



Camera di Commercio  
Aveellino



# **RELAZIONE SULLA PERFORMANCE**

## **ANNO 2016**

---

**Allegata alla deliberazione n. 3/13 del 03/02/2017**



## INDICE

<b>1. Presentazione</b>	pag. 4
<b>2. SINTESI DELLE INFORMAZIONI DI INTERESSE PER I CITTADINI E GLI STAKEHOLDER ESTERNI</b>	
2.1 Il contesto esterno di riferimento	pag. 7
2.2 L'amministrazione	pag. 26
2.3 I risultati raggiunti	pag. 47
<b>3. OBIETTIVI:RISULTATI RAGGIUNTI E SCOSTAMENTI</b>	
3.1 Albero della performance	pag. 52
3.2 Aree strategiche e obiettivi strategici	pag. 53
3.3 Obiettivi e piani operativi ( come da allegato )	pag. 57
3.4 Obiettivi individuali	pag. 58
<b>4. RISORSE, EFFICIENZA ED ECONOMICITA'</b>	
4.1 Gli indicatori di salute organizzativa: il sistema informativo Pareto	pag. 62
<b>5. IL PROCESSO DI REDAZIONE DELLA RELAZIONE SULLA PERFORMANCE</b>	
<b>5.1</b> Fasi, soggetti, tempi e responsabilità	pag. 65

### ALLEGATI

ALLEGATO – TABELLE OBIETTIVI STRATEGICI



## 1. PRESENTAZIONE

A handwritten signature in black ink, consisting of two stylized, overlapping letters.



## 1. PRESENTAZIONE

Ai sensi del d.lgs. 150/2009 ogni amministrazione pubblica è tenuta a misurare ed a valutare la performance con riferimento all'amministrazione nel suo complesso, alle unità organizzative o aree di responsabilità in cui si articola.

Il ciclo della performance individuato dalla citata normativa consta di una serie di attività, riconducibili sostanzialmente a processi di pianificazione, monitoraggio e valutazione della prestazione organizzativa e individuale. La presente Relazione è quindi lo strumento che conclude il ciclo, il documento che permette alla Camera – a consuntivo- di definire il quadro delle attività realizzate nell'anno precedente comparandolo con quelle preventivate nel piano della performance ed illustrando il grado di raggiungimento degli obiettivi strategici ed operativi.

La Relazione rappresenta anche la concretizzazione dei principi della trasparenza sui quali la riforma della P.A. del 2009 ha basato uno dei pilastri. Principi, la cui assunzione, fornisce un valore aggiunto ai documenti di rendicontazione fino ad ora previsti dalla norma. La Relazione sulla Performance 2016, mira a favorire la cultura della trasparenza illustrando i risultati di performance perseguiti alla luce delle caratteristiche del contesto interno ed esterno che hanno favorito o meno il raggiungimento degli obiettivi prefissati. La Camera, infatti, attraverso la Relazione sulla performance, insieme al Piano della performance, esercita la propria responsabilità di accountability attraverso il "rendere conto":

- della capacità di generare "valore" per la comunità di riferimento;
- della misurazione e riconoscibilità di questo valore;
- delle proprie azioni e degli effetti prodotti.

Così come espresso nel citato dettato normativo, la Relazione sulla Performance analizza, in particolare, la dimensione organizzativa e economico-finanziaria della performance dell'Ente, in termini di efficienza ed economicità. Allo stesso modo, la Relazione pone l'enfasi sull'esposizione di obiettivi dell'Ente in tema di pari opportunità, ivi compresa la dimensione di genere.



Il 2016, anno di riferimento della presente Relazione, ha segnato una svolta decisiva per l'intero sistema camerale e per la Camera di Avellino in particolare. Difatti, il 16 novembre 2016 il Ministero dello Sviluppo Economico, a completamento dell'iter previsto dalla vigente normativa, ha approvato con apposito decreto l'accorpamento delle Camere di Commercio di Avellino e Benevento autorizzando l'istituzione di una nuova Camera di Commercio denominata Irpinia Sannio. Con lo stesso provvedimento istitutivo il Ministero ha nominato il Commissario ad acta della procedura che avrà il compito di provvedere alla costituzione e composizione del Consiglio della nuova camera appena istituita.

In data 24 novembre 2016 il Consiglio dei Ministri ha approvato in via definitiva il decreto di riordino delle funzioni e del finanziamento delle Camere di Commercio, nello specifico, il provvedimento prevede un piano di razionalizzazione, in un'ottica di efficientamento e di riforma della governance delle Camere di Commercio. Nel dettaglio, entro 180 giorni dall'entrata in vigore del decreto, Unioncamere Nazionale dovrà presentare un progetto di riordino che dovrà prevedere la riduzione del numero delle Camere di Commercio a non più di 60 nel rispetto di alcuni vincoli: almeno una Camera per Regione, accorpamento delle camere di commercio con meno di 75 mila imprese iscritte. Al fine di alleggerire i costi di funzionamento delle camere, il decreto prevede 4 ulteriori interventi che riguardano: la conferma della riduzione del diritto annuale nella misura del 50% rispetto all'annualità 2013, la riduzione del 30% del numero di consiglieri, la gratuità per tutti gli incarichi degli organi diversi dai collegi dei revisori dei conti, una razionalizzazione complessiva del sistema attraverso l'accorpamento di tutte le aziende speciali che svolgono compiti simili. Nell'ambito del piano complessivo di razionalizzazione organizzativa ricade anche la rideterminazione delle dotazioni organiche del personale dipendente delle Camere di commercio con possibilità di realizzare dei processi di mobilità tra le Camere medesime e definizione dei criteri di ricollocazione presso altre amministrazioni del personale in esubero. Viene infine rafforzata la vigilanza del Ministero dello Sviluppo Economico, che attraverso un comitato indipendente di esperti valuterà le performance delle camere di Commercio.



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



## 2.1 IL CONTESTO ESTERNO DI RIFERIMENTO

### L'economia in provincia di Avellino

La crescita dell'economia globale e del commercio internazionale rallentano i ritmi, seppur con qualche differenza a livello geografico. Negli Stati Uniti l'espansione prosegue, anche se a tassi di crescita contenuti, registrando nel quarto trimestre 2015, un incremento del +1,4% in ragione d'anno. Nei paesi emergenti, invece, la crescita si attenua, e le prospettive divengono fragili, tanto che l'FMI e l'OCSE hanno indicato la loro evoluzione come il principale elemento di rischio per la crescita e la stabilità dei mercati internazionali. Questo ha fatto sì che il Fondo Monetario Internazionale rivedesse a ribasso di 0,2 punti percentuali le previsioni della crescita mondiale in corso e di 0,1 quella per il prossimo anno. Complessivamente per il 2016, l'economia mondiale dovrebbe espandersi del +3,2%, attestandosi su un ritmo di crescita leggermente superiore al 2015 (+3,1%).

Sulle prospettive di andamento della domanda globale hanno inciso inoltre le quotazioni petrolifere. I costi sono scesi, a febbraio, ai valori minimi da 13 anni (28 dollari al barile), provocando una forte redistribuzione delle risorse dai paesi esportatori a quelli importatori netti di greggio. Tale minore spesa energetica avrebbe dovuto determinare un incremento dei livelli di domanda nei paesi importatori, mentre in quelli esportatori la riduzione dei consumi e degli investimenti avrebbe dovuto essere compensata da una riduzione del risparmio. Pur tuttavia la notevole caduta dei prezzi del greggio non ha comportato una crescita globale più robusta, costituendo tale fatto, secondo i principali economisti, uno dei fenomeni economici più sorprendenti del 2015<sup>1</sup>.

Nell'area euro, la crescita del Pil ha mostrato per il primo trimestre 2016 andamenti superiori alle attese (+0,6%), registrando un incremento congiunturale del +0,3%. La produzione industriale, ha registrato un significativo incremento nel trimestre dicembre-febbraio rispetto ai tre mesi precedenti del +0,6%. Nel mercato del lavoro europeo proseguono i segnali positivi. Il tasso di disoccupazione si è ridotto al 10,2%, attestandosi al livello più basso da agosto 2011.

A marzo l'inflazione sui dodici mesi dell'anno si è attestata su valori nulli. Per questo il Consiglio Direttivo della BCE ha adottato alcune misure per favorire la ripresa



dell'inflazione su valori prossimi al 2%.

L'economia italiana prosegue la ripresa avviata procedendo a ritmi contenuti. Nel primo trimestre del 2016 la crescita del Pil si è attestata al +1% rispetto allo stesso trimestre del 2015; nei primi mesi di quest'anno l'attività economica ha beneficiato del riavvio della manifattura, cui si aggiunge il consolidamento della ripresa nel settore dei servizi e nel comparto edile. Il commercio estero, dopo il buon risultato del 2015 (+3,8%), nel primo trimestre 2016 segna una moderata flessione (-0,4%). I consumi interni delle famiglie proseguono la fase di rafforzamento iniziata nell'estate 2013, grazie al recupero del reddito disponibile e alla stabilizzazione delle quotazioni immobiliari. A febbraio le vendite al dettaglio hanno registrato un incremento congiunturale dello 0,3% sia in valore sia in volume. I prodotti alimentari sono stati la componente più dinamica (+0,8% in volume), mentre i beni non alimentari hanno mostrato un ritmo di crescita più moderato (+0,2%). Nel periodo dicembre 2015-febbraio 2016 l'indice delle vendite ha comunque registrato una sostanziale stazionarietà.

In questo scenario si inseriscono le dinamiche del sistema produttivo della Campania che tuttora presenta un ritardo, al pari dell'intero Mezzogiorno, dal resto del territorio nazionale, con una più contenuta capacità produttiva e disponibilità di risorse, una minore apertura internazionale e partecipazione ai processi produttivi. Tuttavia, limitare l'analisi a questi indicatori, tradizionalmente utilizzati per descrivere sinteticamente la situazione economica di un territorio e che sono storicamente più favorevoli al Centro-Nord, sarebbe alquanto riduttivo perché non consentirebbe di cogliere le risorse e le opportunità del sistema socio-economico locale.

In Campania, ad esempio, si registrano importanti potenzialità nella struttura demografica che risulta complessivamente più giovane rispetto alla media nazionale e particolarmente intraprendente; gli indici di vecchiaia e di ricambio risultano, in Campania, molto al di sotto della media nazionale, una caratteristica che si riflette sulla composizione della domanda di beni, sull'offerta di lavoro, sulla crescita del sistema imprenditoriale e che, se adeguatamente valorizzata e sostenuta, può favorire i processi di crescita.

Tuttavia questa vivacità, confermata anche dagli elevati tassi di sviluppo imprenditoriale e dalla presenza di una significativa classe imprenditoriale giovanile, pur rappresentando una importante risorsa del territorio, trova difficoltà ad emergere a seguito delle criticità del



sistema economico regionale e dei numerosi ritardi strutturali, tra i quali, ad esempio, la contenuta apertura internazionale, le difficoltà di accesso al mercato del lavoro e i costi del credito più elevati.

Il prodotto interno lordo rappresenta una delle principali variabili economiche ed esprime la capacità di un sistema di produrre ricchezza; nel corso degli ultimi anni l'attenzione al PIL da parte di politici, economisti, media e più in generale *stakeholders* è ulteriormente cresciuta al fine di monitorare e valutare l'andamento economico dell'Italia e l'uscita dalla fase di recessione prima e stagnazione in seguito. In questa situazione appare importante ricordare come nel 2015 il sistema economico nazionale, pur ottenendo un risultato complessivamente modesto rispetto ad altri Paesi europei, registra finalmente un'inversione di tendenza dopo anni caratterizzati dal segno negativo.

All'interno della regione la variazione più alta si registra a Benevento (+1,7%), unica provincia campana a collocarsi al di sopra della media nazionale, seguita da Salerno (+1,2%), Napoli (+0,8%), Avellino (+0,7%) e Caserta (+0,4%). Nel complesso, quindi, la variazione è risultata differente all'interno dei diversi territori, registrando tuttavia ovunque un segno positivo, un dato che mette in luce l'avvio di una fase di ripresa su larga parte del territorio regionale.

Al di là della variazione dell'ultimo anno resta elevato il ritardo della Campania e dell'intero Mezzogiorno rispetto al resto d'Italia, con un valore aggiunto pro-capite pari a 15,2 mila euro, a fronte dei 16 mila per l'intero Sud e Isole e agli oltre 24 mila in Italia. A livello provinciale la situazione risulta più favorevole a Napoli (quasi 16 mila euro), seguita da Salerno (15,2 mila euro), Avellino (14,4 mila), Benevento (14,3 mila) e, infine, Caserta che, con quasi 13,5 mila euro, si colloca in ultima posizione.

E' possibile osservare i dati relativi al valore aggiunto prodotto dalla Pubblica Amministrazione che, in Campania, al pari del Mezzogiorno, presenta un peso particolarmente elevato, contribuendo per oltre un quinto alla produzione di ricchezza del territorio. A livello regionale il valore aggiunto ammonta, infatti, a oltre 18,2 miliardi di euro (pari al 20,4% complessivo), valore leggermente inferiore a quello meridionale (21,2%), ma ampiamente superiore a quello medio nazionale (13,6%). All'interno della regione si rileva una situazione abbastanza omogenea, con una quota del valore aggiunto della Pubblica Amministrazione compreso tra il 22,1% di Caserta e il 19,3% di Salerno.



All'interno della Pubblica Amministrazione campana i tre comparti principali sono, al pari di quanto avviene mediamente in Italia, anche se con valori differenti, la difesa e l'assicurazione sociale obbligatoria (47,8%), l'istruzione (30,9%) e l'assistenza sanitaria (17,1%). Decisamente più contenuto è il contributo della ricerca scientifica (1,7%) delle attività di biblioteche, archivi, musei e altre attività culturali (1%) e degli altri settori.

Il tessuto produttivo campano è costituito da quasi 572 mila imprese registrate, pari al 28,6% dell'intero Mezzogiorno e al 9,4% del territorio nazionale; si tratta di un sistema produttivo che, pur presentando al suo interno alcune significative differenze, risulta essere composto da una elevata diffusione di piccole e medie imprese che rappresentano l'ossatura del sistema economico campano. In termini vocazionali, si rileva una elevata concentrazione di attività nel commercio, che rappresenta, con 202 mila imprese, il 35,3% del tessuto imprenditoriale regionale, un dato particolarmente elevato rispetto al corrispettivo relativo al meridione (30,1%) e, in maggior misura, a quello nazionale (25,6%).

In linea con il resto del sistema imprenditoriale meridionale risulta la concentrazione di imprese negli altri servizi (25,2%), nelle costruzioni (11,8%) e nell'industria (8,6%), con valori sempre inferiori alla media nazionale.

Dopo aver osservato le caratteristiche principali del sistema imprenditoriale regionale nel suo complesso, è possibile dedicare uno spazio ad alcune tipologie, come l'imprenditoria giovanile, straniera, femminile e artigiana, al fine di conoscere le dimensioni e le dinamiche di importanti componenti del sistema produttivo campano.

Partendo dalla componente giovanile, si rileva, nel corso dell'ultimo anno, una lieve contrazione (-0,5%) che risulta tuttavia di dimensioni decisamente più contenute rispetto al Mezzogiorno (-2,4%) e all'intero territorio nazionale (-2,5%), grazie a un andamento nella provincia partenopea che compensa, in parte, le dinamiche negative registrate sul resto del territorio regionale.

Tale fenomeno pone in luce una difficoltà, non solo in Campania, ma in generale in Italia, da parte dei giovani imprenditori ad essere competitivi in questa fase congiunturale negativa e la necessità, soprattutto in presenza di una contenuta domanda di lavoro, di avviare e sostenere le iniziative che facilitino l'attività imprenditoriale dei giovani.

Il processo di ridimensionamento dei giovani imprenditori è un fenomeno in atto da alcuni



anni, con il numero di imprese diminuite tra il 2011 e il 2015 di quasi 74 mila unità in Italia e di oltre 3 mila in Campania, dove passano nei 5 anni osservati da 83 mila a meno di 80 mila. La riduzione investe, ad eccezione di Napoli, tutte le province campane, evidenziando una situazione di criticità diffusa.

Nonostante questa difficoltà, occorre evidenziare come i giovani contribuiscano positivamente alla definizione del sistema produttivo regionale rappresentando il 14% dello stesso, a fronte del 12,9% nel Mezzogiorno e del 10,3% in Italia.

Un contributo positivo alla tenuta e in alcuni casi alla crescita del sistema produttivo proviene dalla componente straniera che registra tassi di imprenditorialità elevati; nel corso dell'ultimo anno le imprese straniere in Campania sono aumentate di oltre 4 mila unità, con una variazione positiva del 12,8%, un valore ampiamente superiore al già elevato dato del Mezzogiorno (+7%) e dell'Italia (+5%). La presenza di un andamento fortemente positivo è un fenomeno in atto da alcuni anni, con il numero di imprese straniere salite in Campania, tra il 2011 e il 2015, da 25,1 mila a 37,7 mila unità.

La crescita ha interessato tutta la regione risultando tuttavia particolarmente elevata a Napoli, dove registra un incremento del 22,9% nell'ultimo anno e di quasi il 92% dal 2011. Nonostante questa crescita, la quota di imprese straniere su quelle totali risulta in Campania ancora inferiore alla media nazionale, un fenomeno legato al ritardo con cui il territorio è stato investito dai processi migratori rispetto a realtà del Centro-Nord in cui i flussi, a seguito delle maggiori opportunità occupazionali e imprenditoriali, sono iniziati precedentemente.

Un contributo positivo alla crescita del sistema imprenditoriale regionale proviene dalle donne, con un aumento delle imprese "in rosa" dello 0,9%, un dato leggermente superiore a quello del Mezzogiorno (+0,7%) e dell'Italia (+0,8%). In questo caso occorre tuttavia rilevare come tale crescita sia determinata esclusivamente da quanto avviene nella provincia di Napoli dove le imprenditrici aumentano del 2,3% a fronte di una situazione di stabilità a Salerno e Caserta e di una lieve flessione a Benevento e Avellino.

Una ulteriore valutazione delle dinamiche dell'imprenditoria del territorio campano è stata sviluppata rispetto ad altre categorie di impresa. In particolare rispetto a tipologie di soggetti particolarmente dinamici e reattivi quali le imprese *green*, o quelle che hanno sottoscritto un contratto di rete ed, infine, rispetto agli appartenenti alla filiera del Sistema



Produttivo Culturale e dell'Economia del Mare.

Per quanto concerne le imprese che hanno investito o programmato di investire in tecnologie green (ossia in prodotti e tecnologie a maggior risparmio energetico e/o minor impatto ambientale), si nota come le stesse rappresentino in Campania il 23,4% del totale delle imprese con almeno 1 dipendente dell'industria e dei servizi. Tale incidenza risulta altresì di poco inferiore sia rispetto alla media del Mezzogiorno (24,0%) sia nazionale (24,5%). A livello provinciale va segnalata la più elevata incidenza riscontrata in provincia di Benevento in cui il 26,8% delle imprese ha optato per tale tipologia di investimenti.

Nel corso degli ultimi anni per sostenere le piccole e medie imprese sono nati sistemi di collaborazione che hanno in parte superato il concetto del distretto per il quale la localizzazione territoriale costituiva un presupposto vincolante; tra questi sistemi di collaborazione, uno di particolare importanza è il contratto di rete attraverso il quale le imprese si impegnano a realizzare uno scopo comune, un progetto di consolidamento o crescita che interessi alcune fasi del processo produttivo come gli acquisti, la produzione, l'innovazione, l'internazionalizzazione, la distribuzione, la vendita, ecc. In questo contesto ciascuna impresa che aderisce alla rete, collabora in maniera più o meno continuativa con le altre imprese aderenti, mantenendo tuttavia una propria autonomia. Ciò consente di beneficiare di quelle economie di scala e di sistema che le imprese da sole non sarebbero in grado di perseguire e raggiungere.

In termini numerici le imprese che aderiscono a un contratto di rete sono in Campania 765 (il 5,5% rispetto al totale nazionale), un valore ancora contenuto che evidenzia una limitata diffusione di questo strumento rispetto ad altre realtà del territorio nazionale. In valori assoluti il numero più alto si registra a Napoli (319 soggetti aderenti), seguita da Salerno (270 soggetti), mentre più distanziate appaiono le altre province.

Quando si parla, invece, di Sistema Produttivo Culturale e Creativo si fa riferimento ad una pluralità di attività di produzione e di servizi connessi con la valorizzazione del patrimonio culturale del nostro Paese e delle sue declinazioni territoriali. In questo vasto e articolato sistema coesistono attività diverse che spaziano dall'artigiano artistico, al design, alla produzione letteraria, musicale e cinematografica, alla gestione, conservazione e valorizzazione di siti archeologici, musei, biblioteche, etc.

Volendo comunque perimetrare il Sistema Produttivo Culturale e Creativo, secondo la



classificazione Ateco 2007 delle attività produttive utilizzata in Italia in ricezione ed affinamento della classificazione europea Nace rev. 2) sono state individuate<sup>1</sup> cinque categorie produttive collegate alle industrie culturali e creative:

- la conservazione e fruizione del patrimonio storico-artistico, dedita appunto alla gestione e alla valorizzazione del patrimonio culturale;
- le attività di produzione di nuova cultura non riproducibili (performing arts e arti visive);
- le attività di produzione di nuova cultura riproducibili (industrie culturali);
- le attività del design, dell'architettura e della comunicazione (industrie creative);
- tutte le attività economiche non strettamente riconducibili alla dimensione culturale ma caratterizzate da strette sinergie con il settore (c.d. imprese *Creative driven*).

L'inclusione di tali attività nasce dall'esigenza di tener conto del processo di culturalizzazione in atto in molti settori produttivi dato dall'impiego di professioni culturali e creative. L'inclusione di queste ultime attività permette di cogliere al meglio la pervasività della cultura nei processi di creazione di ricchezza del Paese, evidenziando così il peculiare modello di specializzazione industriale italiano.

L'apertura internazionale rappresenta un importante canale di sviluppo economico di un territorio, in particolare all'interno di un sistema sempre più globalizzato che facilita lo spostamento di capitali, beni e persone. Per l'analisi dell'apertura internazionale del sistema economico campano è possibile osservare i dati relativi al commercio con l'estero, determinato dalle importazioni e dalle esportazioni, e ai flussi turistici in entrata, che consentono in diversa misura di sostenere la domanda interna di beni e servizi.

Partendo dall'analisi del commercio con l'estero occorre sottolineare come questo abbia rappresentato, in particolare per le economie "mature", che hanno vissuto negli ultimi anni periodi di stagnazione della domanda interna, un importante fattore di stimolo per la produzione industriale; tuttavia, occorre evidenziare come la domanda estera di materie, semilavorati e prodotti finiti abbia perso parte della propria dinamicità a seguito del rallentamento dei tassi di crescita dei Paesi "emergenti".

La Campania presenta un livello di scambi commerciali con l'estero in linea con quello del



Sud Italia, collocandosi molto al di sotto rispetto alla media nazionale per effetto della forte apertura internazionale e propensione all'export di numerose realtà economiche del Centro-Nord. Nel complesso, nel corso del 2015 gli scambi con l'estero della Campania ammontano a quasi 22 miliardi di euro, dei quali 12,1 miliardi sono riconducibili alle importazioni e 9,7 miliardi alle esportazioni.

All'interno della regione si rileva una più alta propensione all'export ad Avellino (16,9%), che rappresenta la provincia con la più alta vocazione industriale, e Salerno (13,4%), rispetto a Napoli (10,2%), Caserta (9,6%) e soprattutto Benevento (4,3%) dove le esportazioni assumono un peso marginale all'interno del sistema economico locale.

Al di là del peso per l'economica locale, in termini dinamici si rileva in Campania un sostenuto aumento delle importazioni (+9,9%) e una crescita più contenuta delle esportazioni (2,8%), che portano a un aumento del deficit della bilancia commerciale e che mette in luce una crescente tendenza a rivolgersi a mercati stranieri per l'acquisto di prodotti intermedi e finiti.

I settori in cui si concentrano in maggior misura le esportazioni sono quelli della metalmeccanica ed elettronica (37,4%) grazie alle vendite nel comparto degli "aeromobili, veicoli spaziali e relativi dispositivi" e della filiera agro-alimentare (4,5% per l'agricoltura e 26% per l'industria alimentare), che beneficia delle importanti produzioni di qualità che caratterizzano il territorio. Relativamente a tale filiera, la categoria merceologica "frutta e ortaggi lavorati e conservati" rappresenta la più venduta in assoluto, anche se elevati volumi di vendita si registrano anche per i "prodotti da forno e farinacei" e per i "prodotti di colture agricole non permanenti".

Il principale mercato di sbocco dei prodotti campani è l'Europa che assorbe complessivamente il 62,9% delle esportazioni della regione; all'interno del Vecchio Continente è l'Unione Europea ad assumere il peso più rilevante (52,5%) per effetto di una maggiore vicinanza fisica e culturale, all'eliminazione delle barriere e all'utilizzo nella maggior parte dei casi della moneta unica. Al di fuori dell'Europa, la principale area di destinazione è l'Asia (12,7% tra Medio Oriente e altri Paesi asiatici), seguita dall'America Settentrionale (11,2%) e dall'Africa (8,7%), mentre marginale è il peso dell'America Centro-Meridionale (2,6%) e dell'Oceania (2%).

Osservando i dati relativi agli arrivi turistici è possibile rilevare in Campania una



supremazia dei visitatori italiani (57,9%) rispetto a quelli stranieri (42,1%), in misura più ampia rispetto all'intero territorio nazionale, dove gli italiani rappresentano il 51,5% e gli stranieri il 48,5% dei visitatori, un dato condizionato tuttavia dalle tre principali città d'arte del Centro Nord, Roma, Firenze e Venezia, che presentano un elevato appeal internazionale, nonché dai territori con un più elevato turismo d'affari.

All'interno del territorio regionale si registrano tuttavia significative differenze, con una più elevata connotazione internazionale per Napoli (dove gli stranieri rappresentano il 48,5%) e in parte per Salerno (35,7%), rispetto al resto del territorio, grazie alle numerose attrazioni del territorio che vanno dal capoluogo partenopeo alla costiera amalfitana per passare dalle isole di Capri e Ischia o dai siti archeologici di Ercolano, Pompei e Paestum, per citarne alcuni. Nelle altre province la componente straniera risulta decisamente più contenuta, rappresentando meno di un quarto dei flussi turistici a Caserta e meno di un quinto ad Avellino e Benevento.

Il credito e la finanza locale rappresentano due importanti strumenti di sviluppo che possono agevolare o frenare i processi di crescita di un territorio; relativamente al sistema creditizio è possibile osservare i dati relativi alla presenza del sistema bancario sul territorio, alla consistenza della raccolta e degli impieghi, alle sofferenze e al costo del credito. Partendo dalla presenza sul territorio si rileva in Campania una costante riduzione del numero di sportelli che passano, tra il 2010 e il 2015, da 1.637 a 1.460, una flessione pari al 10,8%, una variazione in linea a quella media nazionale (-10,6%); tale fenomeno, legato a diversi fattori tra i quali le difficoltà di parte del sistema bancario registrate negli ultimi anni e la conseguente necessità di ridurre i costi, accompagnate dal crescente ricorso delle persone e delle imprese a canali di home banking, risulta essere trasversale all'interno del territorio regionale, interessando, pur in misura diversa, tutte le province.

Proprio a seguito della diffusione di strumenti bancari telematici la presenza sul territorio sembra rivestire attualmente un peso meno importante, segnando una inversione di tendenza rispetto al passato quando la diffusione degli sportelli era risultata in forte espansione. Al di là della variazione avvenuta nell'ultimo quinquennio, in Campania la presenza del sistema bancario sul territorio risulta essere abbastanza contenuta, con una media di quasi 25 sportelli ogni 100 mila abitanti, il valore più basso in Italia dopo la Calabria, a fronte di una media nazionale praticamente doppia (quasi 50 sportelli ogni



100.000 abitanti).

Tale fenomeno è in parte riconducibile alla minore ricchezza del territorio rispetto al Centro-Nord dove la maggiore disponibilità e circolazione di risorse ha portato ad una diffusione più capillare del sistema bancario.

La finanza locale che, come precedentemente indicato, può facilitare o frenare lo sviluppo di un territorio; in questo contesto è opportuno tuttavia rilevare che gli strumenti fiscali e tributari a disposizione delle amministrazioni locali sono comunque limitati riuscendo, quindi, a incidere in misura parziale sui processi di sviluppo di un sistema economico. Al tempo stesso è opportuno rilevare come le Amministrazioni locali, in forza delle funzioni e delle competenze loro attribuite, possono incidere in misura significativa sulla qualità della vita dei cittadini e contribuire positivamente alla nascita e allo sviluppo delle piccole imprese, non tanto con la leva fiscale, quanto con l'erogazione di servizi e di un sistema burocratico amministrativo efficiente.

Il primo indicatore osservato è rappresentato dalla composizione percentuale delle spese correnti, che consente di rilevare come le amministrazioni locali utilizzano le risorse a loro disposizione; a tale proposito è interessante rilevare come in Campania oltre la metà delle risorse a disposizione delle Amministrazioni siano in qualche misura restituite al territorio attraverso l'erogazione di servizi (50,3%) o trasferimenti diretti (5,3%), anche se con valori inferiori alla media nazionale dove alle prestazioni di servizi e ai trasferimenti confluiscono rispettivamente il 51,4% e il 10,9% delle spese correnti dei Comuni. Alcune differenze si rilevano tuttavia rispetto al Mezzogiorno, con la Campania che registra una maggiore quantità di risorse destinate all'erogazione di servizi accompagnata però da una minore quota di trasferimenti.

Il restante 44,4% delle risorse delle Amministrazioni comunali campane sono destinate al funzionamento della macchina amministrativa, con il 29,1% delle spese sostenute per il personale, il 6,1% per il pagamento di interessi e oneri finanziari, il 2,7% per l'acquisto di beni di consumo, il 3,8% per oneri straordinari e il restante per altre spese.

L'innovazione, attraverso la nascita e lo sviluppo di imprese c.d. "innovative", è riconosciuta come il principale motore di crescita economica, creazione di ricchezza e di lavoro per le economie contemporanee ed è, quindi, tra le priorità di molti Governi. Negli studi di management numerosi autori hanno, infatti, sottolineato il forte legame tra



imprenditorialità, innovazione e sviluppo economico. La nuova economia si basa sempre più su sulle c.d. "imprese innovative", dove l'innovazione è intesa in senso ampio e non solo come innovazione tecnologica in senso stretto.

Il Governo Italiano già in passato era intervenuto per poter agevolare l'avvio di nuove imprese. Con il Decreto Legge 179/2012 si prevedono alcune deroghe al diritto societario ed alcune agevolazioni, in particolare fiscali e sulle assunzioni, tali da consentire una gestione più funzionale alle esigenze delle imprese c.d. "start-up innovative". La scelta di politica legislativa del Governo è diretta a consentire una forte semplificazione e riduzione dei costi solo ad una specifica categoria di attività "innovativa", con l'intento che l'impatto comunque trasversale, possa essere di stimolo al rinnovamento ed alla conseguente crescita di competitività per tutte le imprese. La connotazione di start-up innovativa, condizionata dalla presenza in Italia di una sede o filiale produttiva di una impresa residente in Italia o in un altro Paese dell'Unione Europea, nonché lo sviluppo, la produzione e la commercializzazione di prodotti o servizi innovativi ad alto valore tecnologico, consente come detto di usufruire di alcune agevolazioni che interessano aspetti burocratici e fiscali per le operazioni legate al registro delle imprese, la gestione societaria, la disciplina del lavoro, l'accesso al credito bancario, gli incentivi fiscali all'investimento, ecc..

A fine aprile 2016 le imprese registrate alla sezione delle start-up innovative sono in Campania 339, pari al 26,5% delle imprese registrate in tale sezione nel Mezzogiorno e al 6,1% in Italia; sulla base di questi dati appare evidente come la contenuta adesione a tali sezioni non sia un fenomeno che caratterizza la sola Campania ma larga parte del Sud Italia, risultando invece più diffuso nel Centro-Nord. A livello territoriale il dato più alto appartiene alla provincia di Napoli dove si concentra poco più della metà delle imprese registrate come start-up innovative di tutta la regione (il 51,9%), un dato tuttavia condizionato più dall'ampio bacino imprenditoriale (che rappresenta il 49,5% di quello regionale) che da una maggiore vocazione innovativa. Nelle altre province il numero di imprese iscritte nella sezione delle start-up innovative risulta essere sempre di poche decine di unità, attestandosi a 64 a Salerno, a 55 a Caserta a 26 a Benevento e a 18 ad Avellino.

In termini di capitale si rileva una distribuzione concentrata verso il basso, con 71 imprese



che presentano un capitale sociale inferiore a 5 mila euro e 157 imprese con risorse comprese tra 5 e 10 mila euro; quest'ultima classe risulta la più numerosa, registrandosi una diminuzione del numero di imprese al crescere delle fasce di capitale investito: 69 per quelle con 10-50 mila euro, 20 con 50-100 mila euro e 14 in quelle superiori. Tale distribuzione, pur risultando a grandi linee simile a quella media nazionale, presenta rispetto a quest'ultima una maggiore concentrazione di imprese nelle prime fasce di capitale; a conferma di ciò le imprese con capitale fino a 10 mila euro rappresentano in Campania il 67,3% del totale a fronte del 62,4% in Italia, mentre quelle con un valore superiore ai 10 mila euro rappresentano rispettivamente il 30,4% e il 35,6%.

### **L'economia in provincia di Avellino**

La provincia di Avellino ha conseguito una produzione di ricchezza pari a 6,1 miliardi di euro, quasi il 7% del totale regionale nel medesimo periodo (88.346 milioni di euro). In analogia con quanto si osserva per il resto delle province campane, la produzione terziaria genera quasi  $\frac{3}{4}$  del valore aggiunto territoriale. In tale ambito, il comparto degli "altri servizi" origina il 54,7% del valore aggiunto, ovvero, 3.340 milioni. Il resto del terziario, ovvero, le attività legate al commercio, trasporti, servizi di alloggio e ristorazione, informazione e comunicazione, invece, producono 1.175 milioni di euro, ovvero il 19,2%. Importante, per la provincia di Avellino, nel confronto con la media regionale, il settore edile che, generando 432 milioni di euro di valore aggiunto, contribuisce al 7,1% del totale a fronte del 5,8% medio registrato in Campania.

Il 2015 è l'anno del ritorno alla crescita anche per la provincia di Avellino; il valore aggiunto provinciale, stimato a prezzi correnti, si rivela in crescita del +0,7%, appena al di sotto della media osservata in Campania (+0,9%) e nel Mezzogiorno (+0,8%). A livello nazionale, la crescita del valore aggiunto si è rivelata pari al +1,3%. A concorrere alla creazione della ricchezza provinciale sono per il 68,3% le imprese con meno di 50 addetti; il 9,3% è originato da quelle con 50-249 addetti e il 22,4% da quelle con oltre 250 addetti. La produzione della ricchezza è pertanto in Irpinia creata per la gran parte dal tessuto di piccole imprese localizzate sul territorio, visto che il loro peso nella generazione della ricchezza è significativamente superiore rispetto a quanto si evidenzia per la media



regionale (63,8%), per quella meridionale (63,4%) e nazionale (60,8%).

Il tessuto imprenditoriale della provincia di Avellino risulta costituito nel 2015 da 43.869 imprese registrate che rappresentano il 7,7% del sistema imprenditoriale della Campania. Rispetto al 2014, si registra peraltro, una flessione pari a - 0,2%; andamento che in termini assoluti corrisponde a oltre 100 unità in meno rispetto all'anno precedente e che va in controtendenza rispetto alle dinamiche positive registrate dagli altri territori campani (media regionale +1,2%). Conseguentemente, il tasso di natalità della provincia di Avellino, calcolato come il rapporto tra il numero di imprese nate in un dato periodo e il totale della popolazione imprenditoriale registrata ad inizio anno, risulta inferiore rispetto a quanto si evidenzia per gli altri territori di riferimento. Infatti, l'indicatore si attesta nel 2015 al 5,7%, diversi decimi di punto al di sotto dei valori che si evidenziano per la media regionale (6,8%), meridionale (6,3%) e nazionale (6,2%). Sebbene il tasso di natalità registri valori inferiori rispetto agli altri territori, il tasso di mortalità segna nel 2015 risultati in linea rispetto agli stessi. Infatti, per la provincia di Avellino il tasso di mortalità si attesta, nel 2015, al 5,5%, ossia su livelli simili rispetto a quelli evidenziati in Campania (5,3%), nel Mezzogiorno (5,3%) e in Italia (5,4%).

La flessione sperimentata dalla base imprenditoriale congiuntamente ad un tasso di natalità inferiore rispetto al confronto con gli altri livelli territoriali, fanno della provincia di Avellino un territorio con un basso tasso di sviluppo imprenditoriale. Tale indicatore, calcolato come il rapporto tra il saldo tra iscrizioni e cessazioni e il totale delle imprese registrate, è pari in provincia, nel 2015, ad appena lo 0,2%, peraltro, in peggioramento rispetto a quanto si evidenziava nei due anni immediatamente precedenti. Tale risultato appare lontano dal medesimo valore rilevato per l'area campana (1,6%), per quella meridionale (1,0%), ed infine, per quella nazionale (0,8%).

A fine aprile 2016, il numero di start-up innovative, così come definite dal decreto legislativo 179 del 2012, ammontano nella provincia di Avellino a 18. Rispetto alle altre province campane, il territorio di Avellino rappresenta l'area con il minor numero di imprese che soddisfano questa caratteristica. Analogamente a quanto evidenziato per la media regionale, anche nella provincia di Avellino, si tratta soprattutto di imprese a conduzione giovanile. Sotto il profilo settoriale, le imprese avellinesi registrate nella sezione delle start-up innovative, operano quasi esclusivamente nel comparto degli altri



servizi (12 su 18). Per completare il quadro relativo al tessuto imprenditoriale della provincia, si è ritenuto opportuno esaminare la consistenza delle imprese che sperimentano economie di scopo stipulando un contratto di rete. Nella provincia di Avellino, sono 40 i soggetti che ad aprile 2016, secondo i dati di fonte Infocamere, aderiscono a un contratto di rete. La quasi totalità delle reti create in provincia si è distribuita tra l'industria manifatturiera (14 contrattisti) e il comparto degli altri servizi (15 contrattisti).

L'apertura internazionale di un sistema economico può essere, invece, valutata facendo riferimento sia agli scambi commerciali con l'estero sia all'analisi dei flussi turistici; in entrambi i casi infatti, si tratta di esaminare il grado di relazionalità con i paesi esteri.

In termini di export si nota come la provincia di Avellino abbia esportato, nel 2015, secondo i dati di fonte Istat, 1.038 milioni di euro, contribuendo per il 10,7% al totale delle esportazioni campane che ammontano complessivamente a 9,7 miliardi di euro. Con circa 2 miliardi di importazioni, la bilancia commerciale della provincia di Avellino è in passivo per oltre un miliardo di euro.

Tornando alle esportazioni, rispetto al 2014, il valore delle merci vendute sui mercati internazionali ha registrato un incremento del +5,7%; in termini assoluti si tratta di oltre 55 milioni di euro in più esportati.

Settorialmente, il maggior contributo al commercio internazionale proviene dal comparto metalmeccanico ed elettronico che con oltre 469 milioni di euro determina quasi la metà del valore delle esportazioni avellinesi (45,3%). Infatti, tra le merci maggiormente esportate dalla provincia di Avellino si ritrovano le macchine di impiego generale, le parti e gli accessori per autoveicoli e i loro motori, i componenti elettronici e le schede elettroniche. Importante risulta anche il ruolo dell'agroalimentare che da solo esporta merci per un valore pari ad oltre 252 milioni di euro, registrando però una flessione del -1,7% rispetto all'anno precedente.

Il secondo elemento per valutare gli scambi con l'esterno è rappresentato dalla disamina dei flussi turistici. Secondo i dati di Banca d'Italia, ex Ufficio Italiano Cambi, nel 2015 sono arrivati nella provincia di Avellino 51 mila turisti stranieri. Questo risultato è il più contenuto tra le province campane, sebbene si registri un incremento nel numero degli arrivi stranieri che riporta il valore a quanto si registrava quasi un quinquennio prima.



Nonostante ciò, le risorse monetarie portate nel territorio irpino grazie alle spese dei viaggiatori stranieri ammontano a 36 milioni di euro, un valore superiore rispetto a quanto si evidenzia per la provincia di Caserta e per quella di Benevento che presentavano un numero di arrivi stranieri superiori alla provincia di Avellino.

Per quanto concerne i rapporti tra banche e imprese, il sistema bancario della provincia di Avellino vede localizzati sul territorio 125 sportelli nel 2015. Analogamente a quanto si verifica a livello regionale e nazionale, anche nella provincia di Avellino si assiste ad una riduzione del numero di sportelli aperti sul territorio, pari a -9,4 punti percentuali rispetto al 2014. Si tratta, con ogni evidenza, di un effetto legato alla necessaria razionalizzazione delle strutture indotta dalla crisi economica.

Sul versante degli impieghi, nel 2015, si registra per la provincia di Avellino un incremento del +5,1%, che porta gli stessi complessivamente a quasi 4,8 miliardi di euro. Sono soprattutto le società non finanziarie ad essere destinatarie dell'erogazione di finanziamenti e, nello specifico, ricevono, nel 2015, oltre 2,2 miliardi di euro, registrando peraltro un incremento del +2,5% rispetto al 2014. Seguono, per valore degli impieghi concessi, le famiglie consumatrici, che ad Avellino raccolgono poco meno di 2 miliardi di euro, sperimentando però, rispetto all'annualità precedente, un incremento del +10%.

Analogamente a quanto si evidenzia per il resto dei territori, accanto ad un incremento nel valore dei prestiti concessi, si assiste ad un graduale aumento dei crediti in sofferenza, ovvero di quei finanziamenti la cui riscossione è considerata a rischio. Nello specifico, nella provincia di Avellino le sofferenze registrano nel 2015 una variazione del +13,6%, portandosi su un valore pari a 777 milioni di euro.

Dal punto di vista settoriale, la quota maggiore di crediti bancari in sofferenza si rileva nelle attività industriali dove ammontano a 207 milioni di euro e nel comparto dei servizi dove risultano pari a circa 200 milioni.

Lo studio della dimensione demografica della provincia aiuta inoltre a definire meglio il quadro occupazionale presente e futuro. A tale scopo si è dapprima valutata l'incidenza della popolazione non più attiva per mezzo dell'indice di vecchiaia. Questo si definisce come rapporto tra la popolazione anziana, ovvero quella con età superiore ai 64 anni, e quella più giovane, ovvero di età inferiore ai 15 anni. Nella provincia di Avellino tale indicatore si attesta su un valore pari al 160,1%, superiore rispetto alla media nazionale,



dove l'indicatore raggiunge quota 157,7%.

Accanto all'indice di vecchiaia, è interessante considerare l'indice di ricambio della popolazione attiva, calcolato come il rapporto tra la popolazione di età compresa tra i 60 e i 64 anni e quella di età compresa tra i 15 e i 19. Si tratta di un indicatore statistico che fornisce una misura del rapporto tra la popolazione potenzialmente in uscita e quella in entrata nel mercato del lavoro e che permette di comprendere quanto l'invecchiamento della popolazione gravi sul sistema economico e sociale di un territorio. La popolazione attiva è tanto più giovane, tanto più i valori dell'indicatore si attestano al di sotto del 100. In tale contesto, la provincia di Avellino mostra un indice di ricambio che risulta pari, al 2014, al 113,1%, un valore inferiore alla media nazionale (126,8%), fotografando comunque una situazione di non sufficiente ricambio generazionale.

L'insieme di queste e altre condizioni fa sì che il mercato del lavoro della provincia di Avellino, nel 2015, generi occupazione per 135 mila individui, di cui 84,9 mila uomini e 50,3 mila donne. Al contrario di quanto si evidenzia per la media regionale (+1,0%) e nazionale (+0,8%) e per il Sud e Isole (+1,6%), dove la dinamica, tra il 2014 e il 2015, è stata positiva, in provincia di Avellino nell'ultimo anno il numero di occupati ha registrato una flessione del -1,8%; in termini assoluti si tratta di quasi tremila occupati in meno.

Va specificato che la contrazione ha interessato esclusivamente la componente maschile degli occupati (-3,9%); di contro, le donne registrano, nello scorso anno, un incremento dell'occupazione pari al +2%. Entrando nel dettaglio, le perdite in alcuni settori sono state particolarmente severe, come ad esempio nelle costruzioni (-43,4%), nell'agricoltura (-20,1%), nel commercio e nella ricettività turistica (-12%); anche l'industria mostra una flessione di occupati nel 2015, ma più contenuta (-1,4%). Gli altri servizi riescono in parte a controbilanciare la dinamica negativa, facendo segnare una crescita del numero di occupati pari al +17,1%.

Chiaramente, la dinamica evidenziata si riverbera sui tassi caratteristici del mercato del lavoro; in particolare, con 26.800 persone in cerca di lavoro, il tasso di disoccupazione in provincia di Avellino risulta, nel 2015, pari al 16,5%, tre punti percentuali superiore a quanto si registrava dieci anni prima (13,3%). Rispetto alla media regionale e meridionale il valore del tasso di disoccupazione appare inferiore, delineando un quadro strutturalmente meno problematico rispetto al quadro regionale e macroregionale (la



media nazionale è 11,9%). Il tasso di disoccupazione giovanile (15 – 24 anni) si attesta al 48,2%, meno che in regione (52,7%) e nel Mezzogiorno (54,1%).

## **Il quadro normativo**

Le novità essenziali del decreto legislativo n. 219/2016 riguardano la gratuità delle cariche istituzionali, ad eccezione fatta del collegio dei revisori dei conti, l'obbligo di accorpamento delle Camere secondo precisi criteri, la riduzione delle Unioni Regionali, la delimitazione di alcune competenze camerali al solo scopo di evitare che stesse funzioni vengano svolte a livello locale da più realtà istituzionali.

Vengono rivisti anche i numeri degli organi camerali per cui Camere con meno di 80 mila imprese iscritte potranno avere una giunta con non più di 5 membri escluso il Presidente e Consigli con non più di 16 componenti, mentre le Camere con più di 80 mila imprese iscritte potranno avere una Giunta con non più di 7 membri escluso il Presidente e Consigli con non più di 22 membri. Per tutti gli organi potrà esserci un solo rinnovo e la partecipazione è gratuita. Unioncamere nazionale dovrà entro 180 giorni dall'approvazione definitiva del decreto presentare al Ministero dello Sviluppo Economico un piano di riorganizzazione del sistema camerale con il quale dovranno essere indicati gli accorpamenti delle Camere con meno di 75 mila imprese iscritte, con lo scopo di ridurre a 60 le Camere esistenti. Nel piano Unioncamere dovrà prevedere una riduzione, riorganizzazione e semplificazione delle Aziende speciali, un riordino delle sedi e degli immobili di proprietà camerale e anche un piano di mobilità tra le Camere per il personale eventualmente risultante in esubero a seguito della riduzione del numero delle Camere e delle relative dotazioni organiche. Inoltre le Unioni Regionali potranno rimanere in vita nelle sole Regioni dove a seguito del riordino vi saranno almeno 3 Camere. Per quanto concerne il finanziamento delle attività camerali, purtroppo nello schema di decreto viene confermato il taglio del diritto annuale del 50% a decorrere dal 2017, i diritti di segreteria dovranno essere rivisti con apposito decreto MISE, vengono confermate le tariffe per servizi obbligatori (servizi metrici) e le tariffe per i servizi a domanda individuale (media conciliazione), potranno essere previsti corrispettivi per attività svolte sulla base di convenzioni ed accordi con le regioni e le entrate per servizi offerti in libero mercato. Viene



confermato il fondo di perequazione che cambierà denominazione in fondo di perequazione, sviluppo e premialità. Per garantire politiche di efficienza delle Camere verrà istituito un comitato di valutazione indipendente - composto da esperti nominati dal MISE – che valuterà le performance operative delle Camere.

Ai sensi del nuovo art. 2 della legge 580/1993, le camere di commercio svolgono le funzioni relative a:

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

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

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

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

d - bis) valorizzazione del patrimonio culturale nonché sviluppo e promozione del turismo, in collaborazione con gli enti e organismi competenti; sono in ogni caso escluse dai compiti delle camere di commercio le attività promozionali direttamente svolte all'estero;

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



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

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

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

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

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

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

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



## 2.2 L'AMMINISTRAZIONE

### CHI SIAMO

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

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

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

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

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

### **Consiglio della Camera di Commercio di Avellino**

Il Consiglio della Camera di Commercio di Avellino è composto dai seguenti 28 Consiglieri:

**In rappresentanza dell'agricoltura:**

Barbati Veronica, Loffreda Salvatore, Venuti Marianna, Frattolillo Angelo

**In rappresentanza dell'artigianato:**

Pesce Bernardino, Palladino Sabrina, Mocella Ettore

**In rappresentanza dell'industria:**

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

**In rappresentanza del commercio:**

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

**In rappresentanza della cooperazione:**

Borea Antonio



**In rappresentanza del turismo:**

Salvante Luigi

**In rappresentanza dei trasporti e spedizioni:**

Ventre Crescenzo

**In rappresentanza dei servizi alle imprese:**

Pezzella Andrea, Cipriano Antonio, Petrucciani Milena

**In rappresentanza di altri settori:**

Penza Pasquale

**In rappresentanza del credito e delle assicurazioni**

Granauro Vito Antonio

**In rappresentanza delle organizzazioni sindacali:**

Mario Melchionna

**In rappresentanza delle associazioni dei consumatori:**

Vassallo Laura

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

Tedesco Francesco

**Segretario Generale**

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

**Commissioni consiliari permanenti**

Tutti i membri del consiglio, ad eccezione della consigliera Barbati, che non siano anche componenti della Giunta camerale sono nominati a far parte di due Commissioni consiliari permanenti istituite dalla Camera di Avellino a fini consultivi e propositivi.

**Collegio dei Revisori dei Conti**

- **Castaldi Maria** - Presidente
- **Moraca Arrigo** - Componente
- **Spennati Pietro** - Componente

**Organismo indipendente di valutazione in forma monocratica**

- **Antonio D'Ascoli**

I suindicati Organi camerale nell'arco del 2016 hanno tenuto le seguenti sedute:



- Giunta n. **9** sedute nelle quali sono state adottate complessive n. **67** delibere;
- Consiglio n. **9** sedute nelle quali sono state adottate complessive n. **17** delibere;
- I Commissione Consiliare n. **2** sedute;
- II Commissione Consiliare n. **3** sedute;
- Collegio dei Revisori dei Conti n. **6** sedute;
- OIV n. **9** sedute.

Il Segretario Generale ha adottato nel 2016 n. 304 determinazioni dirigenziali.

## **COME OPERIAMO**

La Camera di Commercio di Avellino esplica la propria azione attraverso una 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 quelle della Camera di Commercio.

## **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:

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



## Le risorse umane

### Il personale in servizio e le sue principali caratteristiche

Alla data del 31.12.2016 presso la Camera si evidenziano in servizio n. 38 dipendenti oltre il Segretario Generale unico Dirigente, per complessive n. 39 unità in diminuzione rispetto all'anno precedente per il pensionamento nel corso del 2016 di due unità di personale.

Si segnala che, nell'ultimo quadriennio, il numero del personale in servizio presenta una diminuzione.

#### Personale della Camera di Commercio di Avellino per tipologia, anni 2013, 2014, 2015, 2016

CATEGORIA PERSONALE	2013	2014	2015	2016
Dirigenza	1	1	1	1
D	13	13	15	14
C	13	13	11	10
B	11	11	11	11
A	3	3	3	3
<b>Totale</b>	<b>41</b>	<b>41</b>	<b>41</b>	<b>39</b>

Anche la distribuzione dei dipendenti per qualifica non presenta grosse novità nel raffronto 2015 - 2016.

#### I dipendenti della CCIAA di Avellino distinti per categoria

CATEGORIA PERSONALE	2015	2016	Valori Percentuali 2015	Valori Percentuali 2015
D	15	14	37,5	37
C	11	10	27,5	27
B	11	11	27,5	28
A	3	3	7,5	8
<b>TOTALE</b>	<b>40</b>	<b>38</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

La situazione attuale mostra una superiorità delle categoria D che occupa il 37% del personale; alle categorie C e B spetta il 27% e l' 8% alla categoria A. La maggior parte del personale si colloca, pertanto, nelle categorie più qualificate (C e D).



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

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

#### Il personale distribuito per classi di età

ETA'	2015	2016
30-39		
40-49	12	12
50-59	21	21
60 e più	7	5
<b>Totale</b>	<b>40</b>	<b>38</b>

#### Personale per anzianità di servizio distinti in fasce d'età, Anni 2015-2016 - dati assoluti e percentuali

ANZIANITÀ DI SERVIZIO	2015	2016	Valori Percentuali 2014	Valori Percentuali 2015
0-5 anni	1		2,5%	
6-10 anni	4	4	12,5%	10,5%
11-15 anni	2	3	2,5%	7%
16-20 anni	10	10	25%	26
21-25 anni	4	1	17,5%	2,5%
26-30 anni	10	10	27,5%	26%
31-35 anni	5	7	2,5%	18%
36-40 anni	2	2	10%	5%
41 anni e oltre	2			
<b>TOTALE</b>	<b>40</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

#### Personale per titolo di studio, Anni 2015-2016 - dati assoluti e percentuali

TITOLO DI STUDIO	2015	2016	Valori percentuali 2015	Valori percentuali 2016
Scuola dell'obbligo	3	3	7,5%	5,50%



Media superiore	25	23	63,5%	61,5%
Laurea	12	12	29%	33,00%
<b>TOTALE</b>	<b>40</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**Personale per titolo di studio e genere, Anno 2016 - dati assoluti e percentuali**

TITOLO DI STUDIO	uomini	donne	%	%
Scuola dell'obbligo	2	1	9%	5,5%
Media superiore	12	10	63,5%	61,5%
Laurea	6	7	27,5%	33%
<b>TOTALE</b>	<b>20</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**Dati di bilancio**

Per quanto concerne i dati di bilancio solitamente nella Relazione sulla Performance vengono messi a confronto gli ultimi due bilanci consuntivi approvati. Quest'anno l'Ente, in considerazione della prossima fusione della Camera di Avellino e Benevento, ha deciso di anticipare i tempi di approvazione della Relazione sulla Performance. Pertanto alla data di stesura della presente Relazione il consuntivo 2016 non risulta ancora approvato, ma dai dati del preconsuntivo il bilancio di esercizio dovrebbe essere non dissimile da quello dell'anno precedente.. L'Ente ha chiuso il 2015, per la parte di gestione corrente, con un disavanzo di 2.282.820,07.

**Gli interventi economici camerali**

Con il bilancio di previsione 2016 approvato dal Consiglio camerale con deliberazione n. 7 del 15 dicembre 2015 è stato adottato il programma promozionale 2016 per il quale di seguito si riassumono le iniziative previste a partire dai bandi di contributi, iniziative formative, fiere collettive e progetti specialistici, anche tenendo conto della tempistica delle manifestazioni organizzate.

Nel dettaglio, per i bandi di contributi sono stati stanziati 450.000,00 euro che in una logica di concentrazione di risorse sono stati destinati per un numero limitato d'iniziative.



Con la delibera di Giunta camerale n. 1/8 del 29 gennaio 2016 è stato disposto di emanare in primo luogo i seguenti due bandi in linea con quanto fatto nel 2015, destinando a ciascuno un fondo di 150.000,00 euro, rinviando viceversa ogni decisione sulla terza iniziativa:

1. Contributi per l'adozione d'interventi per il risparmio energetico;
2. Contributi per l'attuazione d'investimenti per l'innovazione tecnologica.

Per quanto riguarda l'emanazione dei rispettivi bandi si riferisce che in data 9 febbraio 2016 sono stati emanati sia il bando di contributi per l'adozione d'interventi di risparmio energetico e sia il bando per l'attivazione d'investimenti per l'innovazione tecnologica con termine di presentazione domande, per entrambi, il 28 ottobre 2016.

Il contributo massimo previsto è rispettivamente pari a 3.000,00 euro per il risparmio energetico e pari a 4.000,00 euro per l'innovazione tecnologica.

In data 23 febbraio 2016 si è proceduto alla chiusura del bando per l'innovazione tecnologica per evitare un eccessivo overbooking di risorse, atteso che a tale data sono pervenute domande sulla piattaforma Telemaco per un importo complessivo di contributo richiesto superiore alle risorse destinate di oltre il 50% il rispettivo fondo stanziato.

Le imprese ammesse sono state 44 per un importo complessivo di 150.000,00 euro pari all'intero stanziamento; fuori fondo sono pervenute n. 101 domande per l'importo totale di 375.816,91 euro,

Per il bando risparmio energetico al momento sono state ammesse al contributo n. 52 imprese per un totale di 142.324,04 euro, mentre sono in fase d'istruttoria ulteriori n. 2 domande per la somma di 5.890,00 euro. Restano pertanto circa 2.000 euro ancora disponibili; si ricorda che il bando risparmio energetico è ancora aperto fino al 28 ottobre, 2016. A dicembre 2016, a seguito dell'assestamento di bilancio il conto dei bandi per le imprese è stato aumentato a 750 mila euro e sono stati emanati nello stesso mese altri tre bandi riguardanti rispettivamente l'abbattimento dei tassi sui finanziamenti bancari, l'attivazione di tirocini formativi e per la digitalizzazione delle pmi e l'e-commerce.

In merito al programma formativo 2016, secondo quanto approvato in bilancio, sono stati previsti moduli formativi anche di tipo seminariale sui temi del web and social marketing, in materia di ambiente ed energia, sicurezza alimentare, commercio estero, proprietà



intellettuale, semplificazione amministrativa nonché sulle novità normative che impattano sulle attività economiche.

Ciò premesso si presenta di seguito il report aggiornato delle iniziative seminariali realizzate nel 2016:

Titolo seminario	tema	data	partecipanti
Telefisco 2015	semplificazione amministrativa	28/01/2016	79
La filiera vitivinicola campana verso la Dichiarazione Ambientale di Prodotto (DAP)	Sicurezza alimentare	24/02/2016	18
Seminario pratiche telematiche: prima sessione	semplificazione amministrativa	15/03/2016	15
Dall'Irpinia al mondo attraverso il web – progetto Eccellenze in digitale	social web marketing	18/03/2016	46
Seminario pratiche telematiche: seconda sessione	semplificazione amministrativa	22/03/2016	15
Modello Unico di Dichiarazione Ambientale per l'anno 2016	adempimenti in materia ambientale	15/04/2016	82
Laboratorio Crescere in digitale	Orientamento al lavoro digitalizzazione	20/04/2016	35
Fondi diretti europei, quadro logico budget	Finanziamenti europei	12 e 13/05/16	64
Il check energetico per le imprese della provincia di Avellino	Efficienza energetica	24/05/2016	28
Laboratorio Crescere in digitale	Orientamento al lavoro digitalizzazione	23/06/2016	43
Laboratorio Crescere in digitale	Orientamento al lavoro digitalizzazione	27/09/2016	18
<b>Totale seminari 11</b>		<b>Totale partecipanti</b>	<b>443</b>

Passando alle fiere collettive, secondo quanto deliberato nel bilancio preventivo 2016 sono state organizzate le partecipazioni collettive nell'ambito delle manifestazioni Vinality e Cibus ed è stata attivata un'iniziativa nel Prowein di Dusseldorf (13-15 marzo 2016) per verificare le potenzialità della manifestazione.

Partendo dalla fiera tedesca, sono state organizzate con la collaborazione dell'Associazione dei Sommelier di Germania tre degustazioni di vini irpini DOCG (Greco di Tufo, Fiano di Avellino e Taurasi) nei tre giorni di fiera quale "fuori programma" nell'importante manifestazione enologica, condotta da un sommelier di fama internazionale alla quale sono stati invitati giornalisti ed operatori del settore presenti in fiera. 21 le aziende che hanno aderito all'iniziativa attraverso il proprio vino e numerosa e qualificata la



partecipazione alle degustazioni da parte di operatori e buyers provenienti da diversi paesi testimoniando la validità dell'iniziativa nell'ottica di favorire un posizionamento sempre più alto dei vini irpini nell'ambito di un mercato fondamentale come quello tedesco.

Per quanto concerne l'organizzazione del Vinitaly 2016 (Verona 10-13 aprile 2016) sono state in primo luogo valutate le esigenze emerse in occasione delle edizioni precedenti in termini di spazio espositivo maggiore per ospitare il crescente numero di aziende vitivinicole della provincia ammesse nella collettiva camerale (70 nel 2015) e di aree adeguate di magazzinaggio/servizio per lavaggio bicchieri e di uno spazio istituzionale per eventi promozionali, con la conseguenza che nelle precedenti edizioni si era reso necessario ridurre gli stand per le aziende di maggiori dimensioni e prevedere un maggior numero di aziende in spazi condivisi.

Inoltre è stata presa in considerazione l'indicazione da parte di alcuni produttori a rientrare nella Tensostruttura della Campania per una questione di coerenza geografica del posizionamento delle cantine irpine e quindi per una più facile individuazione delle stesse da parte dei visitatori della fiera, mantenendo però una distinta identità.

Per venire incontro a tali aspettative la soluzione concordata con VeronaFiere per l'edizione 2016 è stata quella di ampliare la tensostruttura B (quella ospitante le aziende delle altre province campane), identificandola come Campania – Irpinia, garantendo così alla collettiva provinciale una superficie lorda di 2.200 mq con un'area espositiva netta di 1.600 mq e quindi un incremento di circa 400 mq rispetto al 2015.

In tal modo è stato possibile per la Camera organizzare una collettiva di 90 aziende e Consorzi mai così numerosa e qualificata, potendo soddisfare le esigenze espositive delle imprese irpine sia di quelle consolidate che hanno necessità di avere uno spazio adeguato per poter gestire i propri numerosi contatti e sia delle cantine emergenti che ripongono nella vetrina Vinitaly un grande interesse per affermarsi sui mercati.

Per descrivere in modo esaustivo l'attività realizzata dalla Camera in tale occasione è opportuno ricordare le numerose iniziative promozionali e di comunicazione che hanno accompagnato la partecipazione delle imprese irpine alla 50<sup>ma</sup> edizione del Vinitaly.

In primo luogo l'Ente camerale ha aderito all'iniziativa fuori salone di VeronaFiere "Vinitaly and The City", offrendo a 16 aziende irpine aderenti la possibilità di partecipare all'evento



serale nel cuore di Verona rivolto a tutti i wine lovers che ha avuto luogo da venerdì 8 aprile a lunedì 11 aprile.

L'Ente camerale ha poi ospitato nel proprio spazio istituzionale un programma di eventi ed iniziative miranti a promuovere il territorio irpino e le sue produzioni tipiche in una vetrina internazionale in cui sono presenti operatori del settore vitivinicolo, ristorativo ed enogastronomico, pubblicando un apposito avviso per incentivare la candidatura di idee progettuali sotto forma di manifestazione d'interessi da parte di imprese irpine del settore agroalimentare e turistico, associazioni, organismi e istituzioni aventi finalità di promozione economica, culturale e turistica.

Sono state così organizzate degustazioni, showcooking, workshop per far conoscere compiutamente e valorizzare le eccellenze territoriali, le buone pratiche e le identità produttive dell'Irpinia legate al vino, al cibo e all'alimentazione, agli attrattori turistici del territorio irpino.

Lo spazio eventi è stato anche utilizzato per creare occasioni di business per tutti gli operatori di settore e, anche in tal senso, la Camera di Commercio di Avellino si è messa a disposizione delle aziende con degustazioni "su misura" per gruppi di buyers internazionali provenienti da paesi d'interesse quali Germania, Cina, Vietnam, Taiwan, Thailandia nell'ambito di un progetto dell'ICE-Ministero dello Sviluppo Economico denominato Vip Buyer Connect.

Da segnalare anche l'iniziativa Winepression che prevede la selezione di una rosa di giornalisti tra le più qualificate ed influenti nel panorama enologico nazionale. Ogni giornalista viene abbinato ad un massimo di 4 aziende che sottopone alla sua attenzione 2 etichette: gli incontri sono stati distribuiti nell'arco delle giornate di Fiera presso spazi appositamente adibiti presso lo stand camerale, coinvolgendo circa 40 imprese vinicole presenti nella collettiva camerale al Vinitaly che hanno aderito a tale iniziativa e 10 giornalisti.

E' stata realizzata un'intensa attività di comunicazione per promuovere la partecipazione della collettiva al Vinitaly 2016 puntando sul logo "Irpinia terra del Taurasi, Fiano di Avellino, Greco di Tufo" attraverso installazioni in location di grande visibilità come l'aeroporto di Verona e attraverso un'installazione scenografica presso la ~~tensostruttura~~ B di circa 900 mq.



Anche la progettazione dello stand camerale ha attirato l'attenzione dei visitatori verso un territorio dal ricco patrimonio paesaggistico ed artistico, anche attraverso un efficace utilizzo della grafica integrata nella struttura in legno naturale dell'allestimento.

Per venire incontro alle esigenze degli espositori sono state realizzate diverse soluzioni di moduli espositivi, favorendo anche la partecipazione in forma associata in un'ottica di rete, oltre ad assicurare tutti i servizi (attrezzature, arredi, bicchieri, assistenza pre e post fiera) funzionali a cogliere tutte le opportunità offerta da una manifestazione di assoluta rilevanza.

Nel 2016 la Giunta camerale ha deciso di partecipare anche al SOL 2016 Salone Internazionale dell'Agroalimentare di qualità in programma a Verona dal 10 al 13 aprile 2016 in contemporanea con il Vinitaly, prenotando uno spazio nell'ambito dell'area opzionata da Unaprol Consorzio Olivicolo Italiano per valorizzare le produzioni olivicole di qualità delle aziende irpine selezionate con apposito avviso.

La manifestazione rappresenta il principale appuntamento internazionale dedicato all'olio d'oliva extravergine e costituisce l'evento espositivo più significativo per la promozione e la valorizzazione delle produzioni olearie di qualità. Sono state nove le imprese irpine olearie selezionate dalla CCIAA per tale iniziativa.

In occasione del Cibus 2016 tenuto a Parma dal 9 al 12 maggio è stata opzionata un'area espositiva pari a mq. 236,25 e 16 sono state le imprese agroalimentari partecipanti appartenenti a diversi filiere produttive (dolciario, formaggi, oleario, pasta, conserve, ecc.): le stesse hanno avuto la possibilità di presentare al meglio le proprie produzioni di qualità all'interno della manifestazione, grazie alla personalizzazione grafica degli stand, agli strumenti di comunicazione e alle dotazioni di attrezzature forniti dall'Ente camerale per la corretta conservazione ed esposizione dei prodotti agroalimentari e per l'organizzazione di degustazioni.

Passando al bando di contributi per la partecipazione a fiere in Italia e all'estero (stanziamento 300.000,00 euro di cui al massimo il 20% destinato a fiere in provincia) si fa presente che nell'anno 2016 non sono state organizzate in provincia di Avellino manifestazioni fieristiche inserite nel calendario nazionale oggetto di possibili contributi secondo il regolamento camerale e pertanto l'intero fondo di 300.000,00 euro è stato



utilizzato per fiere in Italia (fuori provincia) e all'estero. Di seguito si riporta la situazione aggiornata del bando sulla base dei provvedimenti di ammissione:

- totale imprese ammesse: 80 (di cui 37 per fiere in Italia, 28 UE, 15 Extra UE);
- totale contributo ammesso (prenotato): € 278.514,57 (di cui € 104.533,32 per fiere in Italia, € 107.965,25 Ue, € 66.016,00 Extra UE).

Con riferimento ai progetti specialistici, di seguito una breve sintesi del progetto sul microcredito. Al riguardo si ricorda che nel 2013 è stato destinato uno stanziamento pari a 1.500.000,00 euro, per costituire un fondo di garanzia per il microcredito a favore delle imprese della provincia di Avellino. La gestione del fondo di garanzia è stata affidata tramite procedura di evidenza pubblica a Banca Etica la quale ha offerto rispetto allo stanziamento camerale un moltiplicatore tre prevedendo così di poter erogare fino a 4,5 milioni di euro di finanziamenti.

Nel 2014 è stato emanato il bando per l'accesso al microcredito per le imprese prevedendo l'apertura della prima finestra con scadenza il 30 marzo 2014 con richieste di finanziamento fino ad un massimo di 15.000,00 euro sia da imprese esistenti che da aspiranti imprenditori interessati ad avviare un'impresa in provincia di Avellino.

Il 17 gennaio 2015 il bando è stato riaperto ma a differenza del 2014 la modalità di presentazione delle domande è "a sportello" per cui il bando resta aperto fino ad esaurimento delle risorse finanziarie destinate.

Per la gestione del fondo di garanzia è stato aperto un conto corrente dedicato presso la stessa Banca Etica in cui versare le risorse stanziare in tranches del 20% della dotazione iniziale a copertura dei prestiti erogati: al momento risultano versate quattro tranches per un totale di 1.200.000,00 euro sulla base dei finanziamenti concessi dal soggetto gestore nel rispetto del moltiplicatore contrattuale.

Le domande approvate e finanziate al 31 dicembre sono state 208 per un ammontare complessivo di finanziamenti concessi pari a 2.766.942,00 euro.

Dai dati di Banca Etica il 27% dei prestiti erogati è andato a beneficio delle start-up mentre il 73% a imprese esistenti. Dal punto di vista settoriale questa la situazione percentuale:

settore economico	% microcredito concesso
Agricoltura	7,8
Artigianato	13,2



Industria agroalimentare	6,0
Edilizia	1,8
Commercio	31,1
Bar e ristoranti	15,6
Servizi	24,5
Totale	100,0

Dai report inviati periodicamente da Banca Etica si rileva in primo luogo che dei 198 prestiti concessi n. 6 per un importo totale di 78.100,00 euro sono stati estinti anticipatamente dalle imprese beneficiarie. Inoltre sono individuate le posizioni che presentano rate scadute e non pagate.

Ai sensi dell'art. 14 del citato bando camerale per l'accesso al microcredito - in caso di omesso rimborso delle rate - il beneficiario è diffidato da Banca Etica ad adempiere nel termine perentorio di dieci giorni e in caso di mancato pagamento di tre rate consecutive, Banca Etica e la CCIAA di Avellino adottano i provvedimenti di rispettiva competenza e attivano le procedure di recupero, ricorrendo anche alle procedure legali per il recupero forzoso dei crediti.

A tal riguardo Banca Etica con nota in data 8 giugno 2016 ha informato l'Ente camerale di aver inviato a n. 42 imprese beneficiarie inadempienti intestatarie di finanziamenti - con un numero di rate sospese pari o superiori a n.2 - intimazioni di pagamento e che le stesse non hanno prodotto risultati positivi in termini di rientro.

Per n. 25 delle suddette posizioni Banca Etica ha adottato delibera di revoca del finanziamento prevedendo nel caso di mancato rientro nel termine di 15 giorni dalla revoca l'escussione del fondo di garanzia camerale. Di seguito Banca Etica ha escusso il Fondo di garanzia attivato dall'Ente camerale nell'ambito del citato contratto per il microcredito per n. 14 posizioni insolventi e gli importi specificati comprendenti il capitale residuo, gli interessi contrattuali e di mora, imputando l'importo pari a 194.299,57 direttamente sul citato conto corrente della Camera dedicato.

A seguito dell'avvenuta escussione della garanzia la Banca Etica ha surrogato l'Ente camerale in qualità di garante nel diritto di credito vantato nei confronti delle su elencate imprese inadempienti; di conseguenza è stato deciso di attivare le procedure legali per il recupero forzoso dei crediti nei confronti delle stesse imprese, emanando preliminarmente un avviso pubblico per selezionare un legale al quale affidare l'incarico per tali procedure.



Nel 2016 l'Ente camerale ha aderito alle iniziative di sistema di Unioncamere "Crescere Digitale" e "Crescere Imprenditore" in attuazione di un'apposita convenzione con il Ministero del Lavoro e delle Politiche sociali per offrire ai giovani 15-29 anni che non lavorano e non studiano (NEET) iscritti al programma „Garanzia Giovani" la possibilità di fare un'esperienza concreta nel mondo del lavoro attraverso la realizzazione di un tirocinio formativo in azienda oppure seguendo un percorso formativo e di accompagnamento per la creazione di un'attività d'impresa.

In particolare "Crescere in Digitale" è un progetto nazionale attuato da Unioncamere in partnership con Google e con il supporto fondamentale delle Camere di Commercio. Finanziato con i fondi europei PON (IOG) Iniziativa Occupazione Giovani di Garanzia Giovani a titolarità ministeriale, è volto a promuovere, attraverso l'acquisizione di competenze digitali, l'occupabilità di giovani che non studiano e non lavorano (tra i 18 e i 29 anni) e investire sulle loro competenze per accompagnare le imprese nel mondo di Internet, dando la possibilità di attivare tirocini di 6 mesi indennizzati con 500 euro mensili.

Crescere in digitale finanzia pertanto le imprese, attraverso Garanzia Giovani, nell'attivazione di tirocini rivolti ai giovani sulla comunicazione e il marketing digitale. Lo scopo di questo progetto è di favorire l'inserimento lavorativo dei giovani investendo sulla loro formazione, volta all'acquisizione di competenze digitali di base, nonché l'utilizzo delle principali piattaforme digitali; per raggiungere questo scopo è stato predisposto un training online di 50 ore sul portale di [www.crescereindigitale.it](http://www.crescereindigitale.it), organizzato direttamente da Google, nonché laboratori territoriali dalla durata di due giorni organizzati in tutta Italia, al fine di fare incontrare le aziende con i ragazzi. Al raggiungimento di un numero sufficiente di ragazzi che hanno superato il test online e di aziende iscritte, vengono organizzati i laboratori Territoriali, ai quali i ragazzi possono essere convocati in base alle graduatorie e le aziende sono invitate per conoscere i ragazzi e attivare un tirocinio.

In data 29 gennaio 2016 l'Ente camerale ha aderito al progetto in argomento assumendo il ruolo di Soggetto Promotore dei tirocini formativi in tema di digitalizzazione tra imprese irpine e giovani residenti in provincia di Avellino, avvalendosi del Programma Garanzia Giovani. Presso la sede camerale sono stati ospitati n. 3 laboratori territoriali nell'ambito dei quali sono stati formati complessivamente n. 32 giovani NEET e si sono tenuti colloqui



individuali tra gli stessi NEET e 64 imprese irpine aderenti al progetto finalizzati all'avvio di tirocini formativi. Sono stati 13 i tirocini formativi avviati dalla CCIAA quale soggetto promotore nell'ambito di tale iniziativa.

Il progetto "Crescere imprenditori" finanziato dal PON misura 7.1 sostegno all'autoimpiego e all'autoimprenditorialità in Garanzia Giovani prevede la realizzazione di percorsi formativi per la creazione d'impresa e di accompagnamento per la redazione del business plan da concludersi entro il 31 dicembre 2017 della durata di 80 ore articolato nelle seguenti fasi:

- A. percorso formativo di 60 ore organizzato in uno o più moduli di formazione di base sulla creazione d'impresa in aula o a distanza attraverso live streaming;
- B. percorso di accompagnamento di 20 ore in forma individuale o per piccoli gruppi finalizzato alla redazione di un business plan per l'accesso al credito agevolato Fondo SELFIEmployment per piccoli prestiti misura 7.2.

Al riguardo la Giunta camerale nella seduta del 29 gennaio 2016 ha aderito alla suddetta iniziativa, comunicando un numero di 15 allievi per annualità per un totale di 30 allievi. In data 24 marzo 2016 è stata trasmessa ad Unioncamere la scheda di adesione indicando la realizzazione di n. 2 percorsi di formazione (60 h) ed accompagnamento e assistenza tecnica (20 h) della durata complessiva di 80 ore di cui uno nel 2016 e l'altro da completarsi entro la data del 31 dicembre 2017, a beneficio di 15 allievi per classe per un totale di 30 allievi formati.

*In data 27 maggio Unioncamere ha comunicato la presenza in piattaforma di 16 giovani NEET registrati al programma Garanzia Giovani e che hanno superato il test di accesso a Crescere Imprenditori che hanno manifestato interesse a partecipare al percorso formativo e di accompagnamento organizzato dalla CCIAA di Avellino.*

Vista la necessità di conferire un incarico a strutture specializzate che possano fornire assistenza all'Ente camerale nella realizzazione del descritto percorso destinato ad aspiranti imprenditori in coerenza con le finalità progettuali e con gli obiettivi da conseguire si è ritenuto a tal fine opportuno emanare in primo luogo un avviso di manifestazione d'interesse per la creazione di un elenco di organismi di formazione accreditati da invitare nelle procedure di affidamento per la realizzazione delle attività progettuali.

A seguito dell'emanazione del suddetto avviso pubblico in data 10.6.2016, con successive determinazioni del 30 giugno 2016 e 12 luglio 2016 sono state iscritte n. 25 imprese di



formazione accreditate dalla Regione Campania nell'elenco fornitori finalizzato all'affidamento di incarichi nell'ambito del progetto in argomento e successivamente all'esito della gara è stato individuato il partner tecnico per la realizzazione del percorso formativo che sarà così articolato: n. 10 giornate in aula della durata di 6 ore cadauna e successivamente seguiranno per minigruppi da tre partecipanti n. 10 giornate di accompagnamento specialistico per un totale di 20 ore finalizzate a redigere il business plan della propria idea imprenditoriale.

In materia di energia, si ricorda che la Camera, insieme ad Unioncamere ed altre sei consorelle, ha aderito ad un'iniziativa denominata "SME Energy check up", finanziata nell'ambito del programma comunitario "Intelligent Energy for Europe", alla quale partecipano enti ed agenzie di altri paesi dell'Unione (Olanda, Spagna e Polonia). Il progetto ha l'obiettivo di promuovere il risparmio di energia per le piccole e medie imprese (PMI) operanti nei settori: alberghi, ristoranti, bar, fast food, vendita al dettaglio di prodotti alimentari, vendita di prodotti di genere non alimentari, uffici. L'iniziativa mette a disposizione delle PMI uno strumento di analisi on-line (energy scan) che permette alle imprese di misurare il proprio grado di efficienza energetica e di conoscere quali misure possono essere applicate per ottenere significativi risparmi energetici ed economici. Il progetto, inoltre, intende facilitare il contatto con i produttori e fornitori di servizi e tecnologie che potranno contribuire a realizzare le misure di risparmio energetico.

Nel 2016, nell'ambito di tale progetto, è stato emanato un avviso di manifestazione d'interesse per la formazione di un elenco di fornitori di servizi ed esperti per la diffusione di misure di miglioramento dell'efficienza energetica tra le PMI della provincia e ad organizzare un workshop di lancio del progetto per promuovere la piattaforma web e tutti i servizi attivati per la diffusione di misure di risparmio energetico.

Inoltre in data 24 maggio 2016 è stato organizzato presso la sede camerale un workshop per promuovere l'iniziativa e le finalità progettuali ed è stata l'occasione per una dimostrazione operativa del funzionamento dell'Energy Scan agli imprenditori e consulenti presenti: inserendo i consumi annuali e fornendo alcune indicazioni sugli impianti e sul loro utilizzo al tool gratuito Energy scan l'azienda ottiene un report con un'analisi energetica semplificata che illustra come è utilizzata l'energia in azienda e quali sono le misure consigliate per ridurre i consumi energetici e quindi i costi.



Tra le linee di attività implementate dalla Camera nel 2016 un ruolo significativo ha riguardato la digitalizzazione delle pmi, e l'implementazione della comunicazione istituzionale attraverso i canali social: le attività sono state finalizzate da una parte a definire una proposta di piano di comunicazione istituzionale con individuazione obiettivi, strumenti, canali, risorse da destinare, attraverso la mappatura e l'analisi dei contenuti dei canali social istituzionali attivati; dall'altra sono state realizzate iniziative formative per imprenditori e giovani talenti per lo sviluppo e consolidamento di competenze digitali nel sistema produttivo irpino e per rafforzare il know-how in tema di social comunicazione e marketing.

In tale ambito è stato attuato avvalendosi delle risorse del fondo perequativo 2014 il progetto Ars Digitalia finalizzato a realizzare una prima mappatura e un'analisi degli strumenti camerali, per favorire la riorganizzazione di tali strumenti e, in tal modo, ottimizzare le prestazioni della comunicazione istituzionale, grazie anche al perfezionamento dei servizi on-line offerti dalla CCIAA alle imprese e ai cittadini.

Al fine di concretizzare gli obiettivi progettuali è stata effettuata la formazione di un gruppo di funzionari in grado di gestire periodicamente il sito della Camera e gli altri strumenti social di comunicazione nei suoi continui e necessari aggiornamenti.

Il progetto Ars Digitalia è stato affiancato all'iniziativa Eccellenze in digitale giunta alla sua terza edizione. Anche quest'anno Eccellenze in digitale è stato accolto positivamente dalle aziende irpine, sono state infatti ricevute 65 manifestazioni di interesse dalla CCIAA di Avellino. In cifre, in soli 6 mesi sono state effettuate 52 attività di assistenza tecnica face to face tra i due borsisti selezionati da Unioncamere che hanno operato presso la CCIAA di Avellino e le aziende coinvolte. Otto PMI sono state inserite su Google MyBusiness e sono ora più facilmente raggiungibili dagli utenti grazie alla geolocalizzazione operata da Google Maps. Due aziende sono state portate da "offline" a "online", hanno cioè realizzato il loro primo sito web aziendale. 10 aziende hanno inoltre deciso di inserire i codici di monitoraggio di Google analytics all'interno del proprio sito web aziendale al fine di favorire la raccolta dati e migliorare le prestazioni digitali della propria piattaforma. Questi sono solo alcuni dei numeri realizzati nell'ambito del progetto di digital marketing.



Il seminario "Dall'Irpinia al mondo attraverso il web" tenuto il 18 marzo 2016, rientrava nell'ambito dell'iniziativa "Made in Italy: Eccellenze in digitale" e "Ars Digitalia" per la digitalizzazione delle PMI ed è stato realizzato in partnership con Unioncamere e Google. L'incontro è stato un workshop operativo, dedicato alla creazione, alla gestione e alla lettura dei dati statistici di un sito web aziendale. A tal fine, sono state realizzate due presentazioni, di cui la prima incentrata su come creare un sito web mentre la seconda su come monitorare un sito web e come si leggono i relativi dati statistici sulla piattaforma googleanalytics.it. Al seminario si sono iscritte 40 aziende e le partecipanti sono state 23.



## Le partecipazioni

Il portafoglio delle partecipazioni camerali è composto come segue:

SETTORE	Denominazione Società	Capitale sociale al 31/12/2016	% partecipazione al 31/12/2016
Sistema Camerale	<b>INFOCAMERE S.C.P.A.</b>	€ 17.670.000,00	0,03%
Sistema Camerale	<b>TECNO HOLDING S.P.A.</b>	€ 25.000.000,00	0,24%
Sistema Camerale	<b>BORSA MERCI TELEMATICA S.C.P.A.</b>	€ 2.387.372,16	0,31%
Sistema Camerale	<b>TECNOSERVICE</b>	€ 1.131.941,00	0,06%
Sistema Camerale	<b>I.S.N.A.R.T. S.C.P.A.</b>	€ 994.500,00	0,20%
Sistema Camerale	<b>RETECAMERE S.C.R.L.</b>	€ 900.000,00	0,19%
Sistema Camerale	<b>AGROQUALITA'</b>	€ 1.999.999,68	3,71%
Sistema Camerale	<b>IC OUTSOURCING S.C.R.L.</b>	€ 372.000,00	0,02%
Sistema Camerale	<b>JOB CAMERE S.R.L.</b>	€ 600,00	0,02%
Sistema Camerale	<b>ECOCERVED S.C.R.L.</b>	€ 2.500.000,00	0,02%
Sistema Camerale	<b>UNIVERSITAS MERCATORUM</b>	€ 324.102,29	0,62%
Ricerca ed Innovazione	<b>BIOGEM S.C.R.L.</b>	€ 197.600,00	15,79%

In materia di partecipazioni, la Camera di Commercio di Avellino nel corso del biennio 2014/2015 ha dato inizio alle procedure di dismissione della propria presenza nel panorama azionario di Tecnoservicecamere S.c.p.a., di Borsa Merci Telematica S.c.p.a. e di Tecno Holdign S.p.a.



## 2.3 I RISULTATI RAGGIUNTI

La Camera di Commercio di Avellino ha cercato di interpretare a pieno il dettato normativo (D.Lgs. n.150/09) intervenuto al fine di disciplinare il Ciclo di gestione della Performance. Nel fare ciò, ha adottato metodologie e strumenti a supporto del processo di redazione del Piano della Performance e, a consuntivo, della presente Relazione della Performance. L'approccio seguito dalla Camera di Commercio di Avellino ha permesso di strutturare la rappresentazione della performance secondo un processo di scomposizione e di collegamento ideale tra gli elementi costituenti il mandato e la mission istituzionale, sistemizzando i contenuti definiti dapprima nel Programma Pluriennale e, in seguito, nella Relazione Previsionale e Programmatica.

La propria azione è stata disegnata in tre aree strategiche, che al loro interno sviluppano una serie di obiettivi strategici, concepite in modo da rispondere in maniera trasversale alle esigenze della comunità economica (Piano della Performance 2014/2016 approvato con delibera dell'Ente n. 2/18 del 31/01/2013).

Allo stesso tempo è stato sviluppato un sistema di reporting che in modo grafico permette di evidenziare con dei colori il livello di realizzazione dell'obiettivo rispetto al target prefissato come di seguito evidenziato.

RISULTATI RAGGIUNTI	
<b>Obiettivo non raggiunto</b>	
<b>Obiettivo parzialmente raggiunto</b>	
<b>Obiettivo raggiunto</b>	



Si elencano di seguito i risultati raggiunti per ciascun Obiettivo Strategico/Obiettivo Operativo:

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

OBIETTIVI STRATEGICI	OBIETTIVI OPERATIVI		
IA) MIGLIORAMENTO NELL'ACCESSO E NELLA FRUIZIONE DEI SERVIZI CAMERALI	Rendere più efficace la comunicazione esterna della Camera per essere più vicini alle imprese e ai cittadini	Obiettivo raggiunto	
	Cooperazione con le istituzioni scolastiche e universitarie	Obiettivo raggiunto	
IB) 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	Obiettivo raggiunto	
	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	Obiettivo parzialmente raggiunto	
	Partecipazione a progetti di e-government per la PA digitale, anche a livello europeo	Obiettivo raggiunto	
	Iniziative per garantire la corretta conservazione sostitutiva dei documenti informatici	Obiettivo raggiunto	
	IC) PROMOZIONE DEGLI STRUMENTI DI REGOLAZIONE DEL MERCATO E DI ADR	Iniziative per la promozione dei sistemi alternativi di risoluzione delle controversie e gli altri strumenti di regolazione del mercato	Obiettivo raggiunto



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

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

*M.*



## AREA STRATEGICA III

### PROMUOVERE IL RINNOVAMENTO DELLA CAMERA

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

In totale su 22 obiettivi operativi 2 sono stati parzialmente raggiunti mentre per tutti gli altri il risultato è stato raggiunto.



### **3. OBIETTIVI:**

### **RISULTATI RAGGIUNTI E SCOSTAMENTI**



### 3.1 Albero della Performance

La Camera di Commercio di Avellino ha delineato il proprio albero della performance secondo uno schema logico in grado di rappresentare, anche graficamente, i seguenti legami:

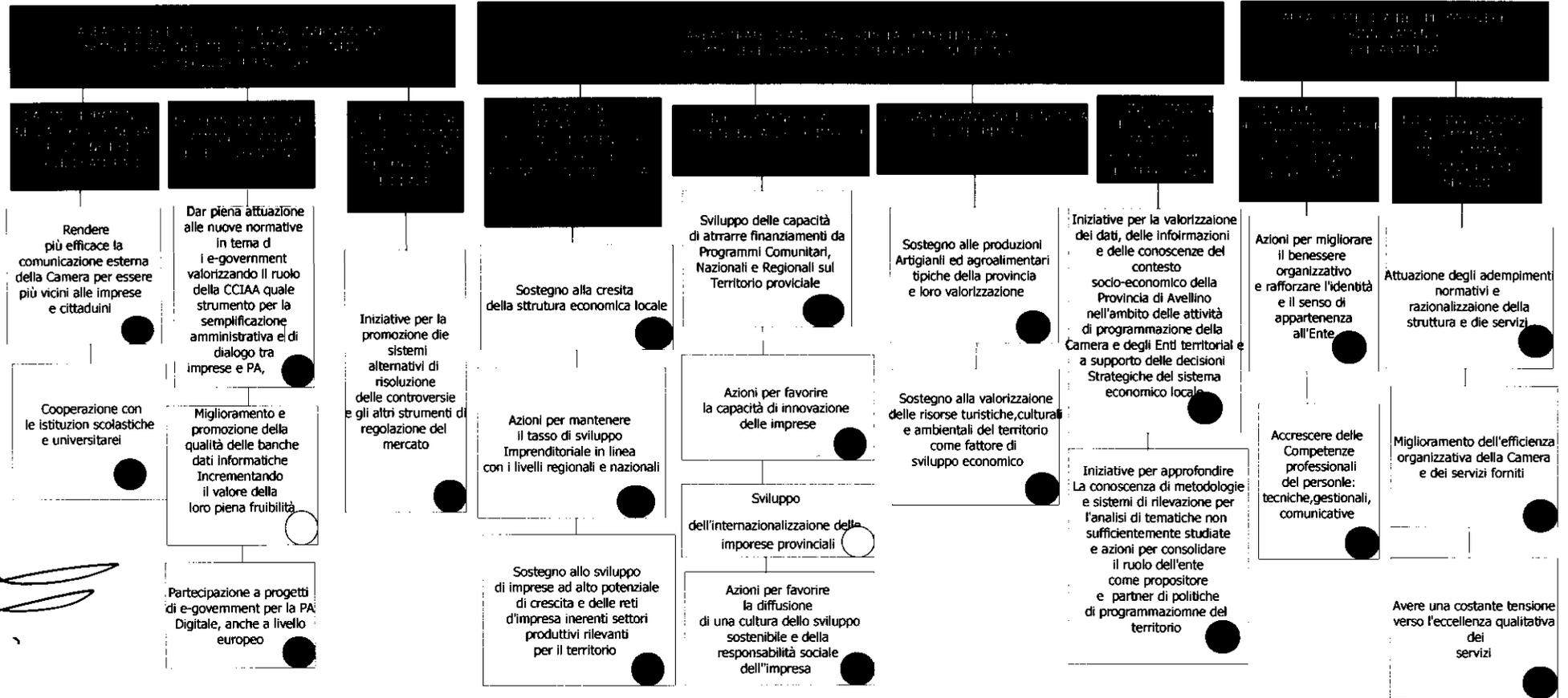
**Mission:** ragione d'essere e l'ambito in cui la CCIAA di Avellino opera in termini di politiche e di azioni perseguite.

**Aree Prioritarie Strategiche:** linee di azione in cui vengono idealmente scomposti e specificati il mandato istituzionale, la missione e la visione. L'area strategica può riguardare un insieme di attività, di servizi o di politiche. La definizione delle aree strategiche scaturisce da un'analisi congiunta dei fattori interni e dei fattori di contesto esterno. Rispetto alle aree strategiche sono definiti gli obiettivi strategici, da conseguire attraverso adeguate risorse e piani d'azione.

**Obiettivi Strategici:** descrizione di un traguardo che l'organizzazione si prefigge di raggiungere per eseguire con successo le proprie aree strategiche.

Di seguito si riporta la rappresentazione visuale sintetica e d'insieme della performance conseguita dalla Camera di commercio. In sostanza si ripropone la modalità già utilizzata nel Piano della performance dell'anno 2012 attraverso la quale si rappresentano i nessi tra le aree strategiche (outcome), gli obiettivi strategici, gli obiettivi operativi. La modalità di visualizzazione degli obiettivi raggiunti è quella del classico "semaforo" come segue.

	Obiettivo non raggiunto
	Obiettivo parzialmente raggiunto
	Obiettivo raggiunto





## 3.2 Aree strategiche e obiettivi strategici

Per l'annualità 2016, il Piano della performance della CCIAA di Avellino è stato redatto in linea con la volontà del legislatore prevedendo che tra ciclo di gestione della performance e attività di programmazione e rendicontazione economico – finanziaria esista una connessione e condivisione di intenti, piani ed obiettivi.

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 580/93 , come riformata dal Decreto Legislativo n. 23 del 15.02.2010.

La *mission* può essere così sintetizzata "L'Ente è sempre più vicina alle imprese per lo sviluppo dell'economia locale attraverso il miglioramento continuo, la semplificazione e l'innovazione dei servizi offerti".

Per perseguire la sua *mission* ha inteso:

- 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.

L'Ente per poter meglio realizzare la sua mission, dedica una specifica sezione al monitoraggio di aspetti che riguardano l'andamento economico – finanziario della gestione, nonché alla politica di ripartizione del personale tra i servizi camerale.

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 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.

### Gli obiettivi operativi

Si elencano di seguito gli obiettivi operativi individuati per ciascuna delle tre Aree strategiche:

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

OBIETTIVI STRATEGICI	OBIETTIVI OPERATIVI
IA) EVOLUZIONE DEI LIVELLI DI ACCESSO E FRUIZIONE DEI SERVIZI	<p><b>Iniziativa per rendere più efficace la comunicazione esterna della Camera</b></p> <p><b>Cooperazione con le istituzioni scolastiche e universitarie</b></p>
IB) RAZIONALIZZAZIONE DELL'AZIONE AMMINISTRATIVA	<p><b>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</b></p> <p><b>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</b></p> <p><b>Partecipazione a progetti di e-government per la PA digitale, anche a livello europeo</b></p> <p><b>Iniziativa per garantire la corretta conservazione sostitutiva dei documenti informatici</b></p>
IC) INCENTIVARE GLI STRUMENTI DI REGOLAZIONE DEL MERCATO E DI ADR	<p><b>Iniziativa per la promozione dei sistemi alternativi di risoluzione delle controversie e gli altri strumenti di regolazione del mercato</b></p>



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

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

## AREA STRATEGICA III PROMUOVERE IL RINNOVAMENTO DELLA CAMERA

OBIETTIVI STRATEGICI	OBIETTIVI OPERATIVI
IIIA) BENESSERE ORGANIZZATIVO INTERNO E CRESCITA 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
IIIB) AGGIORNAMENTO NORMATIVO E	Iniziative per assicurare autonomia operativa del personale e qualità del servizio Attuazione degli adempimenti normativi e razionalizzazione della struttura e dei servizi



### 3.3 Obiettivi e piani operativi

**Come da Allegato che si compone da n. 9 pagine.**



### 3.4 Obiettivi Individuali

Gli obiettivi individuali sono quelli afferenti all'unico dirigente della Camera di Commercio di Avellino: il Segretario Generale.

#### ELENCO OBIETTIVI DEL SEGRETARIO GENERALE ANNO 2016

LINEA PRIORITARIA	OBIETTIVO STRATEGICO	OBIETTIVI OPERATIVI	PESO	RISULTATI RAGGIUNTI	
I	IA, IB, IC	Attuazione programma promozionale con riferimento ai bandi, alle fiere ed ai corsi di formazione professionali previsti per il 2016	40%	38%	Obiettivo parzialmente raggiunto
I	IA, IB, IC, IIA	Promozione delle infrastrutture, della ricerca e dell'innovazione e della formazione per le imprese	40%	26%	Obiettivo parzialmente raggiunto
I	IA, IC	Miglioramento accesso al credito o fondo di garanzia per le aziende che operano nei mercati internazionali	5%	4%	Obiettivo parzialmente raggiunto
III	IIIA, IIIB	Miglioramento qualità dei servizi	15%	15%	Obiettivo raggiunto
		<b>TOTALE</b>	<b>100%</b>	<b>83%</b>	



LINEA PRIORITARIA	OBIETTIVO STRATEGICO	OBIETTIVO OPERATIVO	RISULTATO RAGGIUNTO	INDICATORE
I	I A I B I C	<b>ATTUAZIONE PROGRAMMA PROMOZIONALE ANNO 2016:</b>  con riferimento ai bandi ed ai corsi di formazione professionale	18%	- Emanazione di bandi di contributi - Conclusione istruttoria bandi e realizzazione corsi di formazione
			20%	- Emanazione bando per la partecipazione a Fiere e missioni - Realizzazione Fiere collettive programma
I	IA IB IC IIA	<b>Promozione delle infrastrutture, della ricerca e dell'innovazione e della formazione per le imprese</b>	10%	-Attivazione sportello assistito R.I. Per le imprese individuali – apertura DESK
			10%	-Attivazione sezione speciale R.I. Su alternanza scuola lavoro
			6%	- Tre attività di comunicazione sulle iniziative del R.I.
			-	- Avvio progetto nuove imprese
I	IA IC	<b>Miglioramento accesso al credito o fondo di garanzia per le aziende che operano nei mercati internazionali</b>	4%	- Avvio procedure di recupero insolvenze su microcredito
III	IIIA IIIB	<b>Miglioramento qualità dei servizi resi</b>	5%	-percentuale di pratiche evase dal R.I. Superiore al 90% di quelle ricevute



			5%	- analisi dati per il progetto di fusione della Camera di Avellino ex l. 124/2015
			5%	- presentazione dei dati agli organi camerali
			83%	



## 4. RISORSE, EFFICIENZA ED ECONOMICITA'



## 4.1 GLI INDICATORI DI SALUTE ORGANIZZATIVA: IL SISTEMA INFORMATIVO PARETO

Il Sistema individuato permette di monitorare lo stato di salute dell'amministrazione, attraverso specifici indicatori di equilibrio economico-patrimoniale, indicatori finanziari, indicatori di struttura, indicatori sulla performance dei servizi.

Gli indicatori adottati sono stati elaborati ai sensi dell'art. 35 del D.P.R. n. 254 del 2005.

Gli indicatori e i relativi valori che emergono, vengono adoperati per:

- valutare la performance attesa attraverso la comparazione con i risultati conseguiti dalle altre Camere di Commercio;
- individuare, in sede di pianificazione, il target atteso.

Di seguito i principali indicatori Pareto utilizzati a livello di Sistema Camerale calcolati sulla base dei risultati dell'ultimo bilancio consuntivo approvato della Camera di Commercio di Avellino.

### 1. INTERVENTI ECONOMICI E NUOVI INVESTIMENTI

COSA MISURA	FORMULA	2015
Misura il valore medio di interventi economici e nuovi investimenti in immobilizzazioni materiali, immateriali e finanziarie per impresa attiva	INTERVENTI ECONOMICI + INVESTIMENTI / IMPRESE ATTIVE	99,39

### 2. COSTI PER PROMOZIONE PER IMPRESA ATTIVA

COSA MISURA	FORMULA	2015
Misura il valore medio dei costi promozionali per impresa attiva	INTERVENTI ECONOMICI / IMPRESE ATTIVE	95,74

### 3. SCOMPOSIZIONE PROVENTI CORRENTI (DIRITTO ANNUALE)

COSA MISURA	FORMULA	2015
Misura l'incidenza delle entrate da diritto annuale sul totale dei proventi correnti	DIRITTO ANNUALE / PROVENTI CORRENTI	71,11%



#### 4. SCOMPOSIZIONE PROVENTI CORRENTI (CONTRIBUTI, TRASFERIMENTI E ALTRE ENTRATE)

COSA MISURA	FORMULA	2015
Misura l'incidenza di contributi, trasferimenti e altre entrate	CONTRIBUTI, TRASFERIMENTI E ALTRE ENTRATE/ PROVENTI CORRENTI	7,71%

#### 5. ECONOMICITA' DEI SERVIZI

COSA MISURA	FORMULA	2015
Misura il rapporto tra i proventi generati dalla Camera di commercio (al netto delle entrate da Diritto annuale e da diritti di segreteria) rispetto agli oneri "operativi"	(PROVENTI CORRENTI - (D.A+D.S.)/ ONERI OPERATIVI (Person. + Funz. + Amm.ti+Acc.ti)	10,15%

#### 6. MARGINE DI TESORERIA

COSA MISURA	FORMULA	2015
Misura la capacità dell'Ente camerale di far fronte ai debiti a breve termine (ossia quelli con scadenza entro 12 mesi) mediante la liquidità disponibile o con i crediti a breve	(LIQUIDITA' IMMEDIATE+ DIFFERITE)/ PASSIVO CORRENTE	6,282

#### 7. CASH FLOW

COSA MISURA	FORMULA	2015
Misura la liquidità netta prodotta o consumata nell'esercizio in rapporto ai proventi correnti	(Cassa finale 31/12/T - Cassa iniziale)/ PROVENTI CORRENTE	-17,49%



## 5. IL PROCESSO DI REDAZIONE SULLA PERFORMANCE



## 5 Il Processo di redazione della relazione sulla performance

Per la Camera di Commercio di Avellino, il ciclo di gestione della performance costituisce ancora un'innovazione incrementale di miglioramento del processo di pianificazione, programmazione e controllo esistente, piuttosto che una radicale novità.

Con l'entrata in vigore del "nuovo" regolamento per la disciplina della gestione patrimoniale e finanziaria delle Camere di Commercio (DPR n. 254/2005 – nel seguito "regolamento"), l'Ente camerale ha, difatti, già adottato processi e strumenti di pianificazione, programmazione e controllo sostanzialmente coerenti con le previsioni del decreto legislativo 27 ottobre 2009, n. 150.

Il processo di redazione della Relazione della Performance s'inserisce, pertanto, nell'ambito del più complessivo processo di pianificazione strategica, programmazione e controllo dell'Ente.

La redazione della relazione sulla performance s'incastra dunque in un quadro di partenza strutturato e ispirato ai medesimi principi di programmazione, misurazione e valutazione. La relazione sistematizza il lavoro realizzato dall'Ente e già formalizzato nei diversi documenti di programmazione 2014 e da conto dell'impegno profuso negli ultimi anni per la realizzazione di una gestione orientata al risultato.

Con la redazione della Relazione sulla Performance la Camera di Commercio di Avellino dispone di un ulteriore strumento per rendere partecipe la comunità provinciale degli obiettivi che l'Ente si è dato, garantendo trasparenza e intelligibilità verso i suoi interlocutori: le imprese, le associazioni, le altre istituzioni pubbliche, i consumatori, i lavoratori dipendenti, i singoli cittadini e tutti i portatori di interesse rilevanti. La relazione sulla Performance consente, dunque, alla Camera di intraprendere un altro percorso, che affianca gli altri già avviati, di dialogo con la collettività tutta nella consapevolezza di dover continuare a lavorare in un'ottica di miglioramento continuo.



## **5.1 Fasi, soggetti, tempi e responsabilità**

A seguire le fasi ed i soggetti responsabili del processo di redazione della performance.

### **I FASE**

**Monitoraggio continuo legislazione, analisi normativa e delle linee guida del Dipartimento della Funzione Pubblica**

**Soggetti responsabili:** Segretario Generale, Responsabile Area I;

### **II FASE**

**Avvio attività di rendicontazione, raccolta ed elaborazione dei dati di monitoraggio annuale**

#### **a) Soggetti responsabili dell'invio dati:**

1. Responsabile Area I per i dati relativi al raggiungimento degli obiettivi strategici assegnati;
2. Responsabile Area II per i dati relativi al raggiungimento degli obiettivi strategici assegnati
3. Responsabile Area III per i dati relativi al raggiungimento degli obiettivi strategici assegnati

#### **b) Soggetti responsabili della raccolta dei dati e della loro elaborazione:**

Segretario Generale, Responsabile Area I;

### **III FASE**

**Stesura e redazione della Relazione sulla performance**

Soggetti responsabili della redazione: Segretario Generale, Responsabile Area I;

### **IV FASE**

**Adozione della Relazione sulla performance e trasmissione all'OIV per la sua validazione**

Soggetti responsabili: Segretario Generale;

### **V FASE**

**Validazione della Relazione sulla performance da parte dell'OIV**

Soggetto responsabile: OIV.

**Presenza d'atto della validazione e conseguente provvedimento su incentivo**

Soggetto responsabile: Giunta.

**IL SEGRETARIO**

(Dott.ssa Federica Vozzella)

**IL PRESIDENTE**

(Ing. Oreste Pietro Nicola La Stella)

## OBIETTIVI E PIANI OPERATIVI – ALLEGATO

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

<b>Indicatore obiettivo strategico</b>	<b>Numero di servizi offerti on line</b>
--	--

<b>Target 2016</b>	<b>Risultati 2016</b>	<b>Raggiungimento obiettivo</b>
<b>6</b>	<b>6</b>	<b>Obiettivo raggiunto</b>

obiettivi operativi 2016	programmi 2016	progetti/azioni 2016	indicatori	target	Risultati ottenuti	Raggiungimento obiettivo
Rendere più efficace la comunicazione esterna della Camera per essere più vicini alle imprese e cittadini	Miglioramento comunicazione sul web	1) Attività di comunicazione sui servizi camerali (tre iniziative nell'anno), 2) Avvio del progetto sperimentale del fascicolo d'impresa (entro giugno 2016)	Numero servizi offerti online	6	6	
Cooperazione con le istituzioni scolastiche e universitarie	Progetti scuola – lavoro – orientamento	Attivazione sezione speciale R.I. Su alternanza scuola – lavoro entro il 28 febbraio 2016	Numero incontri Scuola – Università	10	15	



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

<b>Indicatore obiettivo strategico:</b>	<b>Grado di diffusione dei servizi telematici presso il tessuto economico locale</b>
---	--

Target 2016		Risultati 2016 alla luce delle previsioni per il consuntivo 2016		Raggiungimento obiettivo		
85%		94%		Obiettivo parzialmente raggiunto		
obiettivi operativi 2016	programmi 2016	progetti/azioni 2016	indicatori	target	Risultati ottenuti	Raggiungimento obiettivo
Dare piena attuazione alle nuove normative in tema di e- government valorizzando il ruolo della CCIAA quale strumento per la semplificazione amministrativa e di dialogo tra imprese e PA	Miglioramento servizi della Comunicazione Unica per la nascita dell'impresa e del SUAP	<b>INIZIATIVE:</b> 1) Prosecuzione attività di cancellazione d'ufficio; 2) Attivazione sportello assistito R.I. Per le imprese individuali (apertura desk entro il 15 aprile 2016); 3) Organizzazione di due incontri formativi sulle nuove funzioni connesse al CPA SUAP 8entro novembre 2016)	N. incontri con Enti terzi	3	3	
			Rispetto dei tempi di evazione delle pratiche Registro Imprese in termini percentuali	70%	70%	
			N. di servizi erogati o gestiti on line	3	3	
			Grado di diffusione dei servizi telematici presso il tessuto economico locale in termini percentuale	85%	80%	
Miglioramento e promozione della qualità delle banche dati incrementando il valore della loro piena fruibilità	Multicanalità dei servizi amministrativi per le imprese		Tempi medi di lavorazione delle pratiche telematiche Registro Imprese	8 gg	8 gg	

Partecipare a progetti di e-government per la PA digitale, anche a livello europeo	<b>Progetti di e-government</b>		<b>Imprese/organizzazioni /enti partecipanti</b>	<b>30</b>	30	
--	---------------------------------	--	--	-----------	----	---



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

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

<b>Target 2016</b>	<b>Risultati 2016</b>	<b>Raggiungimento obiettivo</b>
<b>+ 50%</b>	<b>+ 50 %</b>	<b>Obiettivo raggiunto</b>

obiettivi operativi 2016	programmi 2016	progetti/azioni 2016	indicatori	target	Risultati ottenuti	Raggiungimento obiettivo
Iniziativa per la promozione dei sistemi alternativi di risoluzione delle controversie e gli altri strumenti di regolazione del mercato	Conciliazione, mediazione e arbitrato	<b>CORSI DI FORMAZIONE DA REALIZZARSI ENTRO L'ANNO:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Mediatori civili (n. 1 edizione);</li> <li>2) Corso di aggiornamento professionale per mediatori (almeno n. 2 edizioni)</li> <li>3) Attivazione di un percorso formativo per figure professionali che vogliono occuparsi della gestione delle imprese confiscate alle mafie</li> </ol> <b>INIZIATIVE:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Revisione dinamica elenco dei mediatori (entro novembre 2016);</li> <li>2) Potenziamento del servizio di vigilanza (5% di ispezioni in più rispetto al 2015);</li> <li>3) Incremento delle mediazioni gestite a distanza (10% delle mediazioni pervenute);</li> <li>4) Implementazione punto di ascolto e scuola di legalità 2 ° edizione (entro giugno 2016);</li> <li>5) Protocolli d'intesa (2 entro l'anno)</li> </ol>	Livello di diffusione del servizio di Conciliazione/Mediazione in termini percentuali	+ 50%	+ 50%	
	Promozione intensificazione delle attività di ADR e vigilanza		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	3	3	
			Diffusione delle visite metrologiche di controllo sul tessuto economico provinciale	+ 5%	+ 5%	

<b>AREA</b>	<b>AREA STRATEGICA II - FAVORIRE IL CONSOLIDAMENTO E LO SVILUPPO DEL SISTEMA ECONOMICO LOCALE</b>
Obiettivo strategico	<b>II A . Favorire la nascita delle imprese, il consolidamento e lo sviluppo del sistema economico locale</b>
Indicatore obiettivo strategico	<b>Grado di utilizzo delle risorse stanziato per gli interventi economici della Camera di Commercio</b>

<b>Target 2016</b>	<b>Risultati 2016 alla luce delle previsioni per il consuntivo 2016</b>	<b>Raggiungimento obiettivo</b>
<b>66%</b>	<b>94%</b>	<b>Obiettivo raggiunto</b>

obiettivi operativi 2016	programmi 2016	progetti/azioni 2016	indicatori	target	Risultati ottenuti	Raggiungimento obiettivo
Sostegno alla crescita della cultura economica locale	Iniziative per incrementare la solidità della struttura economica locale	<b>CORSI DI FORMAZIONE DA REALIZZARSI ENTRO L'ANNO:</b> 1) Seminari e giornate formative aventi ad oggetto la cultura di impresa (almeno 3 iniziative)	Numero imprese iscritte assistite dalla CCIAA	1000	1030	
Azioni per mantenere il tasso di sviluppo imprenditoriale in linea con i livelli regionali e nazionali	Nuove imprese iscritte/imprese attive in termini percentuali	<b>INIZIATIVE:</b> 1) Premio per le giovani imprese (organizzare entro il 30 giugno con 3 imprese premiate) <b>-Attività non realizzata</b>	Nuove imprese iscritte /imprese attive in termini percentuali	6%	6%	
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 e seminari	2) Concessione di contributi per imprese che investono in innovazione tecnologica (realizzare l'iniziativa entro fine anno) 3) Avvio progetto nuove imprese – start up e imprese appena iscritte (entro luglio 2016) <b>-Attività non realizzata</b>	Sostegno delle imprese ad alto potenziale con particolare riferimento alle reti di impresa	300	350	



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

<b>Indicatore obiettivo strategico</b>	<b>Grado di utilizzo delle risorse stanziare per gli interventi economici della Camera di Commercio</b>
--	---

<b>Target 2016</b>	<b>Risultati 2016 alla luce delle previsioni per il consuntivo 2016</b>	<b>Raggiungimento obiettivo</b>
<b>66%</b>	<b>94%</b>	<b>Obiettivo raggiunto</b>

obiettivi operativi 2016	programmi 2016	progetti/azioni 2016	indicatori	target	Risultati ottenuti	Raggiungimento obiettivo
<b>Sviluppo delle capacità di attrarre finanziamenti da programmi Comunitari, Nazionali e Regionali sul territorio provinciale</b>	<b>Promozione di programmi di finanziamento</b>	<b>CORSI DI FORMAZIONE DA REALIZZARSI ENTRO L'ANNO:</b>  1) Seminari su sviluppo sostenibile delle imprese (ambiente ed energie alternative).	<b>Durata settimanale del relativo sportello della Camera</b>	<b>21,5 ore</b>	<b>21,5 ore</b>	
<b>Azioni per favorire la capacità di innovazione delle imprese</b>	<b>Iniziative per l'innovazione tecnologica</b>	<b>INIZIATIVE:</b>  1) Organizzazione di partecipazioni collettive a fiere internazionali in Italia e all'estero (almeno 2 partecipazioni collettive entro l'anno); 2) Partecipazione ad almeno 1 iniziativa del sistema camerale sul tema dell'internazionalizzazione; 3) Verifiche sui contributi erogati alle aziende negli precedenti (almeno n. 20 verifiche entro l'anno); - <b>Attività non realizzata</b> 4) Un'iniziativa specialistica sul tema dell'integrazione tra formazione scolastica e mondo del lavoro entro l'anno.	<b>Durata di apertura al pubblico dello sportello brevetti e marchi</b>	<b>21,5 ore</b>	<b>21,5 ore</b>	
<b>Sviluppo dell'internazionalizzazione delle imprese provinciali</b>	<b>Partecipazione a progetti di sviluppo condivisi</b>		<b>Numero di attività di, workshop e seminari realizzati sul tema dell'internazionalizzazione</b>	<b>10</b>	<b>12</b>	
	<b>Sviluppo di strumenti informativi e di servizi a supporto dei processi di internazionalizzazione</b>					



	<b>Sostenere il programma di sviluppo dell'internazionalizzazione</b>		<b>Beneficiari contribuiti missioni all'estero</b>	<b>50</b>	<b>43</b>	
--	---	--	--	-----------	-----------	---

*[Handwritten signature]*

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

Indicatore obiettivo strategico	<b>Grado di utilizzo delle risorse stanziare per gli interventi economici della Camera di Commercio</b>	
<b>Target 2016</b>	<b>Risultati 2016 alla luce delle previsioni per il consuntivo 2016</b>	<b>Raggiungimento obiettivo</b>
<b>66%</b>	<b>95,00%</b>	<b>Obiettivo raggiunto</b>

obiettivi operativi 2016	programmi 2016	progetti/azioni 2016	indicatori 2016	Target	Risultati raggiunti	Raggiungimento obiettivo
Sostegno alle produzioni artigianali ed agroalimentari tipiche della provincia e loro valorizzazione	Artigianato ed agroalimentare tipico e promozione delle produzioni tradizionali	<b>CORSI DI FORMAZIONE DA REALIZZARSI ENTRO L'ANNO:</b> 1) Etichettatura e sicurezza alimentare  <b>INIZIATIVE:</b> 1) Organizzazione di una collettiva di imprese per la fiera CIBUS; 2) Valorizzazione dei prodotti DOP e IGP del territorio con specifico riferimento alle produzioni ulteriori rispetto a quelle enologiche (iniziativa da realizzarsi entro fine anno); 3) Organizzazione della collettiva camerale per Vinitaly 2016.	Imprese partecipanti ai programmi camerale sulle Eccellenze locali	100	125	
			Partecipanti mostre/fiere/incontri B2B (commercio interno)	100	140	
Sostegno alla valorizzazione delle risorse culturali e ambientali del territorio come fattore di sviluppo economico	Azioni di valorizzazione e promozione del territorio		Iniziative realizzate per promozione economica del settore turistico	1	2	

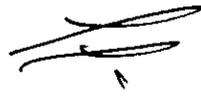


<b>AREA</b>	<b>AREA STRATEGICA II - FAVORIRE IL CONSOLIDAMENTO E LO SVILUPPO DEL SISTEMA ECONOMICO LOCALE</b>
Obiettivo strategico	<b>II D. Promuovere l'informazione economico – statistica e le politiche del territorio</b>

Indicatore obiettivo strategico	<b>Report di interesse statistico economico</b>
---------------------------------	---

<b>Target 2016</b>	<b>Risultati 2016</b>	<b>Raggiungimento obiettivo</b>
<b>11</b>	<b>11</b>	<b>Obiettivo raggiunto</b>

obiettivi operativi 2016	programmi 2016	progetti/azioni 2016	indicatori 2016	Target	Risultati raggiunti	Raggiungimento obiettivo
Iniziativa per la valorizzazione dei dati, delle informazioni e delle conoscenze del contesto socio-economico per la programmazione del sistema economico locale	L'informazione economica-statistica e la sua diffusione	<b>INIZIATIVE:</b> 1) Pubblicazioni di carattere economico – statistico (realizzazione di n. 4 pubblicazioni entro l'anno); 2) Organizzazione della giornata dell'economia (entro giugno 2016) <b>Attività realizzata a livello di Unione Regionale delle Camere Camere</b>	<b>Report di interesse economico – statistico prodotti</b>	4	4	
	Bollettino informativo economico statistico periodico di tipo elettronico			4	4	
Iniziativa 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 proponente e partner di politiche di programmazione del territorio	L'osservazione economica attraverso studi ed analisi			3	3	

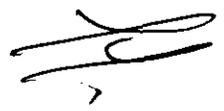


<b>AREA</b>	<b>AREA STRATEGICA III - PROMUOVERE IL RINNOVAMENTO DELLA CAMERA</b>
Obiettivo strategico	<b>III A . Benessere organizzativo interno e sviluppo professionale del personale</b>

Indicatore obiettivo strategico	<b>Incidenza dei costi di struttura sul totale proventi correnti</b>
---------------------------------	--

<b>Target 2016</b>	<b>Risultati 2016 alla luce delle previsioni per il consuntivo 2016</b>	<b>Raggiungimento obiettivo</b>
<b>65%</b>	<b>88%</b>	<b>Obiettivo non raggiunto</b>

obiettivi operativi 2016	programmi 2016	progetti/azioni 2016	indicatori 2016	Target	Risultati raggiunti	Raggiungimento obiettivo
Azioni per migliorare il benessere organizzativo e rafforzare l'identità e il senso di appartenenza all'Ente	Benessere Organizzativo	<b>INIZIATIVE:</b> 1) Indagine sul benessere organizzativo del personale (entro luglio 2016);	Numero contenziosi extragiudiziali interni alla Camera inerenti l'attività lavorativa promossi nell'anno "n" dal personale a tempo indeterminato	0	0	
			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	Formazione camerale	Sistema professionale delle competenze	Numero di dipendenti a tempo indeterminato partecipanti a corsi di formazione nell'anno	20	38	



<b>AREA</b>	<b>AREA STRATEGICA III - PROMUOVERE IL RINNOVAMENTO DELLA CAMERA</b>
<b>Obiettivo strategico</b>	<b>III B. Innovazione normativa e miglioramento continuo dei servizi interni</b>

<b>Indicatore obiettivo strategico:</b>	<b>Incidenza dei costi del personale sul totale dei proventi correnti</b>
---	---

<b>Target 2016</b>	<b>Risultati 2016 alla luce delle previsioni per il consuntivo 2016</b>	<b>Raggiungimento obiettivo</b>
<b>17%</b>	<b>28,00%</b>	<b>Obiettivo non raggiunto</b>

obiettivi operativi 2016	programmi 2016	progetti/azioni 2016	indicatori 2016	Target	Risultati raggiunti	Raggiungimento obiettivo
Attuazione degli adempimenti normativi e razionalizzazione della struttura e dei servizi	Recepimento ed implementazione degli adempimenti normativi e riorganizzazione	<b>CORSI DI FORMAZIONE DA ATTIVARE ENTRO L'ANNO:</b>  1) Prevenzione della Corruzione	Realizzazione attività previste nell'anno	3	3	
			Percentuali di fatture passive ricevute e pagate entro 30 giorni nell'anno "n"	70%	80%	
Miglioramento dell'efficienza organizzativa della Camera per migliorare i servizi forniti	Percentuale di fatture passive ricevute e pagate entro 30 giorni nell'anno "n"	<b>INIZIATIVE</b>  1) Monitoraggio sullo stato di attuazione del piano di prevenzione della corruzione secondo la tempistica del piano; 2) Analisi dei dati per il progetto di fusione ex l. 124/2015 entro settembre 2016; 3) Presentazione agli organi camerali dei dati relativi al progetto di fusione ex lege 124/2015	Ore settimanali di apertura garantite al pubblico dello sportello Diritto annuale	21,5 ore	21,5 ore	
	Ore settimanali di apertura garantite al pubblico dello sportello Diritto annuale					
Avere una costante attenzione verso l'eccellenza qualitativa dei servizi	N. documenti inerenti il Ciclo di Gestione della Performance approvati nell'anno		N° documenti ciclo di Gestione della Performance approvati nell'anno	6	6	
	Automazione dei servizi camerali		N° procedure interne di semplificazione amministrativa e trasparenza previste nell'anno	1	1	
	Archivio e protocollo					

