



Piano degli indicatori e dei risultati attesi di bilancio

2016

PREMESSA

La Camera di Commercio di Avellino ha predisposto il piano degli indicatori dei risultati attesi di bilancio, quale allegato al budget annuale, come previsto dal D.M. del Ministero dell'Economia e delle Finanze del 27/03/2013 recante disposizioni in materia di armonizzazione dei sistemi contabili delle P.A.

Il presente piano è stato redatto in osservanza delle linee guida generali definite con il D.P.C.M del 18/09/2012, i contenuti sono stati specificati per le Camere di Commercio dalla circolare del Ministero dello Sviluppo Economico 14213 del 12/09/2013.

SCENARIO ECONOMICO ED ISTITUZIONALE

Avellino chiude il 2014 con una riduzione del suo valore aggiunto (-2,1%) più rapida di quella campana e nazionale, evidenziando quindi una condizione recessiva.

Anche rispetto al 2013, quando l'economia provinciale era cresciuta, in termini nominali dell'1,5% (ovviamente decrescendo in termini reali, al netto dell'inflazione), vi è un peggioramento. Di conseguenza, il Pil pro capite, che è una sintetica misura del benessere medio, perde 1,9 punti, azzerando la crescita del 2013 (+1,3%). Avellino si colloca così all'85-mo posto fra le 110 province italiane per valore di detto indicatore, pari al 63% appena del dato italiano totale.

Sul versante dei sistemi produttivi, l'espansione del numero di imprese mostra un andamento crescente negli anni (+0,16% nel 2012, +0,35% nel 2014) ma detto trend è inferiore a quello regionale, meridionale e nazionale, testimoniando quindi di una difficoltà di espansione dell'economia provinciale, soprattutto sul versante dei tassi di natalità delle imprese, declinanti (dal 5,81% del 2012 al 5,69% del 2014), segnalando quindi una difficoltà ad innescare processi di rinnovamento del tessuto produttivo di fronte alla chiusura di attività legata alla crisi.

Complessivamente, fra 2011 e 2014, Avellino perde 229 imprese nette, ovvero lo 0,5% della consistenza nel 2011. La riduzione più significativa è in agricoltura (627 unità in meno) colpita da duri processi di crisi e ristrutturazione, specie delle micro attività familiari o individuali. Ma anche le costruzioni (-223 imprese) ed il manifatturiero (-55 imprese) pagano, nel primo caso, lo scotto del calo dei mercati immobiliari e delle opere pubbliche,

e nel secondo le difficoltà competitive e di mercato. Il terziario cerca di compensare tali andamenti: cresce il commercio (+198 imprese) ma soprattutto il terziario non commerciale (+495 imprese) segnalando però un processo di terziarizzazione e indebolimento della base produttiva irpina, sempre più dipendente da attività di servizi con bacini di mercato perlopiù locali, minacciati dalla stagnazione della domanda interna.

Sono le imprese meno capitalizzate, più piccole e meno organizzate a subire di più i processi di selezione indotti dal calo della domanda e dalla flessione del mercato del credito. Infatti, se fra 2011 e 2014 vi è una moria di circa 1.100 imprese individuali (con un saldo netto fra iscrizioni e cessazioni pari a 324 nel solo 2014) il numero di società di persone è più o meno costante, mentre aumentano le società di capitali, per circa 1.500 unità in più fra iscritte e cessate nel quadriennio (443 nel 2014).

Uno spaccato, infine, sull'impresa femminile. Le 12.060 imprese femminili registrate in provincia di Avellino (27,4% del totale, a fronte del 19% nazionale, anche grazie agli incentivi pubblici specifici che, nel Mezzogiorno, sono rivolti all'imprenditoria femminile) sono perlopiù attive in settori in difficoltà, come l'agricoltura (che concentra il 46% del fenomeno) la filiera della moda (254 imprese "rosa") le costruzioni (391 imprese femminili) ed il commercio (26% del totale).

Il risultato economico del 2014 è il frutto di un sistema produttivo poco propenso a posizionarsi sui mercati esteri, che quindi risente negativamente della stagnazione di quello interno.

La composizione merceologica del commercio estero fornisce ulteriori elementi di analisi sui mercati di origine e destinazione. Sul versante dell'export, la filiera agroalimentare rappresenta il 31,7% del totale, a fronte dell'8,6% nazionale, e la parte più rilevante, ovvero l'agroindustria, cresce di quasi il 24% sul 2011, alimentando quindi la crescita di esportazioni verso mercati emergenti.

L'industria culturale e creativa avellinese produce il 6% del valore aggiunto provinciale nel 2014, incidenza elevata, se paragonato al 5,4% nazionale, che colloca la provincia in esame fra le prime venti province italiane per peso della cultura nella loro economia (precisamente, è sedicesima) insieme a vere e proprie aree artistico-culturali di eccellenza del Belpaese (Firenze, tredicesima, oppure Padova, diciannovesima). E' interessante il dato che le due province interne della Campania hanno una percentuale di valore aggiunto su questo settore pressoché uguale e maggiore delle altre tre province campane.

Circa un quarto del valore aggiunto della filiera culturale irpina proviene dal made in Italy di qualità (stile ed artigianato). Segue a distanza (17%) il settore dell'architettura, e poi la produzione di libri e stampa e il settore della creazione di software. La filiera nel suo insieme occupa circa 8.400 persone, il 6,8% dell'occupazione provinciale, valore ancora una volta superiore a quello nazionale (5,9%). Anche la ripartizione occupazionale, che si concentra nel made in Italy, seguito dall'architettura e dai libri e stampa e dal software, ricalca quello del valore aggiunto.

Relativamente meno presenti rispetto alla media nazionale sono invece le imprese culturali a conduzione femminile, che costituiscono il 12,8% del totale, a fronte del 13,3% italiano, e sono presenti soprattutto nell'artigianato, nella produzione di stile e nell'organizzazione di rappresentazioni artistiche, divertimento e convegni e fiere. La crisi ha provocato una riduzione di 45 unità nelle imprese culturali femminili irpine dal 2011 al 2014.

La green economy è una grande opportunità di sviluppo, in particolare per il Mezzogiorno ed i suoi territori. Secondo Srm ed Enea , Gli "investimenti verdi" potrebbero determinare nei prossimi anni un importante abbattimento dell'emissioni di CO2 a livello italiano e internazionale. Ma non solo. Le stime tracciano un possibile bilancio tra gli oneri per lo Stato in termini di incentivi alla Green Economy, e l'impatto per occupazione, industria e casse pubbliche. Il risultato è a somma positiva: a fronte di un onere netto per lo Stato cumulato nel periodo 2010-2020 pari a 16,6 miliardi di euro, si risparmierebbero circa 31 miliardi di euro in energia e minori emissioni di CO2.

La filiera agroalimentare è di primaria importanza per l'economia irpina, ed in molti aspetti la caratterizza in maniera molto forte, come una autentica vocazione produttiva del territorio. La sola agricoltura, al netto della trasformazione industriale dei beni alimentari, incide per il 3,7% sul valore aggiunto provinciale nel 2013, al di sopra del 2,9% regionale e del 2,3% nazionale. Una incidenza rilevante, e oltretutto in crescita dal 3,5% del 2011. Si tratta di un sistema che ha anche delle punte di eccellenza, atteso che 213 operatori sono certificati DOP/IGP (ammontando circa al 6,8% del totale degli operatori certificati campani), soprattutto (in più della metà dei casi) nel settore di particolare vocazione dell'agricoltura irpina, ovvero i cereali e l'ortofrutta, ma anche nella lavorazione delle carni e nel settore oleario. Si tratta di un valore in leggero calo rispetto ai 216 operatori del 2012, che potrebbe attestare una certa difficoltà di mercato, anche nel segmento certificato e di alta qualità, soprattutto in quello oleario e della preparazione delle carni.

La produzione cerealicola nel 2014, che è una delle vocazioni tipiche del comparto primario provinciale, si focalizza soprattutto sul frumento duro (56,5% del totale) che è ovviamente legato alla produzione di pasta, seguito dall'avena, dall'orzo e dal frumento tenero. Anche questo comparto ha subito un netto ridimensionamento rispetto alla raccolta del 2013.

La filiera, ivi compreso il settore della trasformazione industriale, può contare su 11.909 imprese registrate, a fine 2014, presso gli archivi della CCIAA (il 27,1% del totale delle imprese provinciali, a fronte del 12,6% regionale e del 13,8% nazionale). In pratica, circa un sesto della filiera agroalimentare campana è ubicato in provincia di Avellino.

Il tema dell'età anagrafica degli imprenditori agricoli è molto rilevante, poiché il comparto primario è caratterizzato da imprenditori relativamente "attempati", e ciò ha effetti negativi sulla produttività e sulla propensione all'innovazione culturale e di prodotto.

L'esigenza di adottare misure urgenti in materia di semplificazione e trasparenza amministrativa ha portato all'emanazione del decreto legge 90 del 24 giugno 2014 convertito con modificazioni dalla legge 114 del 11 agosto del 2014 che - nelle more del riordino del sistema delle camere di commercio - ha sancito una sensibile riduzione del diritto annuale che rappresenta per le camere di commercio la fonte di finanziamento unica e che inevitabilmente non potrà non avere delle ripercussioni negative in considerazione del ruolo fondamentale che il sistema camerale ha svolto per sostenere il mondo delle imprese in questi anni di forte crisi.

In particolare la riduzione del diritto annuale sarà del 35% per il 2015, del 40% per il 2016, per arrivare al 50% nel 2017.

L'Unione Nazionale delle Camere di Commercio, che già da due anni portava avanti una proposta di generale riordino del sistema camerale, ha accettato la sfida di cambiamento ed ha avviato un progetto di riorganizzazione forte ed impegnativa.

Il comitato esecutivo di Unioncamere ha varato nel luglio scorso un'operazione di riordino ambiziosa che consentirà di ridurre le attuali 105 camere a non più di 50-60. Molte regionali hanno già provveduto ad approvare l'accorpamento delle strutture camerali del proprio territorio, mentre le rimanenti formalizzeranno l'analogo percorso nei prossimi mesi. Lo scopo degli accorpamenti sarà quello di creare delle camere di commercio con 80000 imprese per coniugare sostenibilità economica e valorizzazione dei territori.

La CCIAA di Avellino a tal proposito con atto del consiglio in data 18/12/2014 ha assunto

una delibera di indirizzo favorevole all'accorpamento.

La legge n. 89 del 2014 recante "Misure urgenti per la competitività e la giustizia sociale" ha introdotto tra le altre una serie di significative novità: la pubblicazione on line del bilancio preventivo e del conto consuntivo, nonché dei relativi allegati entro trenta giorni dalla loro adozione, l'obbligo di pubblicare on line un indicatore trimestrale di tempestività dei pagamenti, l'acquisizione di beni attraverso soggetto aggregatori e prezzi di riferimento, limiti al conferimento di incarichi e consulenza, riduzione delle spese per le autovetture, l'obbligo della fatturazione elettronica tra PA e fornitori, etc.

La legge 114/2014 recante "Misure urgenti per la semplificazione e la trasparenza amministrativa" introduce novità importanti sul turn over nella PA, mobilità obbligatoria e volontaria del personale della PA, divieti di incarichi dirigenziali a soggetti in quiescenza, ridefinizione delle competenze dell'ANAC, estensione soggettiva degli obblighi di trasparenza e pubblicazione e la citata riduzione del diritto annuale spettante alle CCIAA.

Nella stesura del presente piano degli indicatori di risultato attesi di bilancio, alla luce dello scenario economico ed istituzionale sopra illustrato la Camera di Avellino consapevole del suo ruolo centrale quale Ente promotore e sostenitore del sistema imprenditoriale irpino, ha cercato di illustrare alla luce delle Missioni che sono state individuate per le camere di commercio dal Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 12.12.2012 e che di seguito vengono elencate i programmi e gli obiettivi strategici di riferimento per l'anno 2016:

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

PROGRAMMI DI SPESA

MISSIONE COMPETITIVITA' E SVILUPPO DELLE IMPRESE

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'impresе rappresentano meno occupazione e reddito per l'intero sistema economico locale.

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

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.

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.

Al fine di favorire l'inserimento dei giovani nel mondo del lavoro la Camera di Commercio consoliderà l'interazione ed il raccordo tra la scuola ed il territorio proseguendo e rafforzando l'attività relativa alle iniziative di **alternanza scuola-lavoro**, con l'obiettivo di favorire i contatti tra i giovani e le imprese, motivare i ragazzi ed orientarli per far acquisire loro competenze spendibili nel mondo del lavoro.

La CCIAA di Avellino intende strutturare per le imprese del territorio provinciale ma non solo, un servizio qualificato di assistenza ed accompagnamento in materia di **tutela della proprietà industriale** sia mediante lo sportello marchi e brevetti che mediante il **punto PIP** (*Patent information Point*) in procinto di ottenere l'accreditamento ministeriale, in

considerazione della valenza strategica di tali strumenti (brevetti per invenzione, modelli d'utilità, modelli e disegni, marchi, know how e quant'altro) nell'ottica dello sviluppo e dello sfruttamento industriale e commerciale delle nuove tecnologie realizzate dalle imprese. In funzione delle richieste di informazioni ed assistenza, l'Ente camerale fornirà oltre ai servizi di base quali l'orientamento al deposito dei titoli di proprietà industriale a livello nazionale, comunitario ed internazionale anche **servizi avanzati** (es. ricerche di anteriorità), assicurando agli imprenditori un'assistenza "personalizzata" ed effettivamente confacente alle esigenze di tutela della proprietà industriale in relazione ai settori di attività e ai mercati di interesse commerciale.

Un altro canale di intervento per supportare la competitività del tessuto produttivo locale è dedicato alla **sostenibilità sia ambientale che sociale** dell'impresa attraverso iniziative di supporto ed informazione.

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

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

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

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

Un'attenzione specifica riguarderà la valorizzazione dei prodotti DOP e IGP, perseguendo la cultura della qualificazione quale leva più idonea ad assicurare sviluppo e sostenibilità all'economia territoriale. In quest'ottica saranno attivate tutte le possibili sinergie con i soggetti che sul territorio si occupano di certificazione.

In particolare la Camera di Commercio di Avellino, si presenterà nelle più importanti manifestazioni e fiere nazionali ed internazionali con un proprio "brand", al fine di valorizzare le identità territoriali a vocazione vitivinicola, con particolare riguardo i luoghi di produzione nonchè di promuovere l'immagine dell'Irpinia.

La programmazione di tali attività ad ogni modo non potrà non tener conto degli effetti della legge n. 144/2014.

Risorse complessive destinate, comprensive dei costi del personale e funzionamento riferiti alla realizzazione del programma: 2.569.995,05 Euro

Obiettivi strategici

Un tema su cui intende puntare la Camera per il 2016 è il concetto di **cultura d'impresa** intesa come capacità che ogni impresa deve realizzare il proprio modello, un modello che sia unico ed irripetibile e che vada ad identificare in modo chiaro ed efficace la propria storia, i propri valori, la propria vocazione, la propria immagine, la propria identità. La cultura d'impresa non è altro che la capacità di un'azienda non solo tecnologica, ma soprattutto di pianificazione e propensione a confrontarsi con le dinamicità del sistema. In questo senso il ruolo della Camera dovrà essere quello di sensibilizzare rispetto a questa tematica la realtà aziendale di riferimento attraverso specifiche iniziative.

Indicatore	Tipo	Valori Target
		2016
Seminario e Formazione sulla cultura d'impresa	Indicatore di output	Da organizzare entro il 30 luglio

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.

Un tema su cui la Camera di Avellino intende proseguire è quello della green economy attraverso azioni integrate per incentivare e valorizzare le best practices in provincia. In particolare la Camera di Avellino insieme ad altre sei consorelle guidate da Unioncamere prenderà parte ad un'iniziativa denominata "SME Energy check up" finanziata nell'ambito del programma comunitario "Intelligent Energy for Europe" alla quale parteciperanno enti ed agenzie di altri paesi dell'Unione (Olanda, Spagna e Polonia) che prevede l'attivazione di una serie di iniziative per facilitare i percorsi di efficientamento delle PMI.

Indicatore	Tipo	Valori Target
		2016
PROGETTO Sme energy Check up	Indicatore di output	Realizzazione delle iniziative correlate entro ottobre

Nel corso del 2016 proseguirà, dunque, l'azione sul tema del credito iniziata e verranno esplorate nuove possibilità per favorire l'accesso al credito per le imprese, principalmente ma non solo, in difficoltà economiche e finanziarie, attivando anche modalità innovative come la sperimentazione della Piattaforma Europea di Garanzia mettendo in campo modalità che vedranno la collaborazione con gli istituti bancari ed i confidi ma all'interno di un "percorso europeo" coordinato da Unioncamere.

Indicatore	Tipo	Valori Target
		2016
Bando microcredito prosiegua	Indicatore di output	50 imprese finanziate

Per quanto concerne l'orientamento e la formazione la Camera per il 2016 rafforzerà le sue iniziative relative al percorso, istruzione, formazione, lavoro e apprendimento permanente.

In particolare la Camera punterà sul tema del tutoraggio e dell'orientamento professionale, con lo scopo di favorire il dialogo tra istruzione ed impresa, per assistere il passaggio dei giovani dal mondo della formazione a quello del lavoro, puntando sul ruolo dell'ente camerale quale anello di congiunzione istituzionale tra queste due realtà, favorendo una formazione più orientata e più coerente con le esigenze produttive tipiche del territorio di riferimento. La Camera in partnership con gli altri attori istituzionali promuoverà azioni per contribuire alla diffusione degli stages e dell'alternanza nelle scuole secondarie superiori, compresi i programmi sperimentali per lo svolgimento di periodi di formazione in azienda nelle forme dell'apprendistato per l'alta formazione, in particolare per gli istituti tecnici superiori, anche attraverso specifici programmi di borse di stage ed altre iniziative per l'inserimento lavorativo degli studenti.

Indicatore	Tipo	Valori Target
		2016
Progetti tesi all'integrazione tra mondo della scuola e del lavoro	Indicatore di output	Almeno due iniziative nell'anno

MISSIONE REGOLAZIONE DEI MERCATI

In questo settore, la **Camera di commercio nel corso degli ultimi anni ha acquisito una posizione di assoluto 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. Tutto ciò nel 2015 -2020 verrà svolto ma nel rispetto dei vincoli di bilancio imposti dalla legge 114/2014.

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

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

un consumo consapevole e facilitino un corretto svolgimento dei rapporti contrattuali tra consumatori e imprese.

Il sistema camerale nel suo complesso e la Camera di Avellino in particolare, ha molto investito 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 quest'ottica, la Camera di Avellino intende investire, per offrire un servizio completamente nuovo, ma intorno al quale ruota molto interesse: stiamo parlando dell'**Organismo per la composizione delle crisi da sovraindebitamento**; si tratta di una procedura che potrebbe rivelarsi di grande ausilio per tutti quei soggetti (imprenditori ma anche consumatori) c.d. "sottosoglia", ossia sovraindebitati ma esentati dalla procedura fallimentare. Il ruolo dell'Organismo, unitamente ai c.d. "gestori della crisi", è quello di fornire assistenza al debitore, verificare la fattibilità del piano, svolgere funzioni ausiliarie rispetto a quella del Giudice. Il 2016 sarà dedicato, in via prioritaria, alla formazione dei funzionari rispetto a queste tematiche, che richiedono, come è evidente, una specifica competenza.

Altra attività "nuova" che vede il coinvolgimento della Camera già a partire dal 2015 in via sperimentale insieme ad altre 9 Camere di Commercio, è quella relativa alla **"Certificazione dei contratti di lavoro"**: lo scopo è, ancora una volta, quello di arricchire la gamma dei servizi camerali, anche in materia di mercato del lavoro, offrendo garanzie sia al lavoratore, sia al datore di lavoro, assicurando la piena tenuta legale delle intese raggiunte tra le parti. La certificazione dei contratti da parte degli Enti camerali avviene tramite la Commissione di Certificazione istituita presso "Universitas Mercatorum" che opera presso ciascuna Camera attraverso l'istituzione di appositi sportelli dedicati al nuovo servizio. Si tratta di una procedura introdotta dal d.lgs. 276/2003 con l'obiettivo dichiarato di ridurre il contenzioso in materia di qualificazione dei rapporti di lavoro. A regime, il costo per ogni certificazione è pari a 250,00 €, ma il Progetto, nella fase sperimentale e con un chiaro intento promozionale, ha previsto una serie di gratuità. Il servizio dovrà essere diffuso e, a tal fine, saranno organizzati eventi ed incontri formativi e,

soprattutto, si lavorerà per sottoscrivere anche accordi e protocolli d'intesa con i locali Ordini Professionali.

Risorse complessive destinate, comprensive dei costi del personale e funzionamento riferiti alla realizzazione del programma: 649.340,81 Euro.

Obiettivi strategici

In particolare nel corso del 2016 la Camera intende potenziare le iniziative intraprese nell'anno precedente volte alla formazione specifica degli arbitri e di informazione sulla nuova mediazione civile e sulle sue potenzialità così come è stata rivisitata dal cosiddetto decreto del fare" d.legge 21 giugno 2013 n. 69.

Indicatore	Tipo	Valori Target		
		2016		
Aggiornamento formazione specifica arbitri e mediatori	Indicatore di output	Realizzare almeno due giornate formative entro l'anno		
Revisione dinamica dell'elenco dei mediatori	Indicatore di output	Revisione da realizzare entro settembre		

Nel corso del 2016 la Camera intende potenziare il servizio di vigilanza nei settori di sua competenza, tenendo presente che tale attività non dovrà essere condotta con spirito punitivo e repressivo ma piuttosto con intenti di informazione e collaborazione con le imprese soggette a verifiche.

Indicatore	Tipo	Valori Target		
		2015	2016	2017
Potenziare il servizio di vigilanza nei settori di competenza	Indicatore di output	Incremento delle attività di vigilanza del 5%		

MISSIONE COMMERCIO INTERNAZIONALE ED INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA PRODUTTIVO

Le iniziative previste all'interno di questa missione, dovranno essere dedicate all'obiettivo di favorire, promuovere e 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.

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

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

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

La Camera inoltre 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. Le iniziative saranno purtroppo di meno rispetto al recente passato a causa del taglio delle entrate. Ciò però sarà motivo per far sì che le iniziative poste in essere siano di maggiore qualità e più performanti.

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

L'assistenza ed il supporto alle realtà produttive passerà anche attraverso la partecipazione dell'Ente ai **programmi comunitari** a gestione diretta e indiretta, per sviluppare

specifiche iniziative anche con l'attivazione di **partenariati europei** e garantire la massimizzazione delle ricadute economiche sul territorio provinciale derivanti dall'attivazione dei progetti, ed a tal fine la Camera intende implementare la rete di contatti istituzionali sia a livello nazionale che comunitario.

Consapevoli che la lotta per la competitività delle imprese si gioca indifferentemente sia sul mercato nazionale che internazionale, grazie soprattutto al presidio del proprio target di riferimento e che l'utilizzo degli strumenti social e del web è diventato una importante leva di sviluppo, la Camera intende proseguire le attività per la **digitalizzazione del sistema produttivo irpino**, proseguendo quanto già avviato con i progetti Distretti sul Web ed Eccellenze in digitale, promossi da Unioncamere e Google per diffondere la cultura dell'innovazione digitale, favorire la crescita della consapevolezza dei vantaggi di competitività apportati dalla maggiore diffusione dei servizi ICT avanzati e sensibilizzare le PMI rispetto all'impatto economico di internet ed alle possibilità che le tecnologie digitali offrono per la crescita economica.

Risorse complessive destinate, comprensive dei costi del personale e funzionamento riferiti alla realizzazione del programma: 1.078.837,67 Euro.

Obiettivi strategici

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

La Camera 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 vedono 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.

Indicatore	Tipo	Valori Target
		2016
Emanazione di bandi sul tema dell'internazionalizzazione	Indicatore di output	Almeno 2 iniziative entro l'anno
Attività, workshop e seminari realizzati sul tema dell'internazionalizzazione	Indicatore di output	Almeno 3 iniziative entro l'anno
Beneficiari contribuiti missioni all'estero	Indicatore di output	Almeno 50 imprese beneficiarie
Organizzazione di partecipazioni collettive a fiere internazionali	Indicatore di output	Almeno 2 partecipazioni collettive entro l'anno

MISSIONE SERVIZI ISTITUZIONALI E GENERALI DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE

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 del sito web non soltanto quale strumento di comunicazione bensì pure quale mezzo di assistenza, in tempo reale, per le imprese.

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.

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 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, la Regione ed i Comuni. Dal **2016**, inoltre, la Camera di Commercio di Avellino sarà chiamata ad occuparsi direttamente delle annotazioni nella sezione speciale artigiana, a seguito dell'abolizione dell'Albo e delle Commissioni Provinciali per l'Artigianato da parte della Regione Campania. L'impegno dell'Ente sarà finalizzato ad una perfetta integrazione delle pratiche „artigiane“ nella piattaforma della Comunicazione Unica, in modo da semplificare e snellire il più possibile tutti gli adempimenti, con particolare riguardo al flusso verso l'INPS per la parte contributiva.

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 si 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.impres@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.

Risorse complessive destinate, comprensive dei costi del personale e funzionamento riferiti alla realizzazione del programma: 1.769.517,67 Euro.

Obiettivi strategici

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 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.

Nel **2016** particolare attenzione verrà rivolta all'organizzazione dello sportello telematico assistito: le imprese della provincia di Avellino potranno recarsi presso gli uffici di front office della Camera ed essere assistite nell'assolvimento degli adempimenti amministrativi telematici previsti dalle normative, relativamente a pratiche quali iscrizione indirizzo pec, cancellazione, presentazione di istanze alla Camera di commercio, aggiornamento delle posizioni Registro imprese.

Sempre nel **2016**, la Camera di Avellino, in un progetto che vede coinvolte altre 5 camere, avvierà la sperimentazione del **fascicolo d'impresa**, che consentirà di realizzare un fascicolo informatico sempre consultabile dal titolare dell'impresa, per agevolare gli adempimenti amministrativi connessi all'esercizio dell'attività d'impresa, e dalle Pubbliche Amministrazioni in ragione delle loro attività istituzionali.

Indicatore	Tipo	Valori Target
		2016
Sportello telematico assistito	Indicatore di output	Implementazione di tutte le funzioni e piena operatività dello sportello telematico assistito entro giugno
SUAP CAMERALE	Indicatore di output	n. 2 incontri di formazione sulle nuove funzionalità entro l'anno
Progetto fascicolo d'impresa	Indicatore di output	Avvio del progetto entro luglio

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 **2016** 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.

Indicatore	Tipo	Valori Target		
		2015	2016	2017
Attivazione servizio multicanale (web, telefono, social network)	Indicatore di output	Implementazione entro luglio		

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

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

Indicatore	Tipo	Valori Target		
		2016		
L'informazione economica-statistica e la sua diffusione	Indicatore di output	Almeno 4 report statistici entro fine anno		
Bollettino informativo economico statistico periodico di tipo elettronico	Indicatore di output	Almeno 3 report statistici entro fine anno		

IL SEGRETARIO GENERALE
(Dott. Luca Perozzi)

IL PRESIDENTE
(Dott. Costantino Capone)