevento	136,4	106,9	256,7	500,0	11,8
Caserta	209,1	204,3	485,9	899,3	7,3
Napoli	763,5	369,2	1.036,1	2.168,8	4,9
Salerno	458,6	378,1	890,3	1.727,0	10,0
CAMPANIA	**1.809,0**	**1.232,1**	**3.092,0**	**6.133,1**	**7,2**
ITALIA	**57.628,5**	**41.058,8**	**67.762,2**	**166.449,5**	**12,0**

Fonte: Unioncamere-Istituto Guglielmo Tagliacarne

Anche nel 2012 un segnale incoraggiante per le prospettive di crescita dell'economia irpina viene dalla lettura dei dati sul commercio internazionale, ed in particolare sul fronte dell'export rafforzando l'idea che la competitività sui mercati esteri deve essere la principale strategia da perseguire per il mondo imprenditoriale e per la *governarce* del nostro paese.

Tabella 16 - Commercio estero provinciale. Valore in euro delle esportazioni 2011-2012 e variazione %.

Province e regioni	Esportazioni		
	2011	2012	Var.% 2011 / 2012
Avellino	**949.877.011**	**994.505.202**	**4,7**
Benevento	125.803.043	127.275.535	1,2
Caserta	1.073.393.825	1.082.988.622	0,9
Napoli	5.348.420.493	5.146.196.092	-3,8
Salerno	1.945.929.950	2.048.598.314	5,3
CAMPANIA	**9.443.424.322**	**9.399.563.765**	**-0,5**
ITALIA	**375.903.831.853**	**389.725.036.583**	**3,7**

Nel 2012 le esportazioni in provincia di Avellino sono state pari a 995 milioni di euro con un incremento del 4,7% rispetto al precedente anno: la crescita in Irpinia è stata maggiore di quella media nazionale (+3,7%) e soprattutto in controtendenza con quanto avvenuto in Campania con un deludente -0,5% frutto del cattivo risultato maturato dalla provincia di Napoli che nell'ultimo anno ha perso il 3,8% del valore esportato all'estero.

Tabella 17 - Commercio estero delle province italiane. Valore in euro delle importazioni 2011-2012 e variazione %.

Province e regioni	Importazioni		
	2011	2012	Var.% 2011 / 2012
Avellino	**1.895.611.610**	**1.817.275.976**	**-4,1**
Benevento	240.311.886	141.944.629	-40,9
Caserta	1.208.861.633	1.059.839.015	-12,3
Napoli	7.439.740.359	6.025.968.765	-19,0
Salerno	1.916.301.073	1.389.632.446	-27,5
CAMPANIA	**12.700.826.561**	**10.434.660.831**	**-17,8**
ITALIA	**401.427.714.083**	**378.759.439.770**	**-5,6**

Fonte: Istat

Anche sul fronte delle importazioni che rappresentano un indicatore significativo dello stato di salute di una economia essendo per la maggior parte espressione di materie prime acquistate per le nostre industrie di trasformazioni, troviamo note piuttosto confortanti per l'economia irpina specie in relazione con quanto avvenuto nel resto della regione.

Infatti la provincia di Avellino cede appena il 4,7% del valore dell'import rispetto al 2011 contro una flessione media italiana del 5,6% e rispetto al deciso calo (-17,8) riportato in Campania con punte di -27,% in provincia di Salerno e di -19% nell'area partenopea dove in termini assoluti la flessione ha raggiunto quasi il miliardo e mezzo di euro.

Il deficit della bilancia dei pagamenti (valore delle esportazioni meno importazioni) è pari a 823 milioni circa in diminuzione rispeto al 2011 in cui ammontava a 946 milioni di euro.

La crescente rilevanza dei mercati esteri per il sistema imprenditoriale irpino può essere immediatamente colta mettendo in relazione i valori dell'export ed import con la ricchezza

prodotta. In provincia di Avellino nel 2012 la propensione all'export (rapporto export su valore aggiunto) è pari a 15,8 in crescita rispetto al 2011 e nettamente la più alta in Campania anche se lontana dal valore medio nazionale. Molto alto anche il grado di apertura verso il commercio estero (il rapporto tra la somma di import ed export sul valore aggiunto) raggiunto lo scorso anno: 44,8, quasi il doppio della media Campania e molto vicino al livello medio in Italia.

Tabella 18 - Propensione all'export e grado di apertura al commercio estero per il totale economia nelle province italiane. Anni 2011-2012

Province e regioni	Export totale su valore aggiunto totale. Anno 2011	Import-Export totale su valore aggiunto totale. Anno 2011	Export totale su valore aggiunto totale. Anno 2012	Import-Export totale su valore aggiunto totale. Anno 2012
Avellino	14,7	43,9	15,8	44,8
Benevento	3,0	8,8	3,1	6,5
Caserta	8,9	19,0	9,1	18,0
Napoli	11,8	28,2	11,6	25,1
Salerno	11,4	22,6	12,1	20,4
CAMPANIA	**11,1**	**26,0**	**11,2**	**23,7**
ITALIA	**26,6**	**55,1**	**27,8**	**54,9**

Fonte: Elaborazione Unioncamere su dati Istat

In provincia di Avellino l'export dei prodotti alimentari ha superato nel 2012 la soglia del 27 % del totale esportazioni e sommato ai prodotti agricoli implica che l'agroalimentare rappresenta quasi un terzo del commercio internazionale.

Per il resto il settore metalmeccanico ed elettronico vale il 41% mentre l'industria conciaria e le confezioni in pelle rappresentano il 15% dell'export locale.

Meno rilevanti gli altri settori economici, con la chimica che vale per il 4%, l'industria del legno il 3,7% e le altre industrie per il residuo 5,6%.

Tabella 19 - Esportazioni per macrosettore. Anno 2012. composizione percentuale sul totale export

Province e regioni	Agricoltura	Alimentare	Sistema moda	Legno/carta	Chimica gomma plastica	Metalmeccanica ed elettronica	Altro Industria
Avellino	3,6	27,2	15,1	3,7	4,0	40,8	5,6
CAMPANIA	**3,8**	**23,1**	**10,7**	**4,2**	**16,1**	**38,1**	**4,0**
ITALIA	**1,5**	**6,7**	**11,0**	**2,0**	**19,7**	**48,7**	**10,4**

Fonte: Istat elaborazione CCIAA

Meno equilibrata la composizione delle importazioni con il comparto della metalmeccanica e dell'elettronica che pesa per il 73%, mentre l'agroalimentare incide per un 14%, la moda (pelli grezzi) per un 7,3% ed i prodotti chimici per il 4%. Del tutto residuali gli altri macrosettori.

Tabella 20 - Importazioni per macrosettore. Anno 2012. composizione percentuale sul totale export

Province e regioni	Agricoltura	Alimentare	Sistema moda	Legno/carta	Chimica gomma plastica	Metalmeccanica ed elettronica	Altro Industria
Avellino	**4,4**	**8,9**	**7,3**	**1,4**	**4,1**	**72,8**	**1,0**
CAMPANIA	**8,1**	**12,2**	**14,0**	**2,7**	**23,2**	**35,4**	**4,2**
ITALIA	**3,2**	**7,2**	**7,0**	**2,4**	**19,6**	**33,9**	**26,6**

Fonte: Istat elaborazione CCIAA

L'analisi di dettaglio delle merci esportate dalle imprese irpine nel 2012 in relazione ai risultati del precedente anno mette in evidenza in primo luogo il risultato positivo conseguito dalle imprese manifatturiere (+5,4%) parzialmente bilanciato dalla frenata dei prodotti dell'agricoltura che perdono in termini di export circa 5,5 milioni rispetto al 2011 e -13,4 in termini percentuali.

Nell'ambito del manifatturiero si registrano andamenti piuttosto eterogenei tra le principali industrie della nostra economia. In primo luogo va sottolineato l'ennesimo ottimo score conseguito dall'industria della trasformazione alimentare, ormai divenuto ampiamente il primo settore in provincia: + 40 milioni di euro di valore esportato nel 2012 e +17,2% conseguendo una incidenza sul totale esportazioni irpine del 27,2% rispetto alla precedente quota del 24,3%.

Dal punto di vista della crescita, l'industria dei metalli mostra l'incremento maggiore sia in termini assoluti che percentuali: 53 milioni di esportazioni in più e +34,8% rispetto al precedente anno superando nel complesso il tetto dei duecento milioni di euro venduti all'estero nel 2012, superando la quota del 20% del totale export provinciale. In questo settore fanno parte prevalentemente industrie di trasformazione del rame in fili destinati alla rete elettrica ma anche per saldature, che trovano nei paesi nordafricani un importante mercato di sbocco soprattutto per le opere infrastrutturali che negli ultimi anni si stanno realizzando nell'area.

Tabella 21 - Esportazioni per settore di attività economica anno 2012- variazioni assolute e percentuali su 2011- Composizione percentuale – valori in euro

Settore	2012	variazioni su 2011		quota % export su totale
		assolute	%	
Prodotti dell'agricoltura	35.628.837	-5.494.888	-13,4	3,6
Estrazione di minerali	0	-31.180	-100,0	0,0
Prodotti alimentari, bevande e tabacco	270.563.066	39.783.784	17,2	27,2
Prodotti tessili, abbigliamento, pelli	150.558.959	-300.200	-0,2	15,1

Legno e prodotti in legno	36.384.063	10.074.838	38,3	3,7
Coke e prodotti petroliferi raffinati	433.079	271.193	167,5	0,0
Sostanze e prodotti chimici	10.329.978	-1.504.188	-12,7	1,0
Articoli farmaceutici, chimico-medicinali	15.008.727	-2.888.003	-16,1	1,5
Articoli in gomma e materie plastiche, vetro	57.911.762	12.345.102	27,1	5,8
Metalli di base e prodotti in metallo	203.892.970	52.603.763	34,8	20,5
Computer, apparecchi elettronici e ottici	5.339.755	3.764.156	238,9	0,5
Apparecchi elettrici	52.058.794	-11.744.366	-18,4	5,2
Macchinari ed apparecchi n.c.a.	44.580.813	-17.905.057	-28,7	4,5
Mezzi di trasporto	100.024.784	-38.886.491	-28,0	10,1
Prodotti delle altre attività manifatturiere	7.424.057	2.915.877	64,7	0,7
TOTALE ATTIVITÀ MANIFATTURIERE	**954.510.807**	**48.530.408**	**5,4**	**96,0**
altre attività n.c..a	4.365.558	1.623.851	59,2	0,4
TOTALE EXPORT PROVINCIALE	**994.505.202**	**44.628.191**	**4,7**	**100,0**

Fonte: Istat

Molto positivi anche i risultati dell'industria delle materie plastiche e vetro (+ 12 milioni di euro e +27% nell'anno) e dei prodotti semilavorati n legno (+ 10 milioni di valore esportato e +38%) che confermano la competitività delle nostre produzioni e l'importanza di percorrere la strada dell'internazionalizzazione per resistere ai venti della crisi.

Ancora una volta stabile sul fronte del valore esportato l'andamento del settore moda, costituito soprattutto dalle imprese del distretto conciario di Solofra che mantengono inalterato il livello di 150 milioni di export detenendo una quota sul totale del 15%.

Si conferma purtroppo anche lo stato di crisi della nostra industria metalmeccanica che perde nel complesso in valore assoluto nel 2012 oltre 65 milioni di euro di valore esportato: nel dettaglio i mezzi di trasporto (autobus) flettono del 28% cedendo circa 29 milioni di euro; i macchinari si riducono di 39 milioni di euro e -29% ed anche le apparecchiature elettriche perdono in un anno quasi 12 milioni di euro e -18%.

L'analisi di maggior dettaglio nell'ambito del settore alimentare mette in luce che a trainare la crescita del settore è soprattutto l'industria della pasta alimentare che guadagna nell'ultimo anno quasi 20 milioni di euro e +18,8%. Segue l'industria di trasformazione

della frutta e ortaggi (soprattutto ciliegie lavorate e succhi di frutta), con 12 milioni di euro in più nel 2012 e +25,3%: Positivo è anche l'andamento dell'olio anche se con tassi di sviluppo meno rilevanti che in passato (+ 2 milioni di euro e +5,1%). Da segnalare anche la significativa crescita degli altri prodotti alimentari (soprattutto dolciario) che guadagnano nell'ultimo anno quasi 8 milioni di euro segnando un ragguardevole + 44,8%.

Stabile viceversa l'industria delle bevande, ossia del vino di qualità ormai ferma da diverso tempo su un valore di export di 12 milioni di euro: segno delle difficoltà della nostra filiera vitivinicola, caratterizzata soprattutto da micro imprese di ridottissima dimensione, di guadagnare spazio sui mercati internazionali.

Tabella 22 - Esportazioni settore prodotti alimentari, bevande e tabacco - anno 2012- variazioni assolute e percentuali su 2011

Settore	2012	2011	variazione assoluta	variazione %
Prodotti da forno e farinacei	122.846.299	103.363.727	19.482.572	**18,8**
Frutta e ortaggi lavorati e conservati	59.301.544	47.343.663	11.957.881	25,3
Oli e grassi vegetali e animali	43.595.533	41.477.598	2.117.935	**5,1**
Altri prodotti alimentari	25.035.894	17.288.870	7.747.024	**44,8**
Bevande	12.401.579	12.193.231	208.348	1,7
Pesce, crostacei e molluschi lavorati e conservati	3.739.373	3.778.891	-39.518	**-1,0**
Granaglie, amidi e di prodotti amidacei	1.607.358	656.058	951.300	145,0
Carne lavorata e conservata e prodotti a base di carne	1.346.263	3.639.499	-2.293.236	-63,0
Prodotti delle industrie lattiero-casearie	689.223	1.037.745	-348.522	-33,6

Fonte: Istat

Si riportano di seguito le tavole contenenti l'elenco dei primi 30 paesi per valore delle importazioni e delle esportazioni, nonché l'elenco delle prime 30 merci importate ed esportate dalla provincia di Avellino nel 2012.

Il primo paese per valore delle destinazioni è la Bulgaria mentre per destinazione è la Tunisia: in entrambi i casi si tratta di mercati di approvvigionamento e vendita dei metalli non ferrosi ossia di rame, che da materia prima viene trasformato in fili (vergelle) e che rappresenta anche la prima merce sia tra i beni importati che tra i prodotti esportati in provincia di Avellino.

Tabella 23 - Primi 30 Paesi per valore delle importazioni. Anni 2011 e 2012, valori in euro.

CLASSIFICA	PAESE	IMPORTAZIONI		
		2012	2011	*var.%*
1	Bulgaria	495.140.296	443.592.974	11,6
2	Cile	477.901.381	517.732.512	-7,7
3	Germania	89.640.603	176.229.218	-49,1
4	Perù	87.275.232	48.859.632	78,6
5	Francia	57.524.504	72.444.828	-20,6

6	Spagna	44.030.900	47.361.885	-7,0
7	Cina	40.328.231	47.475.317	-15,1
8	Iran,	39.233.045	37.121.196	5,7
9	Turchia	37.443.149	28.754.305	30,2
10	Giappone	29.168.718	45.447.454	-35,8
11	Paesi Bassi	27.415.511	26.583.144	3,1
12	Congo	26.121.311	7.192.287	263,2
13	Nigeria	24.178.973	25.393.267	-4,8
14	Grecia	22.903.708	32.860.313	-30,3
15	Regno Unito	21.935.849	45.961.460	-52,3
16	Cipro	21.147.759	4.966.004	325,9
17	Sudafrica	20.101.802	22.614.335	-11,1
18	Austria	18.730.531	22.085.151	-15,2
19	Stati Uniti	13.995.579	17.521.517	-20,1
20	Svezia	13.793.840	8.869.649	55,5
21	Iraq	12.655.851	169.786	7.354,0
22	Algeria	12.016.386	8.528.779	40,9
23	Ceca, Repubblica	11.154.494	1.943.903	473,8
24	Portogallo	10.864.375	3.330.756	226,2
25	Mali	10.225.613	4.498.794	127,3
26	Tunisia	8.992.468	7.745.899	16,1
27	Etiopia	8.218.075	15.582.063	-47,3
28	Polonia	7.601.511	9.590.653	-20,7
29	Svizzera	7.398.566	6.534.492	13,2
30	Belgio	7.256.982	13.413.853	-45,9

Fonte: Istat elaborazione CCIAA

Tabella 24 - Primi 30 Paesi per valore delle esportazioni. Anni 2011 e 2012, valori in euro.

CLASSIFICA	PAESE	ESPORTAZIONI		
		2012	2011	var.%
1	Tunisia	143.474.703	102.168.847	40,4
2	Regno Unito	93.768.352	77.695.660	20,7
3	Germania	79.054.537	71.229.488	11,0
4	Francia	78.044.592	65.604.903	19,0
5	Stati Uniti	56.573.252	46.112.035	22,7
6	Spagna	55.454.514	73.726.222	-24,8
7	Ungheria	38.541.776	49.497.441	-22,1
8	Corea del Sud	37.632.723	33.986.469	10,7
9	Hong Kong	30.595.745	35.790.436	-14,5
10	Arabia Saudita	26.879.857	28.651.663	-6,2
11	Svizzera	26.154.110	29.033.213	-9,9
12	Polonia	24.783.413	27.900.966	-11,2
13	Austria	22.601.969	18.978.420	19,1

14	Turchia	20.409.263	17.958.486	13,6
15	Canada	20.284.019	11.099.208	82,8
16	Paesi Bassi	19.506.806	22.682.824	-14,0
17	Cina	18.574.698	19.714.472	-5,8
18	Giappone	16.566.838	11.079.313	49,5
19	Grecia	14.882.432	14.933.157	-0,3
20	Australia	10.867.974	9.769.790	11,2
21	Libia	9.568.734	660.200	1.349,4
22	Russia	9.557.080	7.941.503	20,3
23	Belgio	9.445.713	8.999.416	5,0
24	Algeria	7.088.723	8.622.420	-17,8
25	Slovacchia	7.044.323	7.470.188	-5,7
26	Portogallo	6.757.633	5.641.099	19,8
27	Svezia	6.353.920	21.304.430	-70,2
28	Romania	6.325.771	6.988.224	-9,5
29	Brasile	5.934.496	16.317.476	-63,6
30	Emirati Arabi Uniti	5.591.162	4.154.741	34,6

Fonte: Istat elaborazione CCIAA

Tabella 25 - Primi 30 merci per valore delle importazioni. Anni 2011 e 2012, valori in euro.

Class.	MERCE	IMPORTAZIONI		
		2012	2011	var. %
1	Metalli di base preziosi e altri metalli non ferrosi	1.113.357.812	1.056.755.887	5,4
2	Cuoio conciato e lavorato	124.531.060	124.807.343	-0,2
3	Carne lavorata e conservata e prodotti a base di carne	106.128.965	100.832.553	5,3
4	Macchine di impiego generale	64.169.296	158.923.431	-59,6
5	Prodotti di colture permanenti	45.357.139	27.806.669	63,1
6	Componenti elettronici e schede elettroniche	34.410.091	45.170.244	-23,8
7	Medicinali e preparati farmaceutici	27.614.079	28.824.323	-4,2
8	Pesci ed altri prodotti della pesca	24.925.541	30.797.570	-19,1
9	Prodotti chimici di base, materie plastiche e gomma sintetica	21.400.290	20.395.448	4,9
10	Altri prodotti in metallo	21.159.183	19.117.106	10,7
11	Oli e grassi vegetali e animali	20.904.982	23.235.305	-10,0
12	Parti ed accessori per autoveicoli e loro motori	20.839.443	45.319.168	-54,0
13	Pesce, crostacei e molluschi lavorati e conservati	15.874.272	13.045.176	21,7
14	Autoveicoli	14.025.578	10.606.454	32,2
15	Articoli in materie plastiche	13.276.817	12.327.619	7,7
16	Frutta e ortaggi lavorati e conservati	10.217.928	8.691.046	17,6

17	Legno tagliato e piallato	9.891.267	9.410.202	5,1
18	Pasta-carta, carta e cartone	9.510.516	11.211.226	-15,2
19	Prodotti della siderurgia	8.889.318	25.045.503	-64,5
20	Altre macchine di impiego generale	8.159.899	9.450.605	-13,7
21	Altri prodotti chimici	8.093.515	11.712.540	-30,9
22	Altre apparecchiature elettriche	6.847.221	6.968.571	-1,7
23	Animali vivi e prodotti di origine animale	6.433.118	6.451.320	-0,3
24	Articoli di coltelleria, utensili e oggetti di ferramenta	5.353.254	3.727.789	43,6
25	Prodotti in legno, sughero, paglia e materiali da intreccio	5.345.944	6.028.974	-11,3
26	Prodotti delle industrie lattiero-casearie	5.025.491	7.491.998	-32,9
27	Altri prodotti tessili	5.000.729	4.497.830	11,2
28	Mobili	4.333.709	4.081.971	6,2
29	Altri prodotti della prima trasformazione dell'acciaio	3.691.541	1.931.334	91,1
30	Strumenti e apparecchi di misurazione, prova e navigazione	3.287.737	3.896.662	-15,6

Fonte: Istat elaborazione CCIAA

Tabella 26 - Primi 30 merci per valore delle importazioni. Anni 2011 e 2012, valori in euro.

Class.	MERCE	ESPORTAZIONI 2012	2011	var. %
1	Metalli di base preziosi e altri metalli non ferrosi	151.221.748	8	45,5
2	Cuoio conciato e lavorato	140.354.417	141.162.803	-0,6
3	Prodotti da forno e farinacei	122.846.299	103.363.727	18,8
4	Frutta e ortaggi lavorati e conservati	59.301.544	47.343.663	25,3
5	Oli e grassi vegetali e animali	43.595.533	41.477.598	5,1
6	Vetro e di prodotti in vetro	43.466.410	31.717.262	37,0
7	Altri prodotti in metallo	37.685.377	31.214.940	20,7
8	Autoveicoli	34.312.060	63.905.426	-46,3
9	Prodotti di colture permanenti	31.923.509	37.151.806	-14,1
10	Aeromobili, veicoli spaziali e relativi dispositivi	29.869.910	28.821.441	3,6
11	Altri prodotti alimentari	24.978.006	17.113.848	46,0
12	Motori, generatori e trasformatori elettrici	22.509.619	27.951.373	-19,5
13	Articoli di carta e di cartone	21.939.814	12.991.899	68,9
14	Locomotive e di materiale rotabile ferro-tranviario	21.009.093	34.404.445	-38,9
15	Altre apparecchiature elettriche	18.105.418	19.943.606	-9,2
16	Altre macchine di impiego generale	17.138.132	33.341.613	-48,6
17	Medicinali e preparati farmaceutici	14.887.333	17.896.730	-16,8
18	Parti ed accessori per autoveicoli e loro motori	14.707.065	11.683.981	25,9
19	Prodotti in legno, sughero, paglia e materiali da intreccio	12.848.871	12.024.620	6,9

20	Bevande	12.401.579	12.193.231	1,7
21	Altre macchine per impieghi speciali	11.543.055	17.335.970	-33,4
22	Batterie di pile e accumulatori elettrici	10.153.442	14.196.398	-28,5
23	Prodotti della fusione della ghisa e dell'acciaio	10.078.630	10.729.863	-6,1
24	Macchine di impiego generale	9.454.317	7.881.417	20,0
25	Articoli in gomma	7.892.190	6.996.281	12,8
26	Altri prodotti tessili	7.294.761	7.001.142	4,2
27	Macchine per la formatura dei metalli e altre macchine utensili	6.022.384	3.908.670	54,1
28	Altri prodotti delle industrie manifatturiere n.c.a.	5.951.131	3.444.970	72,7
29	Articoli in materie plastiche	5.882.569	5.980.884	-1,6
30	Altri prodotti chimici	5.839.205	6.785.988	-14,0

Fonte: Istat elaborazione CCIAA

In tema di energia gli ultimi dati sui consumi elettrici indicano che in provincia di Avellino sono stati consumati 1.499 milioni di Kwh di cui il 46,4% dall'industria, il 27,1 dal terziario e solo lo 0,8% dal comparto primario in cui l'incidenza dei consumi energetici è sicuramente minore che negli altri settori produttivi; la restante quota è per uso domestico.

Tabella 27 - Consumi di energia elettrica per settore di attività economica milioni di Kwh. Anno 2011

Province e regioni	Agricoltura	Industria	Terziario*	Domestico	Totale
Avellino	11,5	695,4	406,4	385,7	1.499,0
Benevento	24,4	229,2	273,2	266,2	793,0
Caserta	93,7	1.212,1	960,0	971,3	3.237,1
Napoli	52,5	1.590,4	3.228,0	3.161,1	8.032,0
Salerno	102,9	1.351,5	1.192,5	1.078,9	3.725,8
CAMPANIA	**285,0**	**5.078,7**	**6.355,2**	**5.863,2**	**17.582,1**
ITALIA	**5.907,0**	**140.039,8**	**97.705,1**	**70.140,6**	**313.792,5**

Fonte: TERNA

L'analisi dei dati per settore di attività delle province campane evidenzia per l'Irpinia una maggiore concentrazione dei consumi di energia elettrica in industria rispetto alla media nazionale ed in maniera netta rispetto al dato della Campania dove la quota si ferma sotto il 30%; viceversa minore l'incidenza del terziario in provincia di Avellino rispetto al dato Campania pari al 36,1% e Italia pari al 31,1%.

Tabella 28 - Consumi di energia elettrica per settore di attività economica valori %. Anno 2011

Province e regioni	Agricoltura	Industria	Terziario*	Domestico	Totale
Avellino	0,8	46,4	27,1	25,7	100,0
Benevento	3,1	28,9	34,5	33,6	100,0
Caserta	2,9	37,4	29,7	30,0	100,0
Napoli	0,7	19,8	40,2	39,4	100,0
Salerno	2,8	36,3	32,0	29,0	100,0
CAMPANIA	1,6	28,9	36,1	33,3	100,0
ITALIA	**1,9**	**44,6**	**31,1**	**22,4**	**100,0**

Fonte: TERNA

Un'ulteriore indicazione della maggiore presenza di aree industriali in Irpinia ad alto fabbisogno energetico deriva dai dati dei consumi energetici rispetto al totale regionale. Infatti se in provincia di Avellino si registrano complessivamente consumi di energia elettrica pari all'8,5% del totale regionale, diverso il peso dei singoli settori economici: da una parte l'industria irpina assorbe quasi il 14% dei consumi energetici dell'industria campana, dall'altra risultano inferiori le quote dei consumi del terziario (6,4%), primario (4%) e per uso domestico (6,6%).

Il confronto congiunturale con i dati del precedente anno indicano una flessione rispetto ai consumi totali di energia elettrica di -0,9%. Diverso però è l'andamento settoriale: infatti, se si registrano incrementi in agricoltura (+6,5%), nel terziario (+2,2%), netta viceversa la riduzione in industria (-3,2%) quale conseguenza del calo dei livelli produttivi subito dalla nostra industria soprattutto metalmeccanica come tra l'altro rilevato dalla crescita esponenziale della Cassa integrazione guadagni.

Tabella 29 - Quota % consumi di energia elettrica per settore di attività economica su totale regionale

Province e regioni	Agricoltura	Industria	Terziario*	Domestico	Totale
Avellino	4,0	13,7	6,4	6,6	8,5
Benevento	8,6	4,5	4,3	4,5	4,5
Caserta	32,9	23,9	15,1	16,6	18,4
Napoli	18,4	31,3	50,8	53,9	45,7
Salerno	36,1	26,6	18,8	18,4	21,2
CAMPANIA	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: TERNA

Pari a 658,9 milioni di Kwh la produzione di energia rinnovabile in Irpinia che rappresenta il 44% dell'intero fabbisogno energetico provinciale, rispetto alla media campana pari al 17,4% e a quella nazionale del 26,4%. Per il 90% si tratta di energia eolica, per il 7% di fonte idrico e per il 3% di tipo fotovoltaico.

Tabella 30 - Produzione di energia elettrica da fonti rinnovabili per tipologia di fonte (valori in Gwh). Anno 2011

Province e regioni	Fotovoltaica	Eolica	Idraulica	Bioenergia	Geotermica	Totale
Avellino	21,5	591,4	46,1	0,0	0,0	658,9
Benevento	21,5	492,8	0,0	0,0	0,0	514,3
Caserta	96,6	19,7	276,3	10,8	0,0	403,4
Napoli	75,1	0,0	0,0	799,2	0,0	874,3
Salerno	75,1	236,5	276,3	21,6	0,0	609,6
CAMPANIA	**289,8**	**1.340,4**	**598,7**	**831,6**	**0,0**	**3.060,4**
ITALIA	**10.796,0**	**9.856,0**	**45.823,0**	**10.832,0**	**5.655,0**	**82.962,0**

Fonte: GSE

Rispetto al precedente anno la produzione di rinnovabile in Irpinia è cresciuta nel complesso del 7,4%, in linea con il trend nazionale (+7,8%), mentre in Campania si è assistita ad una flessione del 2,7%.

Da rilevare la crescita esponenziale dell'energia da fotovoltaico: + 250% in provincia di Avellino, +533% in Campania e +466% a livello nazionale; negli ultimi anni in tutte le aree territoriali si è assistito al moltiplicarsi di parchi di pannelli fotovoltaici più sulla spinta degli incentivi nazionali e regionali che sulla base di una pianificazione in funzione dei fabbisogni energetici.

Tabella 31 - N° di impianti fotovoltaici che hanno fatto richiesta di incentivo mediante il conto energia e potenza complessiva e procapite. Situazione al 22-3-2013

Province e regioni	Totale	Potenza complessiva (Kwh)	Potenza complessiva per abitante (Kwh)
Avellino	**2.723**	**54.124**	**0,13**
Benevento	2.092	46.321	0,16
Caserta	4.529	198.155	0,22
Napoli	4.219	115.036	0,04
Salerno	4.162	152.643	0,14
CAMPANIA	**17.725**	**566.278**	**0,10**
ITALIA	**504.815**	**16.668.937**	**0,28**

Fonte: Atlasole-GESE

Per quanto riguarda la **produzione di rifiuti urbani** è pari a 378 tonnellate il totale procapite prodotto in provincia rispetto alla media regionale di 478 tnl e di 536 a livello nazionale: del volume di rifiuti prodotti in Irpinia è pari al 50% la percentuale di raccolta differenziata; si tratta di un valore di tutto rispetto se si considera che la media Campania è del 32,7% (solo a Salerno la percentuale è maggiore pari al 55%) mentre la quota nazionale di raccolta differenziata è del 35,3%.

Quale ulteriore misura delle condizioni del nostro ambiente nonché indicatore del livello di benessere delle famiglie possono essere utilizzati i dati delle autovetture circolanti per tipologia di omologazione.

Tabella 32 - Autovetture circolanti distinte per tipologia di omologazione. Anno 2011

Province e regioni	Euro 0	Euro 1	Euro 2	Euro 3	Euro 4	Euro 5	Totale
Avellino	**16,9**	**7,6**	**23,2**	**21,2**	**26,8**	**4,3**	**261.255**
Benevento	16,4	7,7	23,3	21,7	27,0	4,0	177.494
Caserta	18,2	7,5	22,3	20,9	26,7	4,3	548.325
Napoli	24,0	7,1	21,1	18,3	25,4	3,9	1.768.227
Salerno	19,4	7,8	22,5	20,5	25,8	4,0	654.085
CAMPANIA	**21,3**	**7,4**	**21,9**	**19,5**	**25,9**	**4,0**	**3.409.386**
NORD-OVEST	8,5	3,7	16,6	21,5	39,3	10,4	**9.670.887**
NORD-EST	8,2	4,5	18,9	21,3	38,2	8,9	**7.053.765**
CENTRO	10,5	5,0	16,5	20,4	36,8	10,6	**7.908.539**
SUD E ISOLE	17,6	7,2	21,9	20,9	27,9	4,5	**12.462.768**
ITALIA	12,0	5,3	18,8	21,0	34,7	8,2	**37.113.300**

Fonte: ACI

Emerge infatti che in Campania rispetto a circa 3 milioni e mezzo di autovetture circolanti (ossia quasi il 10% di tutta l'Italia) il 21% appartiene alla tipologia più inquinante (euro 0) rispetto ad una media nazionale del 12%, mentre solo per il 4% si tratta di autovetture euro 5 a minore impatto ambientale, contro l'8% mediamente in Italia.

Nell'ambito del territorio regionale, balza agli occhi la situazione di Napoli che su circa 1.800.000 auto in circolazione il 24% è della classe euro 0 e una su due è al massimo euro 2, mentre Avellino mostra percentuali lievemente migliori della media Campania, ma pur sempre estremamente preoccupanti ,

Come si vede la crisi e le conseguenti ricadute sul livello di ricchezza delle famiglie ha impedito il ricambio fisiologico delle autovetture in un territorio in cui lo stesso è particolarmente numeroso con pesanti riflessi da una parte sull'industria automobilistica che proprio al sud ha manifestato le crisi aziendali ed occupazionali più laceranti e sulla qualità dell'aria e più in generale sulla salute dei cittadini, peggiorando ulteriormente il livello di vita del nostro territorio.

Lo stato dei servizi pubblici alle imprese

I servizi pubblici rappresentano sia un indicatore dello stato di benessere di un Paese che un fattore che genera benessere tale da caratterizzare la sua capacità di fornire alle imprese la possibilità di essere competitive a livello mondiale - mediante le infrastrutture e gli altri servizi necessari - ed ai cittadini un livello di qualità della vita al passo con le migliori esperienze.

La Camera, difatti, svolge funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese ma si tratta di un ruolo che promuove la loro crescita evolutosi nel tempo, quanto a funzioni, compiti e servizi offerti, non essendo unicamente di rappresentanza delle imprese, ma di loro coordinamento, orientamento e sviluppo attraverso l'esercizio di funzioni proprie o delegate dallo Stato e dalle Regioni, o derivanti da convenzioni internazionali.

Difatti, attraverso la profonda trasformazione avvenuta con l'emanazione del Decreto Legislativo n.23 del 10 febbraio 2010 si è segnato un momento storico nel percorso delle Camere di Commercio: dopo l'ultima riforma organica – la Legge n. 580 del 1993 – gli Enti camerali hanno ricevuto una nuova cornice normativa che ne ha rivisto, potenziandoli e rafforzandoli, il ruolo tra le istituzioni, i compiti e le funzioni sul territorio, le modalità organizzative e la governance. Sono stati ridisegnati, in particolare, ruolo e strutture delle Camere di Commercio traendo spunti anche dalla regolamentazione delle autonomie locali ed incidendo a livello politico, economico ed istituzionale con l'attribuzione di specifiche funzioni.

L'esigenza di contenimento e riduzione della spesa pubblica, congiuntamente alle richieste di maggiore libertà economica e minori vincoli all'esercizio dell'attività d'impresa, impone, difatti, una riorganizzazione del sistema pubblico a sostegno del mondo delle imprese.

La crisi cui attualmente assistiamo obbliga tutti a maggiori responsabilità, più focalizzazione degli obiettivi su di un lavoro capace di ampie prospettive e, in questo scenario, è stata intrapresa una politica di gestione mirata a una sempre maggiore efficienza e qualità dei servizi offerti dalla Camera di commercio e ad un rafforzamento delle attività che qualificano e rendono distintive le funzioni e le competenze dell'Ente camerale. Il tutto ottimizzando le scarse risorse disponibili e migliorando, nel merito e nel metodo, la propria capacità di risposta ai bisogni espressi dalle imprese e dai cittadini.

L'azione svolta dalla Camera, inoltre, si caratterizza per una spiccata capacità di ideare, progettare e mettere in pratica soluzioni moderne ed efficienti per lo svolgimento dei propri compiti e delle proprie funzioni che si dividono sostanzialmente in tre aree di azione: burocratico – amministrativa, regolazione e controllo del mercato ed, infine, promozionale.

Nell'area burocratico - amministrativa l'obiettivo della Camera è tramutare gli adempimenti burocratici, in molti casi obbligatori per legge, in processi produttivi che creano valore. Per ciò che riguarda la loro attuazione, gli strumenti nei quali trovano realizzazione gli intenti degli organi camerali di governo concernono, in particolare, la tenuta del Registro delle Imprese - cui sono obbligate ad iscriversi le società e gli imprenditori individuali che hanno sede nella circoscrizione provinciale – che consente l'aggiornamento dell'anagrafe del sistema imprenditoriale.

Questa funzione, già prevista dal Codice Civile e disciplinata solo cinquant'anni più tardi, è stata completamente telematizzata innovando profondamente le logiche e le modalità di offerta del servizio. In tale contesto la Comunicazione unica d'impresa (ComUnica) - procedura prevista dall'art. 9 della Legge 2 aprile 2007 n. 40 – ha fornito una spinta significativa alla semplificazione degli adempimenti trasformando il Registro in "Sportello Unico" telematico al quale le imprese spediscono via internet, con una sola pratica, i dati che prima dovevano essere presentati in via separata all'Agenzia delle Entrate, all'INPS e all'INAIL (tali dati sono poi inoltrati dall'Ente camerale alle singole amministrazioni competenti).

Altre funzioni amministrative concernono la tenuta di numerosi albi e ruoli professionali, i servizi certificativi relativi al commercio estero, attività autorizzatorie in materia di industria e commercio interno, la gestione delle Borse Merci, la gestione dell'Elenco Ufficiale dei Protesti Cambiari. Si ricorda, inoltre, che presso la Camera ha sede poi l'Albo provinciale delle Imprese Artigiane.

Nella seconda area di azione si collocano le iniziative camerali per la Regolazione e controllo del mercato quali, ad esempio, quelle volte a risolvere i confitti fra privati secondo modalità diverse dal contenzioso giudiziale nelle forme della media-conciliazione volontaria, introdotta con il Decreto Legislativo n. 28 del 4 marzo 2010, per cui da maggio 2011 la Camera di Avellino è organismo abilitato a svolgere il procedimento essendo stata iscritta al n. 345 del Registro degli Organismi di Mediazione tenuto presso il Ministero di Giustizia.

In particolare in tale area le funzioni dell'Ente riguardano l'istituzione di camere arbitrali e sportelli di conciliazione, controllo sulle clausole inique dei contratti e la promozione di contratti tipo per categorie omogenee di attività, la partecipazione a conferenze di servizi, la vigilanza per la repressione delle azioni di concorrenza sleale , la costituzione di parte civile nei processi per reati contro l'economia.

Per ciò che riguarda la terza area d'azione, la promozione delle imprese e del territorio rappresenta una finalità fondamentale dell'Ente e si concretizza in un insieme di iniziative di sostegno dell'apparato economico provinciale sulla base di una programmazione di interventi fissata in modo discrezionale dai suoi organi elettivi, in concertazione con le associazioni rappresentanti le imprese.

Rientrano in questa sfera sia interventi di supporto alle attività imprenditoriali in forma diretta (contributi alle singole imprese o a settori di impresa) o indiretta (contributi a consorzi, associazioni e reti di imprese), sia interventi di natura strutturale ed infrastrutturale volti a favorire l'economia locale nel suo complesso. Ed ancora interventi per iniziative di valorizzazione dei prodotti (con particolare riferimento a quelli dell'artigianato, come la pelle di Solofra, e alle produzioni di qualità dell'agricoltura tra cui una particolare attenzione è dedicata ai vini) e di promozione del patrimonio culturale ed ambientale dell'Irpinia e dell'economia locale.

I sostegni diretti a favore delle imprese consistono, prevalentemente, in contribuzioni finanziarie per incentivare iniziative di particolare interesse per lo sviluppo economico locale (innovazione, qualità, accesso al credito, sicurezza, ecc.) gestite con il meccanismo del bando di concorso e nel partecipare direttamente 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.

Inoltre, le principali linee di indirizzo delle attività promozionali offerte si riferiscono, a servizi per: orientamento alla creazione ed allo sviluppo delle attività imprenditoriali; incentivi alla riqualificazione ed all'aggiornamento tecnologico informatico e gestionale delle attività economiche; interventi per la formazione imprenditoriale, manageriale e professionale, azioni di promozione, assistenza tecnica alle imprese, servizi per l'internazionalizzazione, etc.

Si tratta di una gamma integrata di servizi messi a disposizione per accompagnare le imprese in ogni fase del loro quotidiano sviluppo, anche grazie alla costante collaborazione con le organizzazioni imprenditoriali. Vale la pena, inoltre, ricordare la realizzazione dell'Osservatorio Economico della Provincia di Avellino che - in linea con la riforma delle Camere di commercio - divulga dati economico-statistici dell'economia provinciale e delle imprese in Irpinia - valorizzando il 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 della sua competitività. L'evento di riferimento per la principale pubblicazione annuale dell'Ente del Rapporto dell'Economia provinciale è, di consueto, la "Giornata dell'Economia" in cui la Camera fa il punto, insieme agli altri attori locali, sulla situazione in cui versa la provincia.

In tale ampio contesto la programmazione strategica della Camera ha individuato tre grandi filoni d'intervento, in grado di far emergere il contributo originale della Camera di commercio allo sviluppo economico provinciale alla luce delle possibili riforme del quadro istituzionale: l'internazionalizzazione, la semplificazione amministrativa e la nascita e il consolidamento delle imprese che vengono accompagnate da altri macro-interventi ad esse resi funzionali, come la regolazione del mercato, i fattori di competitività (credito, infrastrutture, turismo, ambiente) e le politiche per le filiere.

La Camera ha recepito, inoltre, quanto disposto dalla Delibera CIVIT n. 3/2012 recante "Linee guida per il miglioramento degli strumenti per la qualità dei servizi pubblici" che fornisce indicazioni di carattere generale per le innovazioni da applicare all'intero sistema dei servizi pubblici, attraverso il contributo di tutti gli attori coinvolti, che devono dialogare con la P.A. in un'ottica di miglioramento continuo per favorire, appunto, la produttività delle imprese italiane e la qualità della vita dei cittadini.

Il contesto sociale ed ambientale della provincia di Avellino

La popolazione e sua evoluzione

Dai dati della popolazione per fascia d'età e dall'analisi dei principali indicatori demografici appare ancora una volta l'elevato invecchiamento della popolazione irpina che rappresenta un elemento di debolezza strutturale per le possibilità di sviluppo economico della provincia.

La quota di popolazione di età pari o superiore a 65 anni è pari in provincia di Avellino al 20%, in linea col dato medio nazionale ma decisamente superiore al valore della corrispondente classe in Campania pari al 16,6%. Di converso la percentuale della popolazione più giovane (0-14 anni) è in Irpinia pari al 13,7%, nettamente inferiore alla quota campana del 16,1% ma anche più bassa del valore Italia pari al 14%.

Inoltre nemmeno sommando alla popolazione più giovane quella della fascia tra 15 e 19 anni (pari al 5,6% del totale popolazione) si riesce a bilanciare il numero dei più anziani, così come avviene anche a livello nazionale.

Tabella 33 - Popolazione attiva per fasce di età anno 2012

Province e regioni	TOTALE						
	0-14	15-19	20-39	40-59	60-64	65 e oltre	Totale
Avellino	13,7	5,6	26,2	28,8	5,8	20,0	
Benevento	13,6	5,6	25,6	28,2	6,0	21,1	284.560
Caserta	16,7	6,2	28,2	28,1	5,5	15,4	905.188
Napoli	17,1	6,4	27,5	28,0	5,6	15,3	3.053.247
Salerno	14,6	5,7	26,7	28,8	5,9	18,4	1.092.574
CAMPANIA	16,1	6,1	27,3	28,2	5,7	16,6	**5.764.424**
ITALIA	14,0	4,8	24,8	29,3	6,2	20,8	**59.394.207**

Fonte: Istat

Le caratteristiche della popolazione sono ben evidenziate dagli indici demografici: in particolare l'indice di vecchiaia mette in relazione proprio il numero dei residenti di età dai 65 anni in poi con la classe di popolazione più giovane: tale indicatore in provincia di Avellino è pari a 146,3, vicino al dato medio nazionale ma distante dalla media Campana influenzata dall'alta natalità della provincia di Napoli e Caserta. Dal confronto con il precedente anno in cui lo stesso indice era pari a 142,8 si evince tra l'altro per la provincia irpina un ulteriore peggioramento segno che il fenomeno non accenna ad attenuarsi.

Altro indice molto interessante è quello di dipendenza strutturale degli anziani, ossia il rapporto tra la fascia di popolazione della classe 65 anni e oltre e la popolazione in età attiva (15-64 anni) che da anche una misura del livello di equilibrio dal punto di vista previdenziale in cui versa un territorio.

In provincia di Avellino per ogni anziano ci sono tre persone in età attiva e considerato che dal punto di vista dell'occupazione meno della metà della popolazione attiva lavora si capisce come sia a rischio anche la tenuta del sistema previdenziale nel nostro paese.

Anche l'indice di ricambio - che mette in relazione coloro che stanno per lasciare il mondo del lavoro (60-64 anni), e coloro che vi stanno per entrare (15-19 anni) – pari in Irpinia al 104,4% evidenzia la prevalenza delle fasce più anziane su quelle più giovani, pur essendo meno spiccata di quanto sussiste a livello nazionale.

Tabella 34 - Gli indicatori demografici della popolazione residente totale[7]

Province e regioni	Indice di vecchiaia	Indice di dipendenza strutturale	Indice di dipendenza strutturale dei giovani	Indice di dipendenza strutturale degli anziani	Indice di ricambio	Indice di struttura
Avellino	146,3	55,4	22,5	32,9	104,4	109,0
Benevento	155,3	57,9	22,7	35,2	107,2	109,5
Caserta	92,0	52,0	27,1	24,9	87,7	97,5
Napoli	89,8	52,9	27,9	25,0	88,8	99,4
Salerno	126,3	53,7	23,7	30,0	103,8	107,1
CAMPANIA	**102,7**	**53,4**	**26,3**	**27,0**	**93,2**	**101,6**
ITALIA	**148,6**	**57,7**	**23,2**	**34,5**	**129,8**	**120,3**

Fonte: Elaborazione Unioncamere su dati Istat

Infine per quanto riguarda il possesso del titolo di studio è ancora piuttosto alta la percentuale di popolazione che non possiede alcun titolo di studio o al massimo la licenza elementare: in Irpinia infatti la quota di coloro che non hanno scolarizzazione è pari al 26%, la più alta in Campania e nettamente superiore al livello nazionale: Viceversa bassa l'incidenza dei laureati pari all'8,6% inferiore sia alla media regionale (9,3%) che alla percentuale media in Italia (11,2%).

Tabella 35 - Popolazione di 15 anni e oltre classificata per massimo titolo di studio conseguito e provincia.

Province e regioni	Valori Percentuali				
	Nessuno titolo o licenza elementare	Licenza media (o avviamento professionale)	Diploma di scuola superiore	Titolo universitario	Totale
Avellino	26,7	30,5	34,2	8,6	377.641
Benevento	23,0	30,2	36,1	10,7	247.763
Caserta	22,6	35,2	33,0	9,2	760.366
Napoli	25,1	38,4	28,3	8,3	2.538.987
Salerno	22,4	29,8	35,8	12,0	944.328

7 L'**indice di vecchiaia** è il rapporto percentuale tra la popolazione di 65 anni e più e la popolazione di 0-14 anni. L'**indice di dipendenza strutturale** è il rapporto tra la popolazione in età non attiva (0-14 anni e 65 anni e più) e la popolazione in età attiva (15-64 anni). L'**indice di dipendenza dei giovani** è il rapporto percentuale tra i giovani in età non lavorativa (0-14 anni) e la popolazione in età attiva (15-64 anni). L'**indice di dipendenza strutturale degli anziani** è il rapporto tra la popolazione di età 65 anni e più e la popolazione in età attiva (15-64 anni). L'**indice di ricambio** indica il rapporto percentuale tra coloro che stanno per lasciare il mondo del lavoro (60-64 anni), e coloro che vi stanno per entrare (15-19 anni). L'**indice di struttura** indica il grado di invecchiamento della popolazione attiva calcolato come rapporto percentuale tra la somma delle generazioni di popolazioni più vecchie ma ancora attive (40-64 anni di età) e le generazioni più giovani che saranno destinate a sostituirle (15-19 anni).

CAMPANIA	**24,2**	**35,2**	**31,3**	**9,3**	**4.869.084**
ITALIA	**22,5**	**31,9**	**34,5**	**11,2**	**51.819.881**

Fonte: Elaborazione Unioncamere su dati Istat Fonte: Istat

La sicurezza

Più basso il livello di criminalità il provincia di Avellino rispetto ai territori di riferimento, almeno come misurato dal numero di denunce di reati presentati. In provincia di Avellino risultano 10.585 delitti denunciati di cui il 32% circa è per furti e rapine e per il 68% per altri reati. Molto più alta la quota di denunce per i furti e le rapine sia in Campania e Mezzogiorno (45%) che mediamente in Italia (51%).

Con riferimento ai delitti in rapporto alla popolazione, poco più di 2.400 i delitti denunciati in Irpinia, contro gli oltre 3.500 in Campania e nel sud e i 4.300 in Italia.

Tabella 36 - N° delitti per territorio e popolazione

Province e territori	N. delitti denunciati Totale	- di cui % furti e rapine	- di cui % altri delitti	N. delitti denunciati/popolazione *100.000
Avellino	10.585	31,91	68,09	2.410,41
Campania	207.403	44,72	55,28	3.560,77
Mezzogiorno	750.837	45,69	54,31	3.595,72
Italia	2.621.019	50,67	49,33	4.343,73

Fonte: elaborazione su dati Istat

Ambiente

La provincia di Avellino si estende su una superficie di circa 2.800 kmq occupati per i due terzi da montagne e da colline per il restante territorio. Assenti quasi del tutto le aree di pianura. Data la favorevole posizione geografica, all'interno della regione Campania, fa da cerniera tra il Napoletano e le Puglie.

E' confinante con le province di Napoli (a occidente), di Salerno (a mezzogiorno), di Benevento (a nord ovest), di Foggia (a nord est), di Potenza (a est).

La configurazione del suolo è piuttosto varia ed è caratterizzata da un susseguirsi di monti e di valli; di conseguenza il clima e la flora variano notevolmente da zona a zona.

E' caratterizzata da un susseguirsi di monti e di valli; ha un clima continentale, rigido d'inverno e con notevoli escursioni termiche durante la stagione calda.

I monti irpini appartengono all'Appennino Napoletano. Le principali catene montuose sono quelle del Terminio e del Partenio. Nel gruppo del Terminio (o dei Monti Picentini) si trova la vetta più alta della provincia: il Cervialto (m 1809 s.l.m.).

I principali fiumi sono il Sele, l'Ofanto, il Calaggio, il Cervaro e il Calore con il suo affluente Sabato.

Data l'alta valenza ambientale sono presenti due Parchi Regionali (Monti Picentini e Partenio), numerose aree SIC (Siti d'Interesse comunitario) e di protezione e riserva.

Il territorio della provincia di Avellino nel Piano Territoriale Regionale viene suddiviso in sette Sistemi Territoriali di Sviluppo (STS):

A) **Sistemi a dominante naturalistica:** STS Partenio; STS Terminio Cervialto;

B) **Sistemi a dominante rurale-culturale:** STS Valle dell'Ufita; STS Alto Clanio;

C) **Sistemi a dominante rurale-manifatturiera:** STS Solofrana; STS Alta Irpinia;

D) **Sistemi urbani:** Sistema urbano di Avellino.

Il territorio della provincia di Avellino presenta notevoli elementi di attrattività dal punto di vista naturale, paesaggistico e ambientale. Una bassa antropizzazione si coniuga con una forte presenza di aree protette e colture di qualità (vini, olio, tartufi, castagne con numerosi marchi e riconoscimenti di qualità) che indicano una forte vocazione enogastronomica dell'Irpinia. Numerose le tradizioni popolari e i siti di interesse storico, archeologico e religioso.

Le politiche programmatiche territoriali dei diversi Enti coinvolti nella tutela dell'ambiente sono in larga parte orientate ad assicurare lo sviluppo sostenibile, a ridurre i rischi antropici ed a valorizzare il vasto patrimonio di risorse ambientali e culturali presenti sul territorio.

Anche la Camera di Commercio di Avellino è fortemente impegnata su questo fronte promuovendo iniziative volte ad incentivare le imprese locali con la certificazione ambientale ed all'utilizzo di fonti alternative di energia. A tal proposito si segnala l'ottenimento dell'Ambito Produttivo Omogeneo (EMAS II) per il Distretto Industriale di Solofra creato nel 2009 attraverso l'intervento "Marchio di eco compatibilità ambientale" promosso dall'Ente.

Le aree i distretti industriali

La provincia di Avellino si caratterizza con la presenza di nuclei industriali (aree attrezzate ex art. 32 della legge 219/81), di Aree di Sviluppo Industriale (ASI) e dai tradizionali distretti industriali presenti sul territorio.

Attualmente sono presenti nell'area della Provincia di Avellino:

- **9 nuclei industriali,** tutti gli agglomerati industriali sorti all'indomani del sisma del 1980, operano decine di imprese, con una rilevante quota nel comparto delle produzioni in metallo e delle apparecchiature meccaniche (Lioni-Nusco-Sant'Angelo, San Mango sul Calore, Porrara, Morra De Sanctis, Conza della Campania, Calitri, Calaggio, Calabritto, Nerico;
- **4 ASI - Aree di Sviluppo Industriali** (Pianodardine; Solofra; Valle Ufita, Valle Caudina);
- **2 distretti industriali** (il distretto della lavorazione delle pelli a Solofra; il distretto del tessile a Calitri).

Collegamenti stradali

L'Irpinia è facilmente raggiungibile mediante l'Autostrada A16 Napoli-Bari che l'attraversa in senso longitudinale. Ben sette caselli dell'A 16 sono presenti sul territorio irpino.

I principali corridoi interni sono rappresentati dall'Ofantina e dall'Ofantina bis, che tagliano il territorio irpino connettendo in particolare il Capoluogo con le aree della Basilicata, e la strada statale 90 "delle Puglie" corre parallela all'A16 Napoli Bari.

Per il resto si tratta in gran parte di strade statali e provinciali di collegamento intercomunale.

La rete ferroviaria è molto carente ed unisce il Capoluogo a Napoli, Benevento e Rocchetta S.Antonio in Puglia.

L'aeroporto di Capodichino (Napoli) è quello più vicino e dista circa 40 km dal Capoluogo irpino.

Il welfare e le politiche di tutela e salvaguardia delle categorie "deboli" e a rischio

In Irpinia le politiche di inclusione sociale e di prevenzione del rischio di esclusione sociale costituiscono fattori fondamentali per sviluppare un contesto favorevole per il capitale umano e sociale della provincia.

Nell'ambito del nuovo sistema di welfare gli enti Provincia, Comuni e Aziende sanitarie - ciascuno con le proprie competenze realizzano il coordinamento delle politiche sociali, socio-sanitarie e sanitarie.

Grazie alla Legge Regionale n. 11 del 23 ottobre 2007 "Legge per la dignità e la cittadinanza sociale" - con la quale la Regione Campania ha dato attuazione alla legge 328/2000 - si è inteso riformare il complesso del welfare locale costruendo, grazie all'integrazione ed alla gestione associata dei servizi offerti sul territorio, un sistema capace di garantire una gamma piu'completa di servizi ed un miglioramento della capacita' del sistema di attori locali di rispondere adeguatamente alle esigenze della popolazione locale.

Fondamentale, in tale ottica, l'esperienza dei Piani Sociali di Zona realizzati dai Comuni associati tra loro ai sensi della legge 328/2000, che attraverso la Delibera n. 320 del 03/07/2012 sono stati recentemente ristrutturati con l'intento di di avviare il processo di riallineamento tra ambiti e distretti, al fine di assicurare:

- l'erogazione di prestazioni e servizi integrati di cui al D.P.C.M. 29.11.2001,
- la coerenza tra gli strumenti programmatori "Programmi Attività Territoriali" (PAT) e "Piani di Zona" (PdZ) in termini di contenuti, di azioni, di tempi e di risorse dedicate,
- un adeguato utilizzo degli strumenti professionali di valutazione, redazione e gestione, degli interventi e dei piani personalizzati secondo il criterio dell'appropriatezza,
- la corretta applicazione del meccanismo della compartecipazione alla spesa al fine di consentire l'accesso ai sistemi di offerta sanitari, sociali e sociosanitari alle fasce più deboli della popolazione.

I Piani Sociali di Zona (PdZ) costituiscono lo strumento fondamentale per definire e costruire il sistema integrato di interventi e servizi sociali, ovvero di un sistema che mette in relazione i vari soggetti operanti sul territorio, istituzionali e non, con l'obiettivo di sviluppare e qualificare i servizi sociali per renderli flessibili e adeguati ai bisogni della popolazione.

I servizi erogati, svolti solitamente in collaborazione con organismi del terzo settore, coprono i diversi settori ed afferiscono alle seguenti aree: responsabilità familiari, diritti

dei minori, persone anziane contrasto alla povertà, disabili, dipendenze ed integrazione di soggetti svantaggiati

Il quadro normativo di riferimento

Le continue modifiche dello scenario normativo comportano un'attenzione costante dei compiti e funzioni affidati dal legislatore alle Camere di Commercio.

In primis, in termini di rilevanza in questo ambito, vanno ricordati i decreti legge sulla "spending review" che il Governo ha introdotto per dare concreta attuazione all'azione di risanamento dei conti pubblici, con misure straordinarie volte alla razionalizzazione e al contenimento della spesa pubblica. Si tratta in particolare di due provvedimenti (il decreto legge 7 maggio 2012, n. 52 (conv. in legge n. 94/2012) ed il decreto legge 6 luglio 2012, n. 95) che rappresentano vere e proprie manovre finanziarie ricche di novità per l'intero comparto pubblico ed in particolare per gli enti locali, destinate ad apportare radicali cambiamenti anche nell'assetto istituzionale degli enti.

Nel corso del 2011, invece, si sono avuti i primi riscontri applicativi delle modifiche apportate dal D.Lgs. 23/2010 alla legge sul riordinamento delle Camere di Commercio (L. 580/1993) in cui sono stati specificati parametri diversi in merito alla natura, alle funzioni, ai contesti normativi applicabili e a tutto ciò che riguarda la definizione e l'esercizio dell'attività dell'ente camerale.

I diversi interventi normativi volti a favorire la semplificazione amministrativa e l'informatizzazione della pubblica Amministrazione coinvolgono anche le Camere di Commercio obbligandole ad individuare ed adottare procedure di semplificazione e snellimento delle procedure amministrative agevolando e rendendo meno gravoso il rapporto con l'utenza, nello specifico con le imprese del territorio.

Nel corso di questi anni il Legislatore, infatti, ha profondamente inciso e innovato la normativa applicabile alla P.A., apportando sensibili e numerose innovazioni.

Anche per le Camere di Commercio il sistema normativo ha conosciuto in questi anni una notevole evoluzione, che si è sviluppata attraverso l'esaltazione dell'autonomia statutaria/regolamentare.

Difatti, attraverso la profonda trasformazione avvenuta con l'emanazione del Decreto Legislativo n.23 del 10 febbraio 2010 si è segnato un momento storico nel percorso delle Camere di Commercio: dopo l'ultima riforma organica – la Legge n. 580 del 1993 – gli Enti camerali hanno ricevuto una nuova cornice normativa che ne ha rivisto, potenziandoli e rafforzandoli, il ruolo tra le istituzioni, i compiti e le funzioni sul territorio, le modalità organizzative e la governance. Sono stati ridisegnati, in particolare, ruolo e strutture delle Camere di Commercio traendo spunti anche dalla regolamentazione delle autonomie locali ed incidendo a livello politico, economico ed istituzionale con l'attribuzione di specifiche funzioni.

Si ricorda, a tal proposito, l'approvazione - in esito alla pubblicazione in Gazzetta Ufficiale n.222 del 23 settembre 2011 dei regolamenti attuativi degli articoli 10, comma 3, e 12 della legge 29 dicembre 1993, n.580 così come modificata dal decreto legislativo 23 febbraio 2010, n.23 – del nuovo Statuto della Camera di Commercio di Avellino cui farà seguito l'aggiornamento dei Regolamenti camerali interessati.

Il decreto di riforma ha dato alle Camere un ruolo significativo ed una forte autonomia; da essa sono derivate l'attribuzione della generalità dei compiti di promozione e di supporto al sistema delle imprese e l'attribuzione dei nuovi compiti di regolazione del mercato, sottolineati dal decentramento amministrativo concretizzato con la riforma Bassanini.

Le Camere hanno così potuto assumere un ruolo centrale nell'amministrazione degli interessi delle imprese, sia rispetto all'amministrazione statale che a quella regionale.

L'attuazione del principio di sussidiarietà, le nuove discipline del diritto societario, del mercato del lavoro, dell'istruzione e formazione, della ricerca, delle infrastrutture, dell'internazionalizzazione, il processo di semplificazione amministrativa, il coinvolgimento nella regolamentazione e nel controllo dei mercati, rappresentano tutti settori nei quali le Camere di Commercio si sono viste affidare nuove e delicate funzioni.

Le tendenze evolutive non si sono fermate ed oggi è il momento dei processi di informatizzazione, il cui fulcro normativo fondamentale è costituito dal C.A.D. "Codice dell'Amministrazione Digitale" (D.Lgs. 235/2010 entrato in vigore il 25 gennaio 2011) con cui sono state apportate diverse modifiche al Codice dell'Amministrazione digitale di cui al D.Lgs. 82/2005 al fine di adeguare il processo di informatizzazione e digitalizzazione delle Pubblica Amministrazione alle innovazioni tecnologiche intervenute.

Con l'adozione del nuovo C.A.D. si è voluto dare ai cittadini e alle imprese, principali interlocutori delle Camere di Commercio, strumenti in grado di rendere più agevole il dialogo con le Pubbliche Amministrazioni. Queste ultime sono pertanto chiamate ad individuare ed adottare le necessarie soluzioni tecnologiche.

In particolare il Nuovo Codice dell'Amministrazione prevede:

utilizzo delle tecnologie informatiche e della comunicazione per la presentazione di istanze e dichiarazioni e per lo scambio di dati ed informazioni tra imprese e Pubbliche Amministrazioni;

utilizzo della Posta Elettronica Certificata (PEC) per le comunicazioni nei confronti dei soggetti che hanno dichiarato il proprio indirizzo PEC;

pubblicazione sui siti della pubblica Amministrazione dei moduli richiesti per i vari procedimenti amministrativi;

accessibilità delle informazioni di una banca dati accessibile in via telematica in possesso di una pubblica amministrazione alle altre amministrazioni mediante la stipula di apposite convenzioni.

Tutto ciò rientra nelle diverse normative del processo di riforma ed attraverso cui il legislatore mira al miglioramento dei servizi, alla miglior trasparenza dell'azione amministrativa, al potenziamento dei supporti conoscitivi per le decisioni pubbliche, al contenimento dei costi dell'azione amministrativa. Si intende creare una P.A. snella ed efficiente, più vicina a cittadini e imprese e in grado di erogare servizi di qualità in tempi rapidi.

Questo processo si è diviso in due fasi. Nella prima l'impegno del Governo e delle Amministrazioni si è soprattutto riversato nel riorientamento ai servizi, nello sviluppo

delle infrastrutture di base, nella diffusione di competenze informatiche fra i dipendenti e nell'attivazione di siti web quali canali di informazione.

Parallelamente hanno preso corpo singoli strumenti, quali la firma digitale, il protocollo informatico, la PEC che hanno reso possibile l'informatizzazione del rapporto fra P.A. ed utenti oltre che lo svolgimento delle attività interne.

La seconda fase, quella che stiamo vivendo, dovrà invece connotarsi per la piena valorizzazione degli investimenti già realizzati, per l'effettiva interoperabilità delle amministrazioni, per la più estesa erogazione dei servizi on-line e per la razionalizzazione del sistema nel suo complesso ai fini di risultati sempre più performanti.

Oggi, le Camere di Commercio rappresentano l'esempio più evoluto dell'agire digitale amministrativo e dovranno tendere al miglioramento continuo della propria efficienza ed attuare concretamente i principi chiave della riforma.

Inoltre, l'anno appena trascorso e la prima parte del 2013 si collocano in un periodo di importanti trasformazioni che hanno interessato e coinvolgeranno ancora a lungo l'intero comparto della Pubblica Amministrazione.

Il processo di riforma imposto dal D.Lgs. 27/10/2009, n. 150, recante "Attuazione della legge 4 marzo 2009, n. 15, in materia di ottimizzazione della produttività del lavoro pubblico e di efficienza e trasparenza delle pubbliche amministrazioni" ha dato il via ad un profondo rinnovamento nella rappresentazione ed interpretazione del concetto di misurazione e valutazione dei risultati rispetto agli obiettivi programmati e definiti, introducendo il cosiddetto "Ciclo di gestione della performance".

Particolare rilevanza ed impatto ha assunto proprio quest'ultima parola: "performance", introdotta dal D.Lgs. n. 150/2009 come definizione "globale" per misurare, valutare e premiare l'ottimizzazione del lavoro pubblico. La "performance" è intesa come il contributo, in termini di risultato e modalità di raggiungimento dello stesso, che i soggetti coinvolti – Ente nel suo complesso, unità organizzativa e singoli dipendenti – apportano attraverso la loro azione al raggiungimento delle finalità e degli obiettivi dell'Ente e, in ultima istanza, alla soddisfazione dell'utenza e degli stakeholder.

Gli obblighi di trasparenza e pubblicità delle pubbliche amministrazioni sono oggetto di continui e sempre più stringenti interventi legislativi.

La legge 6 novembre 2012, n. 190 recante "Disposizioni per la prevenzione dell'illegalità nella pubblica amministrazione" è entrata in vigore il 28 novembre 2012 a seguito della sua pubblicazione sulla Gazzetta ufficiale n. 265 del 13 novembre 2012.

Lo scopo di questo intervento normativo vuole essere quello di introdurre strumenti per la prevenzione e la repressione del fenomeno corruttivo nella pubblica amministrazione.

In base alla nuova norma le strategie di prevenzione e contrasto della corruzione devono essere determinate dall'azione sinergica di tre organi:

il Comitato Interministeriale, costituitosi il 16 gennaio u.s.che ha il compito di fornire le linee guida;

il Dipartimento della funzione pubblica, che opera come promotore di strategie della prevenzione e come coordinatore della loro attuazione;

la CIVIT, che in qualità di autorità nazionale anticorruzione ha il compito di verficare l'efficacia delle misure adottate ed il rispetto delle norme in materia di trasparenza.

Gli obblighi principali che la legge 190 impone a carico delle amministrazioni pubbliche sono essenzialmente due: l'adozione del piano triennale della prevenzione e la nomina del responsabile della prevenzione.

Da ultimo il d.lgs. 2013 n. 33 (in attuazione dell'art. 1, comma 35, della legge delega 6 novembre 2012 n. 190) ha riformato la materia in funzione di una maggiore trasparenza finalizzata alla lotta contro la corruzione. Sul punto è intervenuta anche la Circolare del Dipartimento della funzione pubblica 19 luglio 2013 n. 3.

L'obiettivo perseguito con l'approvazione del decreto è quello di rafforzare lo strumento della trasparenza, che rappresenta una misura fondamentale per la prevenzione della corruzione, e riordinare in unico corpo normativo le numerose disposizioni vigenti in materia di obblghi di trasparenza e pubblicità a carico delle pubbliche amministrazioni.

Innanzitutto, il d.lgs. n. 33/2013 obbliga tutte le pubbliche amministrazioni a predisporre nel proprio sito web una apposita sezione rubricata "Amministrazione trasparente" nel quale pubblicare tutti i dati e le informazioni concernenti l'organizzazione e le attività, ed inoltre riconosce ai cittadini un ruolo attivo per contribuire al cambiamento.

Novità significativa del d.lgs. n. 33/2013 è il riconoscimento del diritto di accesso civico, strumento che riconosce un ruolo attivo al cittadino per contribuire al cambiamento organizzativo sotteso a tutta la normativa in materia di prevenzione della corruzione.

In materia di pianificazione economica finanziaria il d.lgs 31 maggio 2011, n. 91 ed il suo decreto attuativo 27 marzo 2013, introducono delle significative novità sulle modalità di redazione dei documenti di bilancio ispirate per un verso dalle esigenze di garantire un'armonizzazione dei documenti contabili delle amministrazioni pubbliche e dall'altro un più stretto collegamento con la programma strategica che trova nel ciclo della perfomance la sua realizzazione.

Andando nello specifico delle singole aree della Camera, ci sono tutta una serie di normative che vanno ad impattare sulle singole attività e delle quali si riportano a seguire solo alcune delle principali:

Comunicazione PEC per le imprese individuali:

Nel 2012 è stato dato un grosso impulso alla diffusione della PEC (Posta Elettronica Certificata), in particolare, secondo quanto stabilito ai commi 1 e 2 dell'art 5, della legge 17 dicembre 2012, n.221 di conversione del D.L. 18 ottobre 2012, n. 179, l'obbligo di indicare il proprio indirizzo di posta elettronica certificata (PEC) da parte delle imprese individuali che presentano domanda di prima iscrizione al registro delle Imprese o all'Albo delle imprese artigiane, decorreva dal 20 dicembre (e non più dal 20 ottobre 2012, come previsto dal D.L. n. 179/2012).

Le imprese individuali attive e non soggette a procedura concorsuale, erano tenute a depositare, presso l'ufficio del Registro delle Imprese competente, il proprio indirizzo di

PEC entro il 30 giugno 2013 (e non più entro il 31 dicembre 2013, come previsto originariamente dal medesimo D.L. n. 179/2012).

Inoltre, per quanto riguarda gli indirizzi pec comunicati, non sono validi quelli pec.gov, trattandosi di indirizzo utilizzabile solo per comunicazioni tra la PA ed il cittadino e, dunque, non idonei a fungere da domicilio elettronico dell'impresa per comunicazioni tra questa, altre imprese e professionisti. In tal senso si è pronunciato anche il tribunale di Milano in funzione di Giudice del Registro delle Imprese, in data 27/05/2013. La previsione dell'obbligo per le imprese individuali di dotarsi di una casella di poste certificata e di iscriverla nel R.I., si collega perfettamente con l'istituzione dell'Indice Nazionale degli indirizzi di Posta Elettronica Certificata delle imprese e dei professionisti (INI-PEC) presso il MISE, con la finalità di favorire la presentazione di istanze e dichiarazioni, nonché lo scambio di informazioni e documenti tra la pubblica amministrazione e le imprese ed i professionisti in modalità telematica.

L'indice è realizzato ed implementato anche, e soprattutto, attraverso gli elenchi di indirizzi PEC già esistenti presso il Registro delle Imprese, in aggiunta a quelli esistenti press gli Ordini o Collegi professionali, per cui è evidente quanto sia importante l'aggiornamento costante di questa tipologia di comunicazioni nel registro delle imprese.

A dicembre 2012 le imprese individuali iscritte erano 27.931, di cui 27.402 attive: a settembre 2013 l'ufficio ha ricevuto all'incirca 23.500 pratiche e ne ha evase oltre 20.000.

Procedure concorsuali

Molte le novità anche in materia di procedure concorsuali, la legge di stabilità del 24/12/2012 n° 228, entrata in vigore l'1/1/2013, ha introdotto l'obbligo per il curatore, il commissario giudiziale nominato a norma dell'art 163 del regio decreto 16 marzo 1942 n.267, il commissario liquidatore ed il commissario giudiziale nominato a norma dell'art 8 del decreto legislativo 8 luglio 1999. n..270, di comunicare al R.I. ai fini dell'iscrizione, entro 10 giorni dalla nomina (e non dall'accettazione), il proprio indirizzo di Posta Elettronica Certificata, al fine di renderlo noto a chiunque fosse interessato.

Tale adempimento non si sostituisce all'obbligo previsto dall'art 29 comma 6 del decreto legge 78/2010, convertito con modificazioni dalla legge 122/2010, in base al quale il curatore fallimentare deve comunicare, entro 15 giorni dall'accettazione della carica tutti i dati identificativi del fallimento, ai fini dell'eventuale insinuazione al passivo della procedura concorsuale. Sono cambiate anche le regole per depositare i ricorsi per l'insinuazione nel passivo fallimentare, infatti i ricorsi devono essere inoltrati, a pena di irricevibilità, proprio alla PEC del curatore e non più per raccomandata a/r alla cancelleria fallimentare: questo, nei fatti, ha portato anche alla necessità di rivedere l'organizzazione delle attività dell'ufficio Tributi.

Antimafia

A seguito dell'entrata in vigore del decreto legislativo del 15/11/2012, n.218 che ha abrogato il dpr 03.06.1998, n.252 , la Camera di Commercio non è più competente al rilascio dei certificati R:I. integrati con la dicitura antimafia né al privato che si presenta allo sportello né alle pubbliche amministrazioni o ai privati gestori di pubblici servizi.

La certificazione antimafia, pertanto, dovrà essere richiesta alle Prefetture. Inoltre, considerato che ai sensi della legge 183/2011 le PP. AA. nonché i gestori di pubblici servizi non possono più chiedere ai cittadini alcun tipo di certificato (antimafia compreso), solo gli Enti Pubblici e/o i soggetti equiparati, potranno farne richiesta.

Meccatronica

La legge 11 dicembre 2012, n.224, pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale n.297 del 21 dicembre 2012, reca modifiche importanti alla disciplina dell'attività di autoriparazione. In particolare, con l'art. 1, sono state unificate, in una nuova categoria, detta "meccatronica" , le due preesistenti attività di meccanico-motorista e di elettrauto.

Viene previsto anche che le Regioni e Province autonome, entro sei mesi, dovranno adeguare i programmi e le modalità di svolgimento dei corsi di formazione alle nuove disposizioni.

La legge è entrata in vigore il 5 gennaio 2013, ma reca anche delle disposizioni transitorie:

1) Per le imprese già iscritte ed abilitate sia all'attività di meccanica e motoristica, sia a quella di elettrauto,ai sensi della normativa previgente, sono abilitate di diritto allo svolgimento della nuova attività di meccatronica;

2) Le imprese già iscritte ed abilitate alle attività di meccanica e motoristica o a quella di elettrauto, possono proseguire le rispettive attività per i cinque anni successivi alla medesima data.

Società a responsabilità limitata semplificata e Società a capitale ridotto

Il Decreto Legge del 28 giugno 2013, n. 76 "Primi interventi urgenti per la promozione dell'occupazione, in particolare giovanile, della coesione sociale, nonché in materia di imposta sul valore aggiunto e altre misure finanziarie urgenti" (cd. Decreto Lavoro), convertito nella legge 99/2013, pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale del 22 agosto 2013, ha abolito la Srlcr (società a responsabilità limitata con capitale ridotto), mentre ha apportato notevoli innovazioni nella disciplina delle Srls (società a responsabilità limitata semplificata), in particolare:

abolizione del limite dei 35 anni per i soci ai fini della costituzione di una srl semplificata.

rimozione del divieto di cessione delle quote a soggetti di età superiore a 35 anni;

è stato previsto che gli amministratori possano essere scelti anche tra soggetti non soci.

La srl semplificata poneva alcuni vantaggi per la sua costituzione ovvero un regime agevolato per quanto concerne il capitale sociale che poteva essere fissato a partire da 1 euro fino ad un massimo di 10 mila, e minori costi di avvio che esoneravano i soggetti dal pagamento dell'imposta di bollo e del compenso del notaio.

Si trattava di una forma societaria che poco si discostava da quella a capitale ridotto se no, appunto, per il vincolo dell'età, per l'acquisizione di uno statuto standard e per la figura degli amministratori che non potevano essere soggetti al di fuori della compagine sociale.

Con questo provvedimento, si è voluto sostanzialmente unificare il tutto in una sola ragione sociale anche per rispondere ai numerosi quesiti circa l'evoluzione della semplificata una volta superati i 35 anni.

Per le nuove Srls, resterà fermo l'atto costitutivo standard, i soci dovranno essere sempre persone fisiche, la denominazione sarà "società a responsabilità limitata semplificata", il capitale sociale potrà essere minimo 1 euro e massimo 10 mila ma con l'aggiunta delle nuove variabili ovvero nessun limite d'età e amministratori anche estranei alla società. Circa le spese notarili e il diritto di bollo, questi saranno gratuiti a meno che non si sfori dal modello standard redatto dal Ministero.

Le srl con capitale inferiore ai 10.000 euro

Con specifico riferimento alle srl è ora prevista la loro costituzione con capitale inferiore a 10.000 euro, con alcune specifiche limitazioni: impossibilità di effettuare conferimenti diversi dal denaro, necessità di versare interamente nelle mani degli amministratori della società i conferimenti in denaro, necessità di destinare a riserva legale una somma pari ad un quinto degli utili netti risultanti dal bilancio di ogni esercizio, fino a quando il patrimonio netto della società non abbia raggiuntola soglia di 10mila euro. Quest'ultima riserva può essere utilizzata solo per imputarla a capitale sociale o per la copertura di eventuali perdite e deve essere sempre reintegrata in tutti i casi in cui risulta diminuita per qualsiasi ragione.

I nuovi conferimenti nella srl.

Alcune importanti novità riguardano poi, in generale, le srl, anche se aventi capitale superiore ai 10.000 euro. Nello specifico, il nuovo art 2464 c.c. non prevede più che alla sottoscrizione dell'atto costitutivo venga versato presso una banca il 25% dei conferimenti in denaro, ma richiede che il 25% dei conferimenti sia versato all'organo amministrativo nominato nell'atto costitutivo. Sarà inoltre lo stesso atto costitutivo ad indicare quali devono essere i mezzi di pagamento.

Start UP Innovative

Il "decreto lavoro" ha inoltre modificato l'art. 25 del D.L. 179/2012 in relazione ai requisiti delle sturt-up innovative.

In particolare:

i soci possono ora essere indifferentemente persone fisiche o giuridiche senza alcun vincolo;

è stato abbassato dal 20 al 15 % l'importo delle spese di ricerca e di sviluppo rispetto al maggior valore fra costo e valore totale della produzione;

viene introdotta una nuova possibilità di rientrare nel regime agevolato alle società con almeno i 2/3 della forza lavoro costituita da persone in possesso di laurea magistrale;

viene estesa la possibilità di essere riconosciute start-up innovative alle società titolari9 di un software originario registrato presso il Registro Pubblico speciale per programmi per elaboratore.

Tutte queste novità impattano sull'attività del R.I., chiamato ad effettuare una parte dei controlli relativi al possesso e/o alla permanenza dei requisiti da parte della sturt-up innovative.

Agenti e Rappresentanti di commercio, Mediatori e Spedizionieri

Con decreto del 23.04.2013 (pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 108 del 10/05/2013) il Ministro dello Sviluppo Economico ha prorogato i termini per effettuare l'aggiornamento dei dati delle posizioni iscritte nei soppressi ruoli agenti e rappresentanti di commercio, mediatori e spedizionieri, fissando tale termine al 30 settembre 2013 (il precedente termine era del 12 maggio 2013). L'aggiornamento permette il trasferimento dei requisiti dal soppresso ruolo al Registro delle Imprese.

I decreti del Ministero dello Sviluppo Economico (entrati in vigore il 12 maggio 2012) che hanno soppresso i ruoli mediatori, agenti e rappresentanti di commercio e spedizionieri, hanno anche stabilito che le imprese che svolgono l'attività di mediazione, agenzia e rappresentanza di commercio e spedizione e le persone fisiche iscritte nei rispettivi ruoli soppressi, ma che non svolgono l'attività, devono provvedere a depositare al Registro Imprese, entro il 30 settembre 2013, le seguenti comunicazioni/denunce:

1) I soggetti persone fisiche che risultano iscritti nei rispettivi ruoli ma non svolgono attualmente attività di mediazione o di agenzia e rappresentanza possono iscriversi entro il 30 settembre 2013 nell'apposita sezione REA al fine di mantenere nel tempo il requisito professionale (tale adempimento non riguarda gli spedizionieri); in caso di mancata iscrizione entro il termine indicato non sarà più possibile iscriversi nell'apposita sezione, tuttavia l'iscrizione nel soppresso ruolo costituirà requisito professionale per iniziare l'attività nei 4 anni (mediatori) o nei 5 anni (per gli agenti e rappresentanti) successivi all'entrata in vigore dei decreti;

2) I soggetti, persone fisiche e società, iscritti nei ruoli mediatori, agenti e rappresentanti ed elenco spedizionieri che hanno avviato la relativa attività (e quindi sono iscritti e attivi anche al Registro Imprese) devono comunicare entro il 30 settembre 2013 al Registro Imprese i dati aggiornati delle sedi ed unità locali e dei soggetti abilitati che svolgono l'attività per conto dell'impresa. La mancata comunicazione entro tale termine comporta l'inibizione dell'attività.

Sindaco unico

La legge di stabilità per il 2012 (l. n.183 del 12/11/11), aveva introdotto notevoli modifiche nella disciplina degli organi di controllo delle Spa ed Srl, prevedendo la possibilità, al ricorrere di determinate condizioni, di sostituire il Collegio Sindacale inteso come organo collegiale con un Sindaco unico.

L'intervento normativo, tuttavia, era alquanto lacunoso e conseguentemente, si è reso necessario perfezionare le nuove disposizioni con un nuovo intervento legislativo, dato dall'art 35 del Dl n.5/12 successivamente convertito in Legge n. 35/12

La legge di conversione n. 35/2012 , in vigore dal 10 febbraio 2012, non ha confermato quanto previsto dal DL n.5/2012 ed ha proceduto all'abrogazione del comma 3 dell'art 2397 c.c. introdotto dalla legge 183/2011.

Nelle Spa, prima delle recenti modifiche, la nomina del collegio sindacale e del revisore legale era obbligatoria a prescindere da qualsiasi parametro dimensionale.

Il DL semplificazioni, invece ha consentito la nomina del sindaco unico alle c.d. "piccole Spa" in assenza di una disposizione statutaria che non consenta di adottare la figura dell'organo monocratico.

Quindi, nella Spa, la nomina del Sindaco unico è possibile se:

lo statuto non impedisca l'adozione di questa forma dell'organo di controllo, cioè non deve impedire la nomina del Sindaco Unico, vale a dire prevedere il solo collegio sindacale;

la società deve trovarsi nelle condizioni di predisporre il bilancio di esercizio in forma abbreviata.

Resta che la funzione di revisione legale può essere attribuita al Sindaco unico (o al Collegio sindacale), se lo statuto contiene un'esplicita previsione in tal senso.

Nelle Srl: il legislatore,con il DL semplificazioni, ha previsto che, la funzione di controllo sulla gestione venga esercitata, di default, da un organo uni personale e non più da un collegio.

Anche in questo caso è prevista una certa flessibilità statutaria, poiché è ammesso che lo statuto disponga diversamente, prevedendo la possibilità di nominare un organo pluripersonale in sostituzione del Sindaco Unico.

Nelle srl le modificazioni riguardano non solo la numerosità dei componenti dell'organo di controllo ma anche le funzioni dello stesso. In dette società viene, infatti stabilito che l'atto costitutivo possa prevedere, determinandone le competenze ed i poteri, ivi compresa la revisione legale dei conti, la nomina di un organo di controllo o di un revisore. Ne deriva che sarà la stessa società (quando abbia un capitale sociale pario o superiore ai 120.000 euro, superi i limiti per la redazione del bilancio in forma abbreviata, sia tenuta alla redazione del consolidato o controlli una società a sua volta obbligata al controllo legale dei conti) a stabilire nell'atto costitutivo a quali controlli sottoporsi. Essa potrà, quindi, scegliere se nominare un organo di controllo (unipersonale) che svolga le funzioni di sindaco con annesse funzioni di revisione legale dei conti o se nominare esclusivamente un revisore , ovviamente delegato solo ai controlli contabili.

Queste disposizioni, come è evidente, impattano in maniera forte sull'attività dell'ufficio che, in fase di istruttoria, può trovarsi a dover esaminare gli statuti, per valutare la possibilità o meno di nominare un sindaco unico.

Mediazione

In particolare, per quanto concerne la Mediazione, la Corte Costituzionale con sentenza 272 del 2012 aveva dichiarato l'illegittimità costituzionale della "mediazione obbligatoria", per eccesso di delega, ma il D.L. 69/2013, come modificato dalle l. 98/2013 pubblicata sulla G.U. 20/08/2013 reintroduce la mediazione obbligatoria a partire dal 21 settembre 2013 e, al tempo stesso, apporta significative novità alla disciplina della mediazione. E' stata modificata la nozione stessa di mediazione, eliminata l'obbligatorietà per le controversie aventi ad oggetto il risarcimento del danno derivante dalla circolazione dei veicoli, stabilita la competenza "territoriale" dell'Organismo di Mediazione, previste l'assistenza obbligatoria degli avvocati nelle ipotesi in cui il tentativo di mediazione è condizione di procedibilità. In effetti è stata prevista una sperimentazione di quattro anni ed è chiaro che si tratta di una grossa opportunità per il sistema delle Camere di Commercio che avranno modo di impegnarsi per rilanciare il servizio e dimostrarne l'utilità e l'efficacia. Questo comporterà nell'immediato, la necessità di riorganizzare il servizio, di riprendere il controllo sulla formazione e sulla qualità dei mediatori.

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 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 al grande numero dei suoi imprenditori 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 Agenzie di sistema (Infocamere, Ecocerved, Jobcamere, etc.), 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 è 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, quale organismo indispensabile 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.

4.2 ANALISI DEL CONTESTO INTERNO

La struttura organizzativa della Camera

La Camera di Commercio di Avellino, così come disposto dalla Deliberazione n° 6/71 adottata dalla Giunta camerale nella seduta del 31 ottobre 2008, 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, rappresenta la struttura organizzativa dell'Ente in funzione dei servizi erogati e da erogare.

Si riporta lo schema del vigente organigramma dell'Ente così come approvato con deliberazione n.6/71 del 31.10.2008 e ss.mm..

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 ex UPICA	**Promozione e Agricoltura**	**Metrologia Legale e Conciliazione/Mediazione Albi, Ruoli e Licenze Speciali**
Contabilità e Bilancio	**Protesti, Marchi, Brevetti**	**Tributi**
Provveditorato		**Vigilanza**

A seguire sono elencate le attribuzioni di ciascuna Area.

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 – Segreteria commissione di vigilanza sulla cassa di previdenza
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'inventano
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
Commissione degustazione ed Elenco tecnici degustatori
Protesti cambiari
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 e Gestione Sanzioni Amministrative
Segreteria CPA
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 (ex Upica)

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

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** dove sono ubicati gli uffici della Presidenza e della Segreteria Generale, nonché quelli della gestione interna dell'amministrazione. Presso la sede di Piazza Duomo è presente anche una sala convegni con una capienza di 108 posti.
- la **sede operativa** della Camera è in **Viale Cassitto 7**, dove si trovano gli sportelli aperti al pubblico dei servizi anagrafico-certificativi e di tutti gli altri erogati dalla Camera. In Viale Cassitto 7, si trova anche Area Impresa con gli sportelli credito e finanza, studi e statistica ed internazionalizzazione.

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.

Infatti, il sistema informatico della Camera di Commercio di Avellino 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 come 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.

La connessione ad Internet avviene utilizzando la rete InfoCamere mediante proxy e il nodo di interconnessione alla rete pubblica è gestito dalla società stessa, con tutte le garanzie derivanti dal rispetto di un'adeguata politica della sicurezza, che prevede l'uso di firewall, di antivirus e il divieto di installare modem sui p.c. camerali in rete; il sistema Camerale deve garantire ad InfoCamere il rispetto di precise regole tramite sottoscrizione di un documento programmatico della sicurezza.

Nel corso del 2011 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.

La Camera di Commercio di Avellino dispone dei seguenti server aziendali:

- n° 3 server windows 2008: provvedono allo scambio di informazioni e replica per l'*Active Directory* (AD) in simultanea. In questo modo, in caso di *disaster recovery*, il recupero di informazioni di fondamentale importanza, relative all'AD è totale
- Questi Domain Controller sono 2 Virtuali inseriti nella infrastruttura ESX (situati in via Cassitto) e 1 Domain Controller Fisico (situato via Cassitto)
- n° 1 server linux per la gestione della intranet della Camera di Commercio

Infrastruttura VDI:

- Server ESX: il server principale dell'infrastruttura VDI che ospita tutte le macchine VIRTUALI client e Server
- n° 2 server VDI Domain Controller che effettuano lo scambio di informazioni e replica l'*Active Directory* (AD) . In questo modo, in caso di *disaster recovery*, il recupero di informazioni di fondamentale importanza, relative all'AD è totale.

Tramite il servizio DHCP effettuano, inoltre, la fornitura degli indirizzi IP alle macchine Virtuali.

- Un Storage di rete (CIFS NETAPP) dove sono presenti gli archivi comuni della CCIAA

L'utilizzo dei server aziendali permette un interscambio completo di informazioni e risorse da parte dei dipendenti camerali; ogni dipendente, autenticandosi tramite *user-id* e *password*, accede alle risorse condivise autorizzate con i profili definiti dall'Amministratore

L'utilizzo dei server aziendali permette un interscambio completo di informazioni e risorse da parte dei dipendenti camerali; ogni dipendente, autenticandosi tramite *user-id* e *password*, accede alle risorse condivise autorizzate con i profili definiti dall'Amministratore.

Ogni dipendente, come già evidenziato in precedenza, è dotato di un computer e una stampante nonché di una casella di posta elettronica, di una PEC e accesso internet.

La politica dell'Ente per la gestione dell'infrastruttura ICT e delle periferiche connesse è quella di pianificare l'aggiornamento e la sostituzione ciclica sulla base di criteri di obsolescenza tecnologica e di ammortamento economico.

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.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.

Le risorse umane

Il personale in servizio e le sue principali caratteristiche

Alla data del 31.12.2013 presso la Camera si evidenziano in servizio n. 40 dipendenti oltre il Segretario Generale unico Dirigente, per complessive 41 unità, una in meno dell'anno precedente, a seguito della cessazione dal servizio per pensionamento di un'unità avvenuta dal 1 giugno 2013.

Si segnala che, nell'ultimo quinquennio, il numero del personale in servizio si presenta in flessione: - 5 unità in cifre assolute e - 14% in termini percentuali.

Personale della Camera di Commercio di Avellino per tipologia, anni 2009, 2010, 2011, 2012,2013

CATEGORIA PERSONALE	2009	2010	2011	2012	2013
Dirigenza	1	1	1	1	1
D	13	12	12	13	13
C	16	14	14	14	13
B	10	9	11	11	11
A	4	4	3	3	3
Totale	44	40	41	42	41

L'analisi per genere del personale rileva che a fine anno 2012, le 42 unità di personale sono per il 51% maschi (22 unità, una in più del 2011) e per il 49% (20 unità) donne.

Anche la distribuzione dei dipendenti per qualifica non presenta grosse novità nel raffronto 2011-2012.

I dipendenti della CCIAA di Avellino distinti per categoria

CATEGORIA PERSONALE	2012	2013	Valori Percentuali 2012	Valori Percentuali 2013
D	13	13	32	32
C	14	13	35	35
B	11	11	26	26
A	3	3	7	7
TOTALE	41	40	100	100

La situazione attuale mostra una superiorità delle categoria C che occupa il 35% del personale; il restante 32% appartiene alla categoria D, il 26% appartiene alla categoria B e il 7% 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; l'assunzione per mobilità effettuata nel 2012 è compresa nella fascia 30-39.

Il personale distribuito per classi di età

ETA'	2012	2013
30-39	4	1
40-49	13	14
0-59	19	20
60 e più	6	5
Totale	41	40

Nessun dipendente ha meno di 30 anni d'età; soltanto 1 dipendente ha meno di 40 anni, 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 (50% del totale).

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

Personale per anzianità di servizio distinti in fasce d'età, Anni 2011-2012 - dati assoluti e percentuali

ANZIANITÀ DI SERVIZIO	2012	2013	Valori Percentuali 2012	Valori Percentuali 2013
0-5 anni	5	2	11%	5%
6-10 anni	1	3	3%	7%
11-15 anni	3	4	8%	9%
16-20 anni	8	7	20%	18%
21-25 anni	9	9	22%	23%
26-30 anni	8	8	20%	21%
31-35 anni	2	2	5%	5%
36-40 anni	2	2	4%	5%
41 anni e oltre	3	3	7%	8%
TOTALE	42	41	100%	100%

Ritroviamo così tre macrocategorie di personale: il gruppo di coloro che hanno fino a 15 anni di servizio (22%), la quota più numerosa di dipendenti con un'anzianità da 16 a 30 anni (62%) e la categoria di coloro che vantano più di trent'anni di servizio e quindi sono prossimi al collocamento a riposo (18%).

Dalla distribuzione dei dipendenti per titolo di studio emerge che il 26% dei dipendenti è in possesso della laurea, il 66% del diploma d'istruzione di 2° grado ed l'7% della scuola dell'obbligo.

Personale per titolo di studio, Anni 2011-2012 - dati assoluti e percentuali

TITOLO DI STUDIO	2012	2013	Valori percentuali 2011	Valori percentuali 2012
Scuola dell'obbligo	3	3	7%	7%
Media superiore	28	27	67%	67%
Laurea	11	11	26%	26%
TOTALE	42	41	100%	100%

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 2013- dati assoluti e percentuali

TITOLO DI STUDIO	uomini	donne	%	%
Scuola dell'obbligo	2	1	5%	5%
Media superiore	15	12	68%	65%
Laurea	6	5	27%	30%
TOTALE	22	20	100%	100%

Le assenze del personale

Nel 2012 sono state contate, incluse le ferie, n. 1905 giornate di assenza del personale. Rispetto all'anno precedente si è registrata una diminuzione di 95 giornate in valore assoluto. Senza considerare le ferie, le assenze sono state complessivamente pari a 571 giornate, ossia 195 in meno del 2011.

In media le assenze per ferie sono pari 30,7 gg, per malattia 3,97 gg e permessi 9,5 gg, mentre le assenze totali sono pari a 45,35 gg e quelle senza ferie sono circa 13,5 gg.

Assenze del personale per tipologia, Anni 2011-2012 - dati assoluti

TIPOLOGIA	2012 totale	2013 totale	Media 2012	Media 2013
Ferie	1334	1263	31,76	30,08
Malattia	167	260	3,97	6,34
Permessi	403	209	9,59	5,09
Scioperi	1	0	0,02	

Totale assenze	1905	1732	45,35	41,51
Assenze senza ferie	571	469	13,59	11,43

L'analisi dei dati per tipologia di assenze evidenzia che la diminuzione totale è legata ad un numero minore di assenze per permessi retribuiti (-194 giornate) – maternità, congedo parentale, malattia figlio, legge 104/92, altri permessi retribuiti.

Il costo del personale anno 2012

Il costo complessivo annuo del personale della Camera di Commercio – senza considerare le quote annuali di accantonamento al TFS o TFR - si è attestato nel 2012 su €.1.908.036,00 .

Riguardo agli oneri stipendiali si segnala il permanere nel 2012 dell'indennità di vacanza contrattuale secondo le misure rese note dalla Ragioneria Generale dello Stato, in assenza di rinnovo contrattuale.

Relativamente alle indennità si segnala, in particolare, la diminuzione dei costi relativi alle voci retribuzioni di risultato, arretrati anni precedenti e altre indennità ed un aumento della voce compensi produttività.

Riguardo agli "altri oneri", continua la diminuzione delle spese di "assegni familiari", delle spese per "formazione", per "benessere", per "missioni" e per le "coperture assicurative".

Costo del personale per tipologia di spesa, Conto annuale - Anni 2009, 2010, 2011 - dati assoluti

VOCE	2010	2011	2012
ONERI STIPENDIALI			
1. STIPENDIO	850.735,00	883.232,00	920.295,00
1. VACANZA CONTRATT.	4.277,00	6.646,00	6.923,00
2. RIA/PROG. ECON.	29.183,00	30.649,00	31.198,00
3. TREDICESIMA	83.011,00	85.168,00	88.794,00
4. ARRETRATI ANNO	7.065,00		4.220,00
5. ARRETRATI PREC	11.465,00		9,365,00
6. RECUPERI	138,00	1.591,00	151,00
TOTALE ONERI STIPENDIALI	**985.598,00**	**997.458,00**	**1.060.644,00**
INDENNITA'			
7. RETRIB. POSIZIONE	102.657,00	102.657,00	102.656,00
8. RETRIB. RISULTATO	31.138,00	23.424,00	23.424,00
9. INDENNITA' COMPARTO	20.092,00	20.696,00	21.682,00
10. IND. RISCHI E DISAGI	5.443,00	7.653,00	3.473,00
11. FONDO RESPONS.	8.653,00	9.389,00	9.093,00
12. COMPENSI PRODUTTIVITA'	38.724,00	86.337,00	90.503,00
13. ARRETR. ANNI PREC.	7.792,00		65,00
1. ALTRE INDENNITA'	49.730,00	28.386,00	5.080,00
14. STRAORDINARIO	43.676,00	45.469,00	61.200,00
TOTALE INDENNITA'	**307.905,00**	**324.011,00**	**317.176,00**
ALTRI ONERI			
15. ASSEGNI NUCLEO FAM	7.589,00	7.047,00	11.458,00
SOMME RIMBORSATE AMMINISTRAZIONI	2.639,00		53.397,00

16.	CONTRIBUTI A CARICO AMMINISTRAZIONE	329.458,00	340.785,00	336.891,00
17.	IRAP	114.848,00	118.442,00	117.115,00
18.	MISSIONI	49.201,00	43.074,00	30.034,00
19.	BUONI PASTO	79.665,00	94.908,00	123.099,00
20.	FORMAZIONE	50.662,00	5.840,00	8.312,00
21.	BENESSERE	8.478,00	6.798,00	7.038,00
22.	COPERTURE ASSICUR	10.667,00	4.165,00	22.666,00
	TOTALE ALTRI ONERI	**642.979,00**	**614.012,00**	**603.216,00**
	TOTALE COSTO DEL LAVORO	**1.936.482,00**	**1.935.481,00**	**1.981.036,00**

Le risorse economiche ed i dati di bilancio

Per quanto concerne l'analisi dei principali dati di bilancio a consuntivo l'Ente chiude il 2012, per la parte di gestione corrente, con un disavanzo minore di circa 600.000,00 euro rispetto oltre 1 milione di euro del 2011.

Il disavanzo della gestione corrente viene annullato dalla gestione straordinaria e dai proventi finanziari, difatti il bilancio di esercizio 2012 si chiude con un avanzo di amministrazione pari a 30.171,69 euro.

Dati di bilancio Gestione corrente	**Consuntivo al 31/12/2011**	**Consuntivo anno 2012**	**Valore % su proventi correnti 2012**
PROVENTI CORRENTI			
Diritto Annuale	7.272.858,22	7.261.737,65	76,3%
Diritto di Segreteria	1.584.347,95	1.560.764,93	16%
Contributi trasferimenti e altre entrate	833.598,71	671.269,26	6%
Proventi da gestione di beni e servizi	132.714.22	89.587.00	0.9%
Variazioni delle rimanenze	92.424,49	85.011,65	0,8%
TOTALE PROVENTI CORRENTI (A)	9.731.094,61	9.498.347,19	
			Valore % su oneri correnti 2012
Spese per il personale	1.755.766,03	1.852.888,81	18,5%
Spese di funzionamento	2.308.033,02	2.142.856,65	21,2%
economici			
Ammortamenti e accantonamenti	2.962.324,02	2.523.890,98	24,9%
TOTALE ONERI CORRENTI (B)	**10.781.059,31**	10.102.330,62	
Risultato gestione corrente (A-B)	-1.049.964,70	-603.983,43	

5. OBIETTIVI STRATEGICI

5.1 LA PROGRAMMAZIONE STRATEGICA

Le strategie di intervento per il 2011-2015

L'Amministrazione camerale ha posto al centro della sua attenzione il sistema delle imprese e lo sviluppo dell'economia locale, secondo la "*mission* camerale" individuata dalla legge 580/1993, come riformata dal recente Decreto Legislativo n. 23 del 15.2.2010.

Si può così sintetizzare tale mission "L'Ente pone alla sua attenzione il sistema delle imprese e lo sviluppo dell'economia locale attraverso il miglioramento continuo, la semplificazione e l'innovazione dei servizi offerti".

Per perseguire la sua "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.

La Camera di Commercio di Avellino è, in tale ottica, ancora più vicina alle imprese e pronta a coglierne le necessità attraverso l'implementazione di quanto disposto dal Decreto legislativo 150/2009 per la promozione di politiche di innovazione dirette al miglioramento della qualità dei servizi pubblici, dell'efficacia, efficienza ed economicità delle Pubbliche amministrazioni.

In ordine ai bisogni rilevati dall'analisi del contesto e del territorio in cui la Camera opera, nonché in continuità con l'azione di sviluppo fino al momento esercitata, le priorità camerali per il 2011-2015 sono state individuate come segue:

Priorità A. Favorire il consolidamento e lo sviluppo del sistema economico locale

Priorità B. Sostenere la competitività delle imprese

Priorità C. Valorizzazione economica del territorio

Priorità D. L'informazione economico-statistica e le politiche del territorio

Priorità E. Miglioramento nell'accesso e nella fruizione dei servizi camerali

Priorità F. Semplificazione dell'azione amministrativa ed *e-government*

Priorità G. Promozione degli strumenti di regolazione del mercato e di ADR

Priorità H. Benessere organizzativo interno e sviluppo professionale del personale

Priorità I. Innovazione normativa e miglioramento continuo dei servizi

Le priorità sono state approvate e fatte proprie attraverso l'adozione del Programma pluriennale nel 2010.

A partire dalle linee strategiche d'indirizzo approvate, la Camera di Commercio di Avellino ha sviluppato un complesso sistema di natura gestionale che ha come scopo quello di rispondere ad una serie di esigenze sia interne che esterne all'ente. Nel sistema vi sono strumenti integrati, in maniera più o meno strutturata, nel sistema di controllo e misurazione delle performance della CCIAA di Avellino che permettono, da un lato di

ottenere maggiori informazioni sui servizi camerali, dall'altro di utilizzare quest'ultime all'interno dei processi di programmazione e controllo delle singole aree della struttura coinvolte.

A questi servizi si aggiunge, poi, una sezione dedicata al monitoraggio di aspetti che riguardano l'Ente Camerale nel suo complesso e che fanno riferimento prevalentemente all'andamento economico e finanziario della gestione, nonché alla politica di ripartizione del personale tra i servizi camerali.

Tutto ciò ha consentito alla Camera di Commercio di Avellino di ottenere importanti benefici tra i quali citiamo:

•il supporto alla definizione degli obiettivi strategici, attraverso il confronto con organizzazioni simili e, dunque, con un riferimento a condizioni realistiche;

•lo stimolo verso un processo di autovalutazione ed apprendimento continuo;

•il supporto reso dalle performance rilevate ai fini della definizione degli standard attesi (programmazione e valutazione del dirigente);

•il miglioramento di alcune criticità rilevate durante il processo di analisi dei risultati del confronto;

•la diffusione tra il personale camerale della conoscenza e della cultura della valutazione e del controllo.

Nel quadro della missione che la Camera di Commercio di Avellino persegue assumono particolare importanza i valori, i principi etici che guidano l'operato della Camera, il paradigma di riferimento in cui essa si riconosce, tutti elementi che orientano le scelte strategiche, le linee politiche e i comportamenti:

•funzionalità, efficacia, efficienza, economicità di gestione, per il perseguimento dei migliori risultati possibili date le risorse a disposizione;

•garanzia dell'imparzialità e della semplificazione dell'azione amministrativa e della trasparenza, anche attraverso la comunicazione interna ed esterna della politica dell'Ente;

•professionalità, responsabilità e pari opportunità tra uomini e donne;

•qualità dell'azione amministrativa e dei servizi resi.

Le linee strategiche prioritarie dell'azione camerale per il 2014

A partire dalle priorità indicate nel programma pluriennale si è proceduto alla loro definizione come segue.

ELENCO LINEE STRATEGICHE PRIORITARIE 2014

•Priorità strategica I - Favorire la competitività e promuovere l'impresa ed il territorio nel mondo;

•Priorità strategica II - Sostegno all'innovazione e miglioramento continuo dei servizi per favorire le imprese;

•Priorità strategica III - Promuovere il rinnovamento della Camera;

La **"mappa strategica"** aggiornata per il 2014 è la seguente.

Priorità strategica I - Favorire la competitività e promuovere l'impresa ed il territorio nel mondo

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

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

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

Priorità 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.

Azioni trasversali

- Comunicazione
- Bandi di contributi
- Formazione alle imprese

In tale ottica le Priorità strategiche dell'azione camerale per il 2014 recepiscono anche la struttura ed il metodo di lavoro da seguire, che si basa sull'individuazione di tre aree prioritarie di intervento - cui si affiancano azioni trasversali alle precedenti - alle quali sono ricondotti specifici obiettivi strategici che rispettano specularmente le priorità del programma pluriennale.

Le nuove priorità afferiscono, inoltre, alle aree funzionali dell'Ente e sono in linea con il nuovo quadro programmatorio triennale del sistema camerale, recependone le indicazioni di massima e la struttura già adottata attraverso il Piano della Performance 2013-2015 dell'Ente.

Indirizzi strategici per il triennio 2014-2016

Si delinea a seguire uno schema di sintesi del quadro della programmazione strategica 2014-16.

AREA STRATEGICA 2014-2016	OBIETTIVO STRATEGICO	Priorità strategiche Programma Pluriennale
I. FAVORIRE LA COMPETITIVITÀ E PROMUOVERE L'IMPRESA ED IL TERRITORIO NEL MONDO	IA	Agevolare la nascita delle imprese, il potenziamento e lo sviluppo del sistema economico locale
	IB	Promuovere la competitività delle imprese
	IC	Valorizzazione economica del territorio
	ID	L'informazione economico-statistica e le politiche del territorio
II. SOSTEGNO ALL'INNOVAZIONE, SEMPLIFICAZIONE E MIGLIORAMENTO CONTINUO DEI SERVIZI PER FAVORIRE LE IMPRESE	IIA	Innalzamento dei livelli di accesso e fruizione dei servizi camerali
	IIB	Razionalizzazione dell'azione amministrativa ed e-government
	IIC	Incentivare gli strumenti di regolazione del mercato e di ADR
III.PROMUOVERE IL RINNOVAMENTO DELLA CAMERA	IIIA	Benessere organizzativo interno e crescita professionale del personale
	IIIB	Aggiornamento normativo ed evoluzione continua dei servizi interni
AZIONI TRASVERSALI (Comunicazione, Bandi di contributi, Formazione alle imprese)		

5.2 OBIETTIVI STRATEGICI

Si descrivono a seguire le tre Priorità strategiche che coincidono con le Aree strategiche della Performance dell'Ente riportando per ciascuna gli Obiettivi strategici/programmi d'intervento.

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

In questi anni di profonda crisi, in un clima di particolare incertezza e di sfiducia che ormai si respira nel nostro paese, 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.
Come già in passato sostenuto e praticato dallo stesso Ente camerale, 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.

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.

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

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 tralascia **l'internazionalizzazione delle imprese favorendo l'accesso e l'espansione delle imprese sui mercati esteri**, supportando la naturale inclinazione delle imprese irpine all'apertura internazionale attraverso la fornitura di servizi di assistenza, informazione e promozione. Accanto ai servizi di base per l'avvicinamento ai mercati esteri saranno erogati servizi di assistenza specialistica per incrementare l'efficacia dell'azione promozionale e ad assistere le imprese nel concretizzare accordi di collaborazione con partner esteri.

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

Inoltre, la crisi economica attualmente in corso impone di prestare una **particolare attenzione all'osservazione dei cambiamenti** in atto e dei nuovi fenomeni emergenti.

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 sostengo dello sviluppo economico e sociale: in tal senso si intende fornire tutto l'adeguato **sostegno di studi e di informazione economica statistica.**

Tra gli obiettivi strategici della **priorità di intervento** rientrano:

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

OBIETTIVO STRATEGICO

I 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** e - di fronte alla grave crisi che ha colpito il sistema economico internazionale - deve considerare che le imprese irpine stanno attraversando una crisi senza precedenti, affrontando situazioni di mercato molto difficili.

Molte chiusure d'imprese rappresentano meno occupazione e reddito per l'intero sistema economico 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.

In tal senso si vogliono supportare iniziative a sostegno della nuova imprenditorialità, all'incremento della solidità della struttura economica locale, alla creazione di reti di imprese, magari innovative, ed al supporto dei centri d'eccellenza che favoriscono lo sviluppo del sistema economico provinciale.

In particolare per il **2014** la Camera intende sostenere le nuove imprese giovanili, viste come anello portante dell'ammordenamento e dello sviluppo del sistema produttivo provinciale, anche lanciando l'iniziativa di un **premio per le giovani imprese,** per far conoscere esperienze impreditoriali di successo che possano avere un impatto sulla partecipazione dei giovani alla crescita economica.

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.

Per la realizzazione di questo obiettivo strategico, per il **2014** la Camera intende iniziare il percorso di organizzazione del servizio denominato tutor d'impresa. Questa nuova figura

avrà come precipuo compito quello di assistere le imprese, in particolare quelle appena costituite, dall'avvio alla conclusione dei procedimenti amministrativi riguardanti le attività camerali, curando le informazioni sulle normative applicabili e sugli adempimenti richiesti per l'esercizio delle attività. Il tutor dovrà rappresentare un anello di congiunzione tra l'impresa e il mondo camerale ed in generale con im mondo PA, un riferimento a cui potersi rivolgere e da cui ricevere supporto ed informazioni.

Un altro canale che la Camera intende promuovere per il **2014** con riferimento a questo specifico obiettivo è la realizzazione di un **proprio progetto start – up impresa**, rivolto alle nuove iniziative progettuali, anche nel **settore terziario**, che oltre a fornire i consueti servizi di start – up quali assistenza nello sviluppo del progetto di impresa, elaborazione del business plan, raccordo col sistema del credito e microcredito e costituzione di società possa prevedere anche l'**erogazione di un contributo economico**.

OBIETTIVO STRATEGICO
II A - 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.

Le iniziative previste all'interno di questa linea d'azione, sono dunque dedicate al duplice obiettivo di favorire e promuovere l'aggregazione tra le imprese attraverso lo strumento delle **reti d'impresa**, e di dare **supporto all'internazionalizzazione** per la promozione del sistema locale delle imprese candidando fortemente la Camera di commercio a "caselli d'entrata" delle imprese irpine sui mercati internazionali.

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

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.

Ill **2014** sarà l'anno in cui verranno avviate le attività in previsione dell'**Esposizione universale** che si terrà a Milano dal 1° maggio al 31 ottobre del 2015 e alla quale si prevede parteciperanno 130 paesi e circa 20 milioni di visitatori. Sarà necessario cominciare a pianificare le modalità con cui la Camera di Avellino intende rappresentare al meglio il sistema imprenditoriale irpino e le sue eccellenze.

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.

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

Un altro canale di intervento è dedicato alla **sostenibilità sia ambientale che sociale** dell'impresa attraverso iniziative di supporto ed informazione.

La situazione di difficoltà economica spinge le imprese a non investire e quindi a non ridurre il proprio fabbisogno finanziario ma la realtà è che le attuali onerose condizioni per ottenere denaro in prestito e le difficoltà oggettive per accedere al credito non favoriscono un rapporto fisiologico tra il mondo delle imprese e quello delle banche. In questo senso un altro canale di intervento che la Camera intende perseguire per il **2014** è quello di agevolare e favorire l'accesso al **credito** delle imprese irpine.

Un altro punto su cui la Camera intende puntare per il **2014** è il concetto di legalità quale elemento di competitività delle imprese irpine.

Il costo dell'illegalità è sopportato dai cittadini e dagli imprenditori onesti in termini di opportunità negate, di diritti cancellati e di servizi non erogati.

In questo senso la Camera di Avellino nel corso del **2014** con lo "**Sportello per la Legalità**" in collaborazione con l'Associazione "Libera", mira a fornire un punto di ascolto e di orientamento proprio sul tema della legalità, rivolto alle vittime anche solo potenziali, di fenomeni quali il racket, l'usura le estorsioni.

Sempre riferendosi al tema della legalità, nel corso del 2014 la Camera intende portare a regime le attività previste dal Protocollo d'Intesa siglato il 4 di ottobre di quest'anno con la Prefettura di Avellino, con il quale la Camera di Commercio ha messo a disposizione delle forze dell'ordine il proprio patrimonio informativo ed i suoi strumenti tecnologici di monitoraggio ed informazione più avanzati quali:Ri.visual,Ri.build ed In.balance.

OBIETTIVO STRATEGICO
IC - 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 innovativi 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 DOP e IGP, perseguendo la cultura della qualificazione quale leva più idonea ad assicurare sviluppo e sostenibilità all'economia territoriale.

In particolare nel settore turistico, oltre a pensare a percorsi tesi a valorizzare alcune vocazioni specifiche (si pensi al turismo enogastronomico ed ambientale) unitamente alla crescita della qualità dell'offerta ricettiva, la Camera nel 2014 intende sostenere e programmare iniziative che riguardino sia il filone del turismo genealogico o del ritorno alle origini, che quello culturale.

In particolare puntare sul turismo del ritorno alle origini, che per esempio negli Stati Uniti ha già un suo radicamento e che in Italia è appena agli inizi, rappresenta un'occasione interessante da cogliere per una provincia come quella irpina che nel corso della sua storia ha registrato flussi emigratori molto consistenti.

OBIETTIVO STRATEGICO
ID - 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.

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

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

Inoltre, si vuole consolidare il ruolo dell'Ente come propositore e partner nelle politiche del territorio.

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

La riforma delle Camere di Commercio inserisce tra le competenze esplicite la promozione dell'innovazione ed il trasferimento tecnologico.

Vista l'attuale situazione economica, caratterizzata da incertezza e instabilità, si ritiene fondamentale coniugare le risorse a sostegno della competitività del sistema imprenditoriale con un una linea strategica che preveda interventi volti a rispondere con tempestività ed efficacia alle situazioni di emergenza.

In tale ottica il **sostegno all'innovazione diventa il fattore chiave** per condurre l'impresa ed il sistema economico verso la realizzazione degli obiettivi di uno sviluppo durevole e sostenibile, strumento indispensabile per mettere in pratica nuove idee capaci di condurre allo sviluppo di tecnologie, ma anche di processi e di prodotti da cui possa derivare il progressivo miglioramento dei sistemi sociali, ambientali ed economici.

La competitività e l'innovazione insieme, difatti, possono **contribuire ad accrescere la capacità innovativa della nostra provincia** in quanto strumenti della società avanzata, capaci di produrre uno sviluppo sostenibile e un'economia sociale di mercato.

Ma non si può innovare ed essere competitivi senza **semplificare i rapporti tra le imprese e la PA (e dunque anche la CCIAA)** - nel rispetto dei continui interventi legislativi volti a ridurre il carico degli adempimenti amministrativi ed a semplificare l'azione amministrativa - anche alla luce della legge di riforma delle Camere di Commercio che ci assegna, tra l'altro, la funzione di promuovere, singolarmente o in forma associata, la semplificazione delle procedure per l'avvio e lo svolgimento di attività economiche.

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 della semplificazione, diminuendo il più possibile il peso della burocrazia sulle nostre imprese, proponendo l'Ente camerale – in stretto raccordo con il mondo associativo – come protagonista dei processi di innovazione per rendere efficienti i rapporti con le imprese.

In questo ambito trovano ulteriore significato le attività per un'efficiente messa a regime e consolidamento dello 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.

Si ricorda, in merito, la partecipazione al Progetto Europeo SPOCS per la semplificazione delle procedure transfrontaliere per aprire un impresa all'estero - cui la Camera di commercio è partner privilegiato in qualità di pilota italiano - iniziativa volta al recepimento anche in Italia della direttiva servizi con l'obiettivo di abbattere gli ostacoli alla concorrenza e di favorire la libera circolazione dei prestatori e dei destinatari di servizi con l'abolizione di regimi autorizzatori, nonché dei relativi albi, ruoli, registri.

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. Val la pena segnalare che con provvedimento del 21 maggio 2011, la Camera di Commercio di Avellino è stata **iscritta al n. 345 del Registro degli Organismi di Mediazione** tenuto presso il Ministero, quindi è abilitata a svolgere la mediazione ed è a pieno regime dal 1° settembre.

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.

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:

- **II A . Evoluzione dei livelli di accesso e fruizione dei servizi camerali**
- **II B . Razionalizzazione dell'azione amministrativa ed e-government**
- **II C . Incentivare gli strumenti di regolazione del mercato e di ADR**

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

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

Nel corso del 2014 in particolare si mirerà principalmente a:

•migliorare la percezione del ruolo della Camera di Commercio sul territorio e rafforzarne l'immagine attraverso la realizzazione di interventi coordinati, omogenei e uniformi;

•coordinare la divulgazione dell'informazione di base sui servizi camerali, con particolare riguardo a quelli più innovativi a sostegno delle imprese, attraverso il potenziamento del servizio già in essere, grazie ad una piattaforma tecnologica che consente alle imprese, ai professionisti, alle associazioni di categoria, agli Enti locali, di ricevere notizie ed informazioni su iniziative provenienti dalla Camera di Commercio di Avellino, sulla base delle caratteristiche e degli interessi espressi dai soggetti richiedenti;

•monitorare il grado di soddisfazione dell'utenza.

OBIETTIVO STRATEGICO
II B – RAZIONALIZZAZIONE DELL'AZIONE AMMINISTRATIVA ED E-GOVERNMENT

E' necessario semplificare la vita alle imprese: vanno in questa prospettiva le attività per un'efficiente messa a regime e consolidamento del SUAP (sportello unico delle attività produttive) e della Direttiva servizi.

Difatti, al fine di incidere in misura rilevante sullo sviluppo del sistema imprenditoriale locale, l'Ente continuerà ad adoperarsi su tali temi anche attraverso l'adozione di procedure chiare e semplificate e mediante sinergie tra gli stessi enti pubblici.

In quest'ottica, 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 96 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, infatti 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.

Ciò comporterà **ulteriori impegni dell'Ente verso la sua digitalizzazione**, nonostante la Camera di Commercio di Avellino sia già da tempo adoperata per diffondere strumenti informatici quali posta elettronica certificata e dispositivi digitali di autenticazione e di firma, idonei a snellire i rapporti tra le Pubbliche Amministrazioni e tra queste e i cittadini nonché a garantire un più agevole esercizio del diritto di accesso ai servizi pubblici. Si ricorda in tale ambito che sono già in fase di avanzata realizzazione i servizi relativi alla Business key, ovvero di promozione dell'attività svolta dagli I.R. (Incaricati della Registrazione) informatizzati su dispositivi di firma digitale, e che è in corso di implementazione la convenzione con i Comuni su Telemaco - servizio che permette di accedere, tramite Internet, al patrimonio informativo del Registro Imprese italiano e di quello europeo (EBR - *European Business Register*).

Inoltre si sta spingendo sempre di più il servizio di risposta all'utenza via posta elettronica attraverso la mail registro.imprese@av.camcom.it al fine di promuovere un'informazione celere e qualificata agli utenti dell'Ente, che sarà migliorato anche attraverso l'implementazione di una sezione dedicata alle FAQ sul sito web istituzionale.

Un'altra linea di intervento nell'ambito di questo obiettivo per il **2014** dovrà essere l'avvio delle attività finalizzate all'**ottenimento della certificazione di qualità del Registro Imprese,** con l'intento di ricevere da un Ente terzo a ciò deputato un riconoscimento che possa dare garanzie sempre maggiori in termini di trasparenza, correttezza, standardizzazione delle procedure di gestione del Registro Imprese e del suo patrimonio informativo, tenendo presente che allo state dell'arte le Camere di Commercio con un Registro delle Imprese certificato sono pochissime.

OBIETTIVO STRATEGICO
II C - PROMOZIONE DEGLI STRUMENTI DI REGOLAZIONE DEL MERCATO E DI ADR

In questo settore, la **Camera di commercio ha un rilievo difficilmente rintracciabile nel panorama del sistema pubblico nazionale**, con attività a favore della correttezza degli scambi: dalla funzione di vigilanza e controllo sui prodotti e per la metrologia legale e rilascio dei certificati di origine delle merci, al ruolo della Borsa merci Telematica, alle raccolte degli usi e delle consuetudini.

La legge, difatti, attribuisce alle Camere di Commercio numerosi compiti nel campo della trasparenza del mercato e della tutela del consumatore, in particolare la linea d'intervento rientra tra le seguenti competenze della Camera di commercio di cui all'Art. 2 del Decreto Legislativo n. 23 del 15.2.2010 di riforma delle Camere di commercio:

g) costituzione di commissioni arbitrali e conciliative per la risoluzione delle controversie tra imprese e tra imprese e consumatori e utenti;

h) predisposizione di contratti-tipo tra imprese, loro associazioni e associazioni di tutela degli interessi dei consumatori e degli utenti;

i) promozione di forme di controllo sulla presenza di clausole inique inserite nei contratti;

l) vigilanza e controllo sui prodotti e per la metrologia legale e rilascio dei certificati d'origine delle merci;

Va, pertanto, **sostenuto e valorizzato il posizionamento ottenuto con la Riforma** a partire dalle **funzioni di garanzia e trasparenza svolta dalla Camera**, che va 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.

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

In particolare nel corso del 2014 la Camera intraprenderà delle iniziative volte alla formazione specifica degli arbitri e di informazione sulla nuova mediazione civile e sulle sue potenzialità così come è stata rivisitata dal cosidetto "decreto del fare" d.legge 21 giugno 2013 n. 69.

Nel corso del 2014 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 III
PROMUOVERE IL RINNOVAMENTO DELLA CAMERA

Con l'emanazione del Decreto Legislativo n° 53 del 10 febbraio 2010 si è segnato un momento storico nel percorso delle camere di commercio: dopo l'ultima riforma organica – la Legge n. 580 del 1993 – gli Enti camerali hanno ricevuto una **nuova cornice normativa** che ne ha rivisto, potenziandoli e rafforzandoli, il ruolo tra le istituzioni, i compiti e le funzioni sul territorio, le modalità organizzative e la governance.

La riforma delle Camere di commercio è testimonianza che è in atto una **trasformazione nei rapporti tra le diverse componenti e forze economiche e sociali** da cui emerge che è crescente il bisogno 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 suo interno ma anche verso la società che la circonda.

E' pertanto necessario che l'Ente persegui il processo di rinnovamento già in atto, ove cambia il rapporto fra soggetti economici e pubblica amministrazione e nasce l'esigenza di un **nuovo "tipo" di amministrazione**: un'amministrazione non più legata all'idea di sportello o di certificato, ma che si basa sull'informatica e il monitoraggio in tempo reale, e quindi in grado di agire sui propri servizi interni prima di quelli che vanno all'esterno verso le imprese ed i cittadini.

Un'amministrazione in costante evoluzione attraverso i cambiamenti imposti dall'innovazione normativa e dal perseguimento del miglioramento continuo dei servizi interni all'Ente al fine di essere **continuamente vicina ad un mondo imprenditoriale sempre più digitalizzato** e che si rafforza nei rapporti di rete con tutti gli *stakeholders*.

Un'organizzazione che si muove innescando continui processi di analisi del proprio livello di diversificazione dei servizi e di rendimento nell'erogazione degli stessi, e che accompagna tale analisi ad un'apertura al confronto con strutture in tutto simili alla propria, affronta nel giusto modo il percorso che conduce alla piena conoscenza ed al miglioramento di sé.

Le iniziative previste in questa linea programmatica sono, pertanto, dedicate al **perseguimento degli obiettivi di autoriforma**, anche cogliendo appieno le opportunità legate allo svolgimento di servizi in forma associata.

Fra le ulteriori novità di carattere normativo di diretto interesse per la camera di commercio, si evidenzia il d. lgs 31 maggio 2011 n. 91 con il decreto attuativo del Ministero dell'Economia e delle Finanze 27 marzo 2013 in materia di armonizzazione della finanza pubblica ha previsto una disciplina omogenea dei procedimenti di programmazione, gestione, rendicontazione e controllo introducendo delle significative novità sulle quali nel corso della presente Relazione s è già discusso.

Inoltre, così come previsto dalla L.150/2009, è si è data attivazione al "**ciclo della performance**" volto al miglioramento della qualità dei servizi offerti dalle amministrazioni

pubbliche, nonché alla crescita delle competenze professionali, attraverso la valorizzazione del merito e l'erogazione dei premi per i risultati perseguiti dai singoli e dalle unità organizzative in un quadro di pari opportunità di diritti e doveri, trasparenza dei risultati delle amministrazioni pubbliche e delle risorse impiegate per il loro perseguimento.

Ma molti sono i **vincoli alla realizzazione** di tutto ciò, vincoli di cui si deve tenere conto nella loro attuazione, tra cui si ricorda che l'attuazione del **processo di rinnovamento non deve generare ulteriori oneri per l'amministrazione** e la necessità di garantire un livello di tutela adeguato per tutta la collettività.

Non ultimo va segnalata la **limitatezza delle risorse umane**, bene al tempo stesso prezioso e scarso, su cui si lavora con riguardo alle motivazioni e alle attese di coloro che operano nell'Ente ai fini dell'efficienza organizzativa e gestionale - efficienza che include l'obiettivo di riuscire a cogliere e riconoscere, anche economicamente, le differenze di valore professionale che realisticamente sono presenti nell'organizzazione.

La stessa struttura organizzativa deve essere indirizzata adeguatamente a svolgere attività e servizi più utili ed innovativi, in funzione del rilancio della competitività del territorio.

In questo percorso bisogna saper **cogliere gli spunti migliori e più innovativi che la riforma della P.A.,** introdotta nel novembre 2009, contiene e mette a disposizione per intraprendere in modo nuovo il cammino di rinnovamento della Camera.

Il programma 2014 dovrà dare quindi **ulteriore slancio alla crescita ed al rinnovamento dell'ente 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.

OBIETTIVO STRATEGICO

III A - BENESSERE ORGANIZZATIVO INTERNO E SVILUPPO PROFESSIONALE DEL PERSONALE

Ragionare di benessere organizzativo e patrimonio professionale del personale della Camera vuol dire **interrogarsi sull'*asset* più rilevante per il successo dell'organizzazione** stessa. Quali 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; la Camera, infatti, può cogliere tali opportunità solo entro limiti percentuali dei risparmi derivanti dalle cessazioni dal lavoro verificatesi nell'anno precedente.

In quest'ottica l'istituto della mobilità si rivela essenziale per far fronte alle difficoltà connesse con la copertura dei fabbisogni professionali nel vigente contesto generale di limitazione delle assunzioni.
Alla luce delle suesposte motivazioni ed in considerazione delle cessazioni dal servizio intervenute nel 2012, nel 2013 e di quelle che interverranno nel 2014, si rende necessario avviare a inizio anno 2014 delle procedure di selezione di personale per mobilità intercompartimentale.

L'Ente ha già avviato un **nuovo modello gestionale** che valuta l'impatto che la continua riorganizzazione del lavoro ha non solo sulla struttura, sulle procedure e sui servizi offerti agli utenti, ma anche sull'immagine, sul clima relazionale e sui valori adottati.

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.

OBIETTIVO STRATEGICO

III B - INNOVAZIONE NORMATIVA E MIGLIORAMENTO CONTINUO DEI SERVIZI INTERNI

La recente 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.

In questa nuova identità che viene riconosciuta e legittimata necessita che la Camera di Commercio di Avellino prenda sempre più parte alle dinamiche territoriali sia con riguardo alle politiche di sviluppo provinciale che attraverso un continuo miglioramento dei servizi.

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 - impongono 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".

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

OBIETTIVI STRATEGICI	OBIETTIVI OPERATIVI
IA) 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
IB) 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
IC) VALORIZZAZIONE ECONOMICA DEL TERRITORIO	Sostegno alle produzioni artigianali ed agroalimentari tipiche della provincia e loro valorizzazione
	Sostegno alla valorizzare delle risorse turistiche, culturali e ambientali del territorio come fattore di sviluppo economico
ID) L'INFORMAZIONE ECONOMICO STATISTICA E LE POLITICHE DEL TERRITORIO	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 II - SOSTEGNO ALL'INNOVAZIONE, SEMPLIFICAZIONE E MIGLIORAMENTO CONTINUO DEI SERVIZI PER FAVORIRE LE IMPRESE

OBIETTIVI STRATEGICI	OBIETTIVI OPERATIVI
IIA) 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
IIB) SEMPLIFICAZIONE AMMINISTRATIVA ED E-GOVERNMENT	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
	Miglioramento e promozione della qualità delle banche dati informatiche tenute dalla Camera di Commercio e sfruttare le 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 *e-government* per la PA digitale, anche a livello europeo
	Iniziative per garantire la corretta conservazione sostitutiva dei documenti informatici
G) 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 III

PROMUOVERE IL RINNOVAMENTO DELLA CAMERA

OBIETTIVI STRATEGICI	OBIETTIVI OPERATIVI
H) 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
I) 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

AZIONI TRASVERSALI

COMUNICAZIONE

BANDI DI CONTRIBUTI

FORMAZIONE

AZIONI TRASVERSALI

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 volte 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 2014.

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 lo strumento di trasparenza e diritto all'informazione.

Per il raggiungimento degli obiettivi sinora descritti obiettivi sarà, pertanto, fondamentale **rafforzare ulteriormente la comunicazione all'esterno** delle iniziative e delle peculiarità dell'Ente camerale.

La Camera di Commercio ha, quindi, il compito di sviluppare e implementare un modello di comunicazione interna/esterna basato sulle parole chiave del rapporto tra l'Ente e l'Utenza: partecipazione, accesso, informazione, trasparenza.

Rientrano in quest'ambito tutte **le azioni volte a comunicare i servizi e le attività dell'Ente**, tra cui il sito web istituzionale che dovrà essere ulteriormente incrementato e implementato alla luce delle nuove disposizioni con particolare riguardo alle "Linee Guida per i siti Web della P.A." previste dalla Direttiva del 26.11.2009, n° 8 del Ministero per la Pubblica amministrazione e l'innovazione: tali linee Guida prevedono che i siti web delle pubbliche Amministrazioni debbono 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 innovative nell'ambito del vasto progetto di riforma della Pubblica Amministrazione impongono, difatti, alla Camera una **comunicazione esterna basata sui principi della trasparenza e dell'accessibilità alle informazioni dall'intera collettività**. Accanto al diritto di ogni cittadino di accedere a tutti i documenti amministrativi, così come previsto dalla legge 241/1990, e al dovere posto dalla legge 69/2009 in capo alle pubbliche amministrazioni di rendere conoscibili alla collettività alcune tipologie di atti e informazioni, attraverso supporti informatici, rilievo centrale assume la nuova nozione di trasparenza introdotta nell'ordinamento dall'articolo 11 del d. lg. n. 150 del 2009.

La trasparenza "*è intesa come accessibilità totale (...) delle informazioni concernenti ogni aspetto dell'organizzazione, degli indicatori relativi agli andamenti gestionali e all'utilizzo delle risorse per il perseguimento delle funzioni istituzionali, dei risultati dell'attività di misurazione e valutazione (...)*" (articolo 11, comma 1).

L'accessibilità totale presuppone, invece, l'accesso da parte dell'intera collettività a tutte le "informazioni pubbliche", secondo il paradigma della "libertà di informazione" dell'*open government* di origine statunitense. Una tale disciplina è idonea a radicare, se non sempre un diritto in senso tecnico, una posizione qualificata e diffusa in capo a ciascun utente, rispetto all'azione delle pubbliche amministrazioni, con il principale "*scopo di favorire forme diffuse di controllo del rispetto dei principi di buon andamento e imparzialità*" (articolo 11, comma 1, del decreto).

In quest'ambito una generale sistemazione della materia è stata fatta dal d.lgs. 33/2013 recante **„Riordino della disciplina riguardante gli obblighi di pubblicita', trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle pubbliche amministrazioni" che ha introdotto significative novità ta le quali il diritto di accesso civico, una chiara indicazione delle informazioni che ogni pubblica ammnistrazione deve fornire all'esterno e così via dicendo.**

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 attività costituisce un'importante **azione d'intervento trasversale** dell'Ente da perseguire nella consapevolezza di dover rispondere alle esigenze delle imprese in modo sempre più innovativo ed efficace e rendere conto della propria missione istituzionale.

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 svolge anche funzioni di supporto e di promozione degli interessi generali delle imprese e delle economie locali.

L'Ente Camerale definisce un programma di interventi per lo sviluppo del sistema delle imprese nell'ambito dell'economia provinciale 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 nel partecipare direttamente 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 del clima di crisi le iniziative del 2014 saranno focalizzate unicamente in coerenza alle priorità individuate per l'anno in corso, soprattutto con riferimento alla nascita di nuove imprese per dar nuova linfa vitale al sistema imprenditoriale provinciale attraverso il sostegno della nuova imprenditorialità giovanile e femminile.

Più in generale la concessione dei contributi sarà concessa nel rispetto della normativa comunitaria concernente il *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 uno 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*.

Il programma formativo sarà, pertanto, rivolto anche ad aspiranti imprenditori, con particolare riferimento al target giovanile e femminile - per l'approfondimento di problematiche inerenti l'apertura di un'attività economica e la sua gestione - appartenenti ai diversi settori economici, ivi compresa la cooperazione nonché per aspiranti imprenditori e figure professionali che abbiano rapporti con le categorie imprenditoriali.

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.

Si terranno in considerazione sia le sollecitazioni delle Associazioni di categoria che i risultati annuali derivanti dal **Progetto Excelsior** per individuare e soddisfare il fabbisogno di specifiche professionalità a livello provinciale; saranno stimolate ulteriormente le forme di alternanza scuola/lavoro volte a favorire un più rapido ingresso dei giovani discenti nelle aziende, attraverso tirocini e stage.

Bisogna aggiungere che in questa linea d'intervento, pertanto, vi sono anche tutte le attività che si svolgeranno di concerto con le scuole e le università, così come previsto tra i principali compiti delle Camere.

I corsi, workshop e seminari potranno riguardare anche argomenti e materie che contribuiscono alla crescita della "cultura" d'impresa.

Rientrano in queste attività anche la concentrazione in percorsi specialistici di azioni di trasferimento delle competenze sulla base di specifici fabbisogni aziendali strategici con l'adeguato coinvolgimento di Università ed altri attori istituzionali rilevanti, ovvero del sistema camerale.

6.2 SCHEDE DI PROGRAMMAZIONE

Si veda l'allegato n. 4

6.3 OBIETTIVI ASSEGNATI AL PERSONALE DIRIGENZIALE

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, annualmente il Segretario Generale predispone il Piano della Performance, sulla base delle indicazioni fornite dagli organi di indirizzo, coinvolgendo il management dell'Ente Camerale.

Il Segretario Generale è l'unica figura dirigenziale dell'Ente Camerale di Avellino.

Afferisce 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 viene 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.

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 amminmistrazioni con l'intento di consentire un coordinamento della finanza pubblica attraverso una disiciplina omogenea dei procediementi di programmazione, gestione, rendicontazione e controllo.

In attuazione dell'articolo 16 del citato decreto è stato 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 voluto dettare 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 entro il 31 dicembre 2013 dovranno approvare 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 il D. Lgs. 150/09 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.

L'attuazione avverrà utilizzando:

- le prassi, le metodologie e le esperienze già maturate dalla Camera di commercio in materia di pianificazione e controllo.
- le disposizioni e le linee guida contenuti nel d.lgs n. 150 del 2009, coordinato con il DPR. n. 254 del 2005 e nelle delibere emanate dalla Commissione per la Valutazione, la Trasparenza, e l'Integrità delle Amministrative Pubbliche;
- le linee guida realizzate all'interno della azioni maturate nel Sistema Camerale e coordinate dall'Unioncamere Nazionale.

Nel corso del 2013 il Piano delle Performance sarà oggetto di monitoraggio costante, 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.

Progressivamente, potrà essere oggetto di revisione l'intero Sistema di misurazione e valutazione delle performance, adottato lo scorso anno al fine di garantire la coerenza dei documenti programmatici con i sistemi di valutazione.

Sulla scia della recente delibera n. 1/2012 della Civit, le future azioni di miglioramento si concentreranno sul garantire il perfezionamento continuo del processo di pianificazione, controllo e valutazione, migliorando la rappresentazione delle priorità e degli obiettivi, potenziando i sistemi di reperibilità di dati, inserendo nelle schede di programmazione anche le rispettive risorse assegnate e, infine, consolidando gli strumenti disponibili per assicurare un reale utilizzo dei documenti programmatici ben oltre la loro previsione normativa.

L'Ente camerale si ripropone in particolare di affinare nel futuro gli strumenti di misurazione e valutazione della performance organizzativa, rivedendo la scelta del set di indicatori da utilizzare per il monitoraggio dell'andamento delle attività svolte dall'Ente e del livello di raggiungimento degli obiettivi programmati.

IL SEGRETARIO GENERALE
(Dott. Luca Perozzi)

IL PRESIDENTE
(Dott. Costantino Capone)

8. **ALLEGATI**

Allegato n. 1

SCHEDA DI ANALISI SWOT

Nell'elaborazione del presente documento è stata sviluppata una matrice di analisi territoriale universalmente conosciuta con il nome di SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats).

L'analisi SWOT ha l'indubbio vantaggio di consentire una riduzione della complessità dell'analisi territoriale in 4 fattori (punti di forza, punti di debolezza, opportunità e minacce).

L'elaborazione di una analisi SWOT ai fini di programmazione strategica e territoriale deve necessariamente partire da una estensiva analisi dei fenomeni che si intende approfondire.

L'analisi qui sintetizzata è stata condotta su più fonti (ricordate all'interno di questo documento) ed è stata finalizzata, in una prima fase, all'elaborazione di alcuni obiettivi tematici che, sulla base anche di analisi qualitative già svolte sul territorio, vengono riconosciuti come obiettivi di valutazione o meglio come "punti di snodo" secondo i quali è possibile attribuire un giudizio positivo o negativo alle tendenze individuate.

Si tratta di elementi qualitativi che hanno orientato la costruzione dei fattori dell'analisi SWOT.

Nella nostra ricostruzione sono stati adottati i seguenti criteri di interpretazione per la matrice SWOT:

Punti di forza = risorsa	**Punti di debolezza = limitazione**
Opportunità = situazione favorevole	**Minacce = situazione sfavorevole**

Punti di forza	Punti di debolezza
Imprese • Presenza di filiere produttive specializzate (Automotive, Agroalimentare, Concia, Aerospaziale, Informatica e Telecomunicazioni) • Esistenza di un sistema industriale consolidato con produzioni di qualità e con strutture produttive fortemente competitive specializzate in lavorazione delle pelli, metalmeccanico ed i mezzi di trasporto, tessile- abbigliamento, lavorazione del legno e agroalimentare di qualità. • Strutture di eccellenza nell'informatica e buona dotazione nei servizi avanzati alle imprese che coprono quasi tutte le tipologie, anche specialistiche, necessarie al settore imprenditoriale; • Disponibilità di lotti industriali in aree attrezzate • Vicinanza con strutture di ricerca di eccellenza (Università degli Studi di Napoli, Salerno, Benevento, C.N.R., il Parco Scientifico e Tecnologico di Salerno e delle Aree Interne della Campania, il CRMPA per il trasferimento tecnologico alle imprese) • Ampia rete degli sportelli di credito • Imprenditoria extracomunitaria in aumento **Territorio** • Vicinanza alle principali reti stradali e autostradali • Posizione baricentrica dell'Irpinia in Campania e punto di snodo tra le direttrici stradali Nord-Sud ed Est-Ovest • Vicinanza con il sistema nazionale dei trasporti (porti, aeroporti ed interporti) • Rilevante dotazione di strutture specialistiche operanti nel settore della formazione alle imprese. • Bassi livelli di criminalità • Territorio caratterizzato da una cultura imprenditoriale ormai radicata • Presenza localizzata in Alta Irpinia di impianti eolici **Risorse Umane** • Ampia disponibilità di manodopera qualificata; • Bacino di manodopera ad elevata scolarizzazione (diplomata e laureata) • Tasso di disoccupazione (13,1%) più basso rispetto alla media regionale (15,5%)	**Imprese** • Calo del numero d'imprese dovuto alla crisi • Impoverimento del tessuto imprenditoriale agricolo • Il livello di presenza di imprese con forma societaria più complessa segna un ritardo strutturale (ridotta complessità giuridica) • Scarsa integrazione tra l'agricoltura e altri settori (turismo, servizi, artigianato) ed una ridotta capacità produttiva dell'agro-industria in rapporto alla produzione agricola. • Mancato ricambio generazionale nei settori tradizionali (agricolo e lavorazioni artigianali) • Diffusa carenza di servizi alle imprese • Alcuni comuni (es. Alta Irpinia) non sono serviti dalla linea ADSL e non possono fornire servizi alle imprese **Territorio** • Elevato numero di comuni piccoli e piccolissimi (119 Comuni per circa 450.000 abitanti) • Deboli collegamenti ferroviari • Bassa capacità attrattiva dell'Irpinia in ambito Turistico (solo il 2,6% dei flussi turistici che interessano la Campania) che rivela un'organizzazione dell'offerta poco funzionale alle esigenze di un turista multi-interesse; • Debolezza del sistema di collegamenti con i principali nodi di trasporto esterni alla provincia, nonché con la rete dell'Alta Velocità Roma-Napoli **Risorse Umane** • Mancanza di strutture universitarie e di formazione di alta specializzazione • Alta disoccupazione giovanile (48,2%- 15-24 anni) • Forte squilibrio tra l'area orientale e quella occidentale dell'Irpinia, anche dal punto di vista della morfologia del terreno, delle colture e del dinamismo imprenditoriale legato all'agricoltura. • Andamenti demografici di tipo negativo soprattutto nei comuni di minore dimensione (si riscontrano tassi di invecchiamento estremamente elevati, di gran lunga superiori alla media regionale ed un progressivo incremento dell'età media con conseguente depauperamento del "capitale umano" con il quale poter attivare un concreto sviluppo. • Disomogenea distribuzione sia della popolazione che degli occupati (la densità di popolazione si concentra nell'area urbana di Avellino e presso il polo di Solofra)

Oppurtunità	Minacce
• Fondi della Programmazione economica regionale • Fondi strutturali e diretti europei • Investimenti previsti dal Piano per il lavoro regionale e Provinciale • Richiesta internazionale in aumento di prodotti agroalimentari di qualità • Nuove potenzialità di settori imprenditoriali: consolidamento della meccanica integrata; biotecnologie, polo aeronautico, tecnologie per l'informazione e la comunicazione • Incremento della domanda nazionale ed internazionale del turismo naturale e culturale e più in generale dei cosiddetti "turismi" di nicchia	• Crisi internazionale; • Economie in forte sviluppo dei paesi emergenti (Cina, India, etc) e nuovi competitor internazionali • Forte capacità attrattiva di investimenti esteri per le imprese in altre nazioni con meno vincoli burocratici e di gestione delle risorse umane • Raggiungimento dei parametri di Lisbona sul tasso di attività dell'occupazione (soprattutto a causa del • tasso di disoccupazione femminile e giovanile); • Riduzione di risorse pubbliche di emanazione statale e regionale con evidente indebolimento delle capacità tecniche e finanziarie degli enti pubblici • Forte concorrenzialità di altri bacini turistici consolidati, sia a livello nazionale che internazionale.

Allegato n. 2

SCHEDA GRUPPO DI LAVORO

N	FASE DEL PROCESSO	SOGGETTI COINVOLTI	ARCO TEMPORALE (MESI)											
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
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												

Camera di Commercio
Avellino

Allegato n. 3

SCHEDA DI ASSEGNAZIONE DEGLI OBIETTIVI AI DIRIGENTI

OBIETTIVI

DEL

SEGRETARIO GENERALE

ANNO 2014

Camera di Commercio
Avellino

SCHEDA DI ASSEGNAZIONE DEGLI OBIETTIVI AI DIRIGENTI

ELENCO OBIETTIVI DEL SEGRETARIO GENERALE ANNO 2014

LINEA PRIORITARIA	OBIETTIVO STRATEGICO	OBIETTIVI OPERATIVI	PESO
I	IA, IB, IC	Attuazione programma promozionale con riferimento ai bandi, alle fiere ed ai corsi di formazione professionali previsti per il 2014	40%
I	IA,IB, ID	Attivazione processi finalizzati al risparmio ed all'efficienza in campo energetico	10%
II	IIA, IIB	Attivazione Consulta delle professioni	10%
I	IA, IB, IC	Promozione delle infrastrutture. della ricerca e dell'innovazione e della formazione per le imprese	10%
I	IB,IC	Miglioramento accesso al credito o fondo di garanzia per le aziende che operano nei mercati internazionali	10%
II	IIB,IIC	Promozione della legalità	10%
III	IIIA, IIIB	Miglioramento qualità dei servizi	10%
		TOTALE	100%

LEGENDA

LINEA PRIORITARIA	OBIETTIVO STRATEGICO	DEFINIZIONE
I. FAVORIRE LA COMPETITIVITÀ E PROMUOVERE L'IMPRESA ED IL TERRITORIO NEL MONDO	IA	Agevolare la nascita delle imprese, il potenziamento e lo sviluppo del sistema economico locale
	IB	Promuovere la competitività delle imprese
	IC	Valorizzazione economica del territorio
	ID	L'informazione economico-statistica e le politiche del territorio
I. SOSTEGNO ALL'INNOVAZIONE, SEMPLIFICAZIONE E MIGLIORAMENTO CONTINUO DEI SERVIZI PER FAVORIRE LE IMPRESE	IIA	Innalzamento dei livelli di accesso e fruizione dei servizi camerali
	IIB	Razionalizzazione dell'azione amministrativa ed e-governement
	IIC	Incentivare gli strumenti di regolazione del mercato e ADR
II. PROMUOVERE IL RINNOVAMENTO DELLA CAMERA	IIIA	Benessere organizzativo interno e crescita professionale del personale
	IIIB	Aggiornamento normativo ed evoluzione continua dei servizi interni
AZIONI TRASVERSALI		
COMUNICAZIONE	BANDI DI CONTRIBUTI	FORMAZIONE ALLE IMPRESE

LINEA PRIORITARIA	OBIETTIVO STRATEGICO	OBIETTIVO OPERATIVO	PESO	INDICATORE	DATA
I	I A I B I C	**ATTUAZIONE PROGRAMMA PROMOZIONALE ANNO 2013:** 1. con riferimento ai bandi ed ai corsi di formazione professionali 2. con riferimento alle Fiere e missioni	20% 20%	- Realizzazione corsi di Formazione - Emanazione di bandi di contributi - Conclusione istruttoria bandi e realizzazione corsi di formazione - Emanazione bando per la partecipazione a Fiere e missioni - Realizzazione Fiere collettive programma	15/12/2014 15/05/2014 31/12/2014 30/01/2014 31/12/2014
I	IA IB ID	**Attivazione processi finalizzati al risparmio ed all'efficienza in campo energetico**	10%	Realizzazione di almeno 2 attività che producano risparmio energetico rispetto al 2013	31/12/2014
II	IIA IIB	**Attivazione Consulta delle professioni**	10%	Insediamento	31/07/2014
I	IA IB IC	**Promozione delle infrastrutture, della ricerca e dell'innovazione e della formazione per le imprese**	10%	Elaborazione di una proposta per attivare uno strumento specifico	30/10/2014
I	IA IC	**Miglioramento accesso al credito o fondo di garanzia per le aziende che operano nei mercati internazionali**	**10%**	**Attivazione** convenzione con MISE E MEF ex l. 662/96	**30/09/2014**
II	IIB IIC	**Promozione della legalità**	10%	Avvio operativo sportello della legalità	30/04/2014
III	IIIA IIIB	**Miglioramento qualità dei servizi resi**	10%	Avvio attività per definire un piano per la certificazione di qualità del P.I.	30/08/2014

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

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

Valore 2013	Target 2014	Target 2015	Target 2016
70%	73%	76%	80%

obiettivi operativi 2014	indicatori 2014	valore 2013	target 2014	programmi 2014	progetti/azioni 2014	AREA CAMERALE Responsabile
crescita della cultura economica locale	Imprese assistite dalla CCIAA	1662	Tra 1500 e 2000	Iniziative per incrementare la solidità della struttura economica locale	**CORSI DI FORMAZIONE DA REALIZZARSI ENTRO L'ANNO:** 1) Comunicazione digitale e social media marketing; 2) Tutela industriale e marketing, Start up e sviluppo d'impresa; 3) Business plan e contributo per le aziende **INIZIATIVE:** 1) Premio per le giovani imprese (organizzare entro il 30 giugno con n. 3 imprese premiate); 2) Tutor d'impresa (avviare le attività connesse al servizio entro il 30 ottobre; 3) Start up impresa (realizzare il progetto entro la fine dell'anno con 3 imprese coinvolte); 4) Concessione di contributi per attivazione tirocini formativi (realizzazione dell'iniziativa entro fine anno)	II
Azioni per mantenere il tasso di sviluppo imprenditoriale in linea con i livelli regionali e nazionali	Percentuale di nuove imprese iscritte/ Imprese attive			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	124	150	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	I B . Sostenere la competitività delle imprese

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

Valore 2013	Target 2014	Target 2015	Target 2016
70%	73%	76%	80%

obiettivi operativi 2014	indicatori 2014	valore 2013	target 2014	programmi 2014	progetti/azioni 2014	AREA CAMERALE Responsabile
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) Gestione energetico ambientale; 2) Business english; 3) Internazionalizzazione delle pmi; **INIZIATIVE:** 1) Implemetazione della banda larga in Provincia di Avellino (entro fine anno); 2) Temporary Export Managment (entro il 30 settembre); 3) Attivazione fondo di garanzia (avvio delle attività entro il 30 settembre); 4) Attivazione punto di contatto medio credito (avvio delle attività entro il 30 ottobre); 5) Avvio bando microcredito (piena operatività entro il 30 giugno); 6) Attività relative all'EXPO 2015 (avvio pianificazione attività entro il 30 giugno); 7) Organizzazione di partecipazioni collettive a fiere internazionali in Italia e all'estero (almeno 4 partecipazioni collettive entro l'anno) 8) Centro di distribuzione urbana (studio di prefattibilità entro 30 settembre) 9) Verifiche sui contributi erogati alle aziende negli anni precedenti (almeno n. 20 verifiche entro l'anno) 10) Concessione di contributi per azioni di risparmio energetico (realizzazione iniziativa entro fine anno)	**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 delle imprese provinciali	Attività, workshop e seminari realizzati sul tema dell'internazionalizzazione	12	12	Sviluppo di strumenti informativi e di servizi a supporto dei processi di internazionalizzazione		
	Beneficiari contributi missioni all'estero	56	70	Sostenere il programma di sviluppo dell'internazionalizzazione		
Azioni per favorire la diffusione di una cultura dello sviluppo sostenibile e della responsabilità sociale dell'impresa	Risorse stanziate nell'anno	115.800 euro	120.000 euro	Azioni per lo sviluppo sostenibile		

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

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

Valore 2013	Target 2014	Target 2015	Target 2016
70%	73%	76%	80%

obiettivi operativi 2014	indicatori 2014	valore 2013	target 2014	programmi 2014	progetti/azioni 2014	AREA CAMERALE Responsabile
Sostegno alle produzioni artigianali ed agroalimentari tipiche della provincia e loro valorizzazione	Imprese partecipanti ai programmi camerali sulle Eccellenze locali	120	120	Artigianato ed agroalimentare tipico e promozione delle produzioni tradizionali	**CORSI DI FORMAZIONE DA REALIZZARSI ENTRO L'ANNO:** 1) Certificazione di prodotto e di filiera; 2) Fattorie plurifunzionali e, agricoltura sociale. **INIZIATIVE:** 1) Progetto "Alimenta BIO" (una volta approvato da Unioncamere attivazione progetto ed incoming degli esperti entro il 30 ottobre); 2) Bando Esercizi Multiservizio (realizzazione bando entro il 31 luglio); 3) Il turismo delle origini (conclusione dell'iniziativa entro il 31 luglio) 4) APO Emas Solofra – Progetto filiera con Camera di Commercio di Fermo (avvio attività entro il 30 settembre)	II
	Partecipanti mostre/fiere/incontri B2B (commercio interno)	228	250			
Sostegno alla valorizzare delle risorse culturali e ambientali del territorio come fattore di sviluppo economico	Iniziative realizzate per promozione economica del settore turistico	2	2	Azioni di valorizzazione e promozione del territorio.		

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

Indicatore obiettivo strategico	Report di interesse statistico economico

Valore 2013	Target 2014	Target 2015	Target 2016
11	12	13	14

obiettivi operativi 2014	indicatori 2014	valore 2013	target 2014	programmi 2014	progetti/azioni 2014	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 (entro giugno)	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 II - SOSTEGNO ALL'INNOVAZIONE, SEMPLIFICAZIONE E MIGLIORAMENTO CONTINUO DEI SERVIZI PER FAVORIRE LE IMPRESE
Obiettivo strategico	II A . Miglioramento nell'accesso e nella fruizione dei servizi camerali

Indicatore obiettivo strategico	Carta dei servizi definita entro l'anno

Valore 2013	Target 2014	Target 2015	Target 2016
0	1	Aggiornamento annuale	Aggiornamento annuale

obiettivi operativi 2014	indicatori 2014	valore 2013	target 2014	programmi 2014	progetti/azioni 2014	AREA CAMERALE Responsabile
Rendere più efficace la comunicazione esterna della Camera per essere più vicini alle imprese e cittadini	Servizi offerti online			Miglioramento comunicazione sul web	**INIZIATIVE:** 1) Implementazione sezione Faq del sito (entro il 30 giugno); 2) Revisione dinamica modulistica (verificare almeno 5 moduli in uso per i servizi camerali); 3) Attivazione invio telematico procedure concorsuali con Tribunale di Avellino (completamento e messa a regime delle attività entro il 30 giugno 2013); 4) Comunicazione sui servizi camerali di base attraverso il servizio CIAO IMPRESA (aumento di almeno il 5%); 5) Progetto alternanza scuola lavoro	II-III
	Implementazione nuovi strumenti funzionali per il web (documenti immessi e creazione faq)			Prodotti/Progetti di comunicazione esterna		
Cooperazione con le istituzioni scolastiche e universitarie	Organizzazione incontri Scuola-Università	2	1	Progetti scuola-lavoro-orientamento.		

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

Indicatore obiettivo strategico	Grado di diffusione dei servizi telematici presso il tessuto economico locale

Valore 2013	Target 2014	Target 2015	Target 2016

obiettivi operativi 2014	indicatori 2014	valore 2013	target 2014	programmi 2014	progetti/azioni 2014	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	N° incontri con Enti terzi			Miglioramento servizi della Comunicazione Unica per la nascita dell'impresa e del SUAP	**INIZIATIVE:** 1) Sportello SUAP (potenziamento attività del tavolo di lavoro con Enti Terzi entro la fine dell'anno, organizzare almeno 2 incontri formativi sulle nuove funzionalità attivate entro l'anno); 2) Certificazione di qualità del registro imprese (avvio preaudit entro il 30 ottobre); 3) Progetto ravvedimento operoso (implementazione del progetto entro il 30 aprile); 4) Avvio cancellazione d'ufficio	III
	Rispetto dei tempi di evasione (5 giorni) delle pratiche Registro Imprese					
	N° servizi erogati o gestiti *on line*					
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			Multicanalità dei servizi amministrativi alle imprese		
	Tempi medi di lavorazione delle pratiche telematiche Registro Imprese					
Partecipare a progetti di e-government per la PA digitale, anche a livello europeo	Imprese/organizzazioni/enti partecipanti			Progetti di e-government		
Iniziative per garantire la corretta conservazione sostitutiva dei documenti informatici	Realizzazione attività	1	1	Implementazione di un sistema di conservazione sostitutiva dei documenti.	**INIZIATIVE:** 1) Progetto Legaldoc (messa a regime delle attività con invio in conservazione di tutte le pec in entrata ed in uscita e dei documenti degli Organi entro la fine dell'anno)	I-II-III

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

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

Valore 2013	Target 2014	Target 2015	Target 2016

obiettivi operativi 2014	indicatori 2014	valore 2013	target 2014	programmi 2014	progetti/azioni 2014	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**			Conciliazione, mediazione e arbitrato	**CORSI DI FORMAZIONE DA ATTIVARE ENTRO L'ANNO:** 1) Formazione specifica arbitri (almeno n. 2 incontri); 2) Formazione sulla nuova mediazione civile (almeno n. 2 incontri). **INIZIATIVE:** 1) Sportello della legalità (completamento delle attività per piena operatività dello sportello entro il 30 aprile) 2) Giornata della legalità (organizzare l'iniziativa entro il 30 giugno) 3) Servizio di vigilanza nei settori di competenza (incremento delle attività di vigilanza del 5%); 4) Rafforzamento partnership sulla camera arbitrale (costituzione Comitato Scientifico ed approvazione regolamento entro il 30 giugno)	III
	Ore settimanali di apertura garantite al pubblico dello sportello Arbitrato e Mediazione	21,5	21,5			
	Numero di lavori in partnership generali realizzati nell'anno					
	Diffusione delle visite metrologiche di controllo sul tessuto economico provinciale			**Promozione intensificazione delle attività di ADR e vigilanza**		

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 2013	Target 2014	Target 2015	Target 2016
67,27%	70%	70%	70%

obiettivi operativi 2014	indicatori 2014	valore 2013	target 2014	programmi 2014	progetti/azioni 2014	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:** 1) Questionario sul benessere organizzativo (inserimento sul sito della CIVIT dei questionari sommministrati ai dipendenti ed elaborazione dei risultati entro il 30 febbraio) 2) Piano azioni positive (aggiornamento entro il 30 giugno);	**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	Diffusione dell'attività formativa tra il personale presente a tempo indeterminato	**19%**	**20%**	**Formazione camerale**	**INIZIATIVE:** 1) Protocollo d'intesa MISE ed Unioncamere per la realizzazione di corsi di formazione in materia di controllo e vigilanza del mercato e tutela dei consumatori (formazione da realizzare entro il 30 settembre)	

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 2013	Target 2014	Target 2015	Target 2016
19,62%	18%	18%	18%

obiettivi operativi 2014	indicatori 2014	valore 2013	target 2014	programmi 2014	progetti/azioni 2014	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) Prevenzione della Corruzione 2) Le principali novità in materia di trasparenza INIZIATIVE 1) Risparmio Energetico (riduzione dei consumi correnti del 5% rispetto all'anno precedente); 2) Amministrazione Aperta (adeguamento ed implementazione di almeno 3 sezioni) 3) Adozione del codice di comportamento dei dipendenti (entro il 30 marzo) 4) Carta dei Servizi (adozione entro il 30 settembre) 5) Giornata della Trasparenza (da	I
Miglioramento dell'efficienza organizzativa della Camera per migliorare i servizi forniti	N° di fatture passive ricevute e pagate entro 30 giorni nell'anno "n"	310	70% delle fatture pervenute nell'anno	Miglioramento continuo delle attività correnti.		
	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			
	N° procedure interne di semplificazione amministrativa e trasparenza previste nell'anno	3	3	Automazione dei servizi camerali Archivio e protocollo		

					organizzare entro dicembre) 6) Controlli sulle dichiarazioni sostitutive di certificazione ed atto notorio rese dai dipendenti e dagli utenti (aumento del 5% rispetto al 2013)	