



Camera di Commercio
Avellino



RELAZIONE SULLA PERFORMANCE

ANNO 2014

Handwritten signature



INDICE

1. Presentazione	pag. 3
2. SINTESI DELLE INFORMAZIONI DI INTERESSE PER I CITTADINI E GLI STAKEHOLDER ESTERNI	
2.1 Il contesto esterno di riferimento	pag. 6
2.2 L'amministrazione	pag. 45
2.3 I risultati raggiunti	pag. 61
3. OBIETTIVI: RISULTATI RAGGIUNTI E SCOSTAMENTI	
3.1 Albero della performance	pag. 67
3.2 Aree strategiche e obiettivi strategici	pag. 68
3.3 Obiettivi e piani operativi (come da allegato)	pag. 72
3.4 Obiettivi individuali	pag. 73
4. RISORSE, EFFICIENZA ED ECONOMICITA'	
4.1 Gli indicatori di salute organizzativa: il sistema informativo Pareto	pag. 77
5. IL PROCESSO DI REDAZIONE DELLA RELAZIONE SULLA PERFORMANCE	
5.1 Fasi, soggetti, tempi e responsabilità	pag. 80

ALLEGATI

ALLEGATO – TABELLE OBIETTIVI STRATEGICI



Camera di Commercio
Avellino

1. PRESENTAZIONE



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 recente riforma della P.A. 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 2014, 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.



Camera di Commercio
Avellino

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



La CCIAA di Avellino, al fine di individuare le azioni più coerenti a soddisfare le aspettative dei propri stakeholder riconosce come elemento propedeutico all'efficacia strategica delle proprie azioni l'analisi del contesto economico-sociale di riferimento e lo scenario normativo nel 2014. L'analisi del contesto esterno consente di descrivere le variabili che rappresentano lo scenario nel quale si è sviluppata l'azione amministrativa della Camera di Commercio di Avellino, ed in base alle quali gli obiettivi strategici previsti si sono potuti concretizzare.

2.1 IL CONTESTO ESTERNO DI RIFERIMENTO

L'economia in provincia di Avellino nell'anno 2014

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

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

Sul versante dei sistemi produttivi, l'espansione del numero di imprese mostra un andamento crescente negli anni (+0,16% nel 2012, +0,35% nel 2014) ma detto trend è inferiore a quello regionale, meridionale e nazionale, testimoniando quindi di una specifica difficoltà di espansione dell'economia provinciale, soprattutto sul versante dei tassi di natalità delle imprese, declinanti (dal 5,81% del 2012 al 5,69% del 2014) ed inferiori a quelli del resto della regione e del Paese, segnalando quindi



una difficoltà ad innescare processi di rinnovamento del tessuto produttivo di fronte alla chiusura di attività legata alla crisi.

Con specifico riferimento alle crisi aziendali, peraltro, il numero di imprese sottoposte a scioglimento o liquidazione cresce, dalle 1.672 unità del 2013 alle 1.741 del 2014, così come cresce il numero di imprese sottoposte a procedure concorsuali (spesso l'anticamera dello scioglimento) a 1.194 unità, dalle 1.185 nel 2013. Le imprese che risultano inattive sono 3.519, con un incremento del 5,7% sul 2013. Le imprese "problematiche" oramai raggiungono il 14,7% del tessuto produttivo irpino, a fronte del 16,8% regionale, del 15,6% meridionale e del 14,6% nazionale. Tale quota, nella provincia in esame, era del 13,8% nel 2011, e la sua crescita è lo specchio dell'avanzamento della crisi.

Complessivamente, fra 2011 e 2014, Avellino perde 229 imprese nette, ovvero lo 0,5% della consistenza nel 2011. La riduzione più significativa è in agricoltura (627 unità in meno) colpita da duri processi di crisi e ristrutturazione, specie delle micro attività familiari o individuali. Ma anche le costruzioni (-223 imprese) ed il manifatturiero (-55 imprese) pagano, nel primo caso, lo scotto del calo dei mercati immobiliari e delle opere pubbliche, e nel secondo le difficoltà competitive e di mercato. Il terziario cerca di compensare tali andamenti: cresce il commercio (+198 imprese) ma soprattutto il terziario non commerciale (+495 imprese) segnalando però un processo di terziarizzazione e indebolimento della base produttiva irpina, sempre più dipendente da attività di servizi con bacini di mercato perlopiù locali, minacciati dalla stagnazione della domanda interna.

La crisi manifatturiera colpisce in particolare l'industria dell'abbigliamento (-45 unità produttiva sul 2011) del legno e del mobile (-24 imprese) e l'alimentare (-12 imprese). L'artigianato risente delle difficoltà, finanziarie e di mercato, tipiche della micro impresa, e perde 471 imprese registrate fra 2011 e 2014, ovvero il 6,1% del totale, valore non irrilevante, se paragonato al (-4%) regionale ed al (-5,3%) nazionale. Il saldo negativo fra imprese artigiane iscritte e cancellate dalla sezione



speciale del registro imprese tocca le 159 unità nel solo 2014, ma è negativo anche nel triennio precedente.

Sono le imprese meno capitalizzate, più piccole e meno organizzate a subire di più i processi di selezione indotti dal calo della domanda e dalla flessione del mercato del credito. Infatti, se fra 2011 e 2014 vi è una moria di circa 1.100 imprese individuali (con un saldo netto fra iscrizioni e cessazioni pari a 324 nel solo 2014) il numero di società di persone è più o meno costante, mentre aumentano le società di capitali, per circa 1.500 unità in più fra iscritte e cessate nel quadriennio (443 nel 2014). Le imprese che riescono a sopravvivere alla crisi evolvono in termini di forma giuridica, acquisiscono natura societaria, si capitalizzano. Quelle che restano ad un livello elementare sono invece estremamente vulnerabili alla crisi. Le cooperative crescono per un valore netto di 13 unità, nel periodo 2011-2014, e ciò rappresenta un sintomo positivo di ricostruzione e riallacciamento di meccanismi di coesione sociale e di mutualismo, come possibile risposta alla crisi ed ai suoi effetti disgreganti sul piano sociale.

Le imprese giovanili perdono, fra 2011 e 2014, 495 unità, rivelando la fragilità di molte iniziative di autoimpiego di giovani, che richiederebbero quindi una assistenza tecnica nei primi anni dello start up. Peraltro, la voglia di fare impresa dei giovani irpini è vivace, poiché le imprese giovanili sono il 12,9% del totale, a fronte del 10,6% medio nazionale, e quindi vi è una potenzialità per promuovere occupazione di giovani tramite l'impresa, se adeguatamente assistiti.

Così come l'imprenditorialità può essere veicolo di integrazione sociale dei migranti, ed anche di rigenerazione di un tessuto produttivo declinante. Infatti, le imprese gestite da stranieri crescono, fra 2011, e 2014, nel quadro di una riduzione della numerosità imprenditoriale irpina, di 136 unità (+5,8%) fra 2011 e 2014, attestandosi al 5,6% del totale delle imprese provinciali, una realtà che



inizia a non essere indifferente, come spessore, e che, come mostrano i dati, è anche vitale, nonostante la crisi.

Uno spaccato, infine, sull'impresa femminile. Le 12.060 imprese femminili registrate in provincia di Avellino (27,4% del totale, a fronte del 19% nazionale, anche grazie agli incentivi pubblici specifici che, nel Mezzogiorno, sono rivolti all'imprenditoria femminile) sono perlopiù attive in settori in difficoltà, come l'agricoltura (che concentra il 46% del fenomeno) la filiera della moda (254 imprese "rosa") le costruzioni (391 imprese femminili) ed il commercio (26% del totale). Inoltre, quasi tutte (84%) sono ditte individuali, cioè micro imprese particolarmente esposte alla crisi. il profilo dell'impresa femminile ad Avellino è quindi particolarmente fragile.

Il risultato economico del 2014 è il frutto di un sistema produttivo poco propenso a posizionarsi sui mercati esteri, che quindi risente negativamente della stagnazione di quello interno. Infatti, la contrazione del valore aggiunto si verifica persino in presenza di un buon risultato esportativo (+3,3% sul 2013) che recupera dalla flessione del 2% registrata nell'anno precedente. L'espansione del settore esportativo provinciale, infatti, movimentata una quota troppo piccola dell'economia e del sistema produttivo provinciale. L'incremento delle importazioni, dal canto suo, è del 13%, traducendosi in un incremento del volume d'affari delle nostre imprese manifatturiere trattandosi di acquisti di materie prime (in particolare rame) e semilavorati.

Le struttura per Paesi di destinazione è anomala, nel senso che solo il 40% è destinato alla UE a 15, a fronte del 44-45% campano e nazionale, mentre ben il 20%, quattro volte più che nella media nazionale, è destinato all'Africa. Anche la quota di export diretta all'Estremo Oriente (10%) è superiore a quella nazionale (8,5%) e nettamente più alta di quella regionale. Avellino esporta dunque in una misura più ampia verso i mercati "nuovi" ed emergenti, con tutti i vantaggi (ma



anche le difficoltà ed i rischi) a ciò connessi, e tale struttura può spiegare, in parte, le difficoltà di espansione delle capacità di internazionalizzazione locali.

Rispetto al 2011, l'export irpino, nel 2014, è cresciuto soprattutto in direzione dell'Africa (+53%), dell'America del Nord, sfruttando la ripresa USA (+23%), dell'Oceania (+13%) mentre si è contratto del 37% in direzione dell'America Centro Meridionale (anche a causa della stagnazione brasiliana), del 18% nei Paesi di nuovo ingresso nella Ue, e dell'11% in Estremo Oriente. L'aumento complessivo nel triennio è comunque positivo (+6%) segnalando un sistema produttivo reattivo, che punta a farsi strada sui mercati internazionali.

Nel dettaglio, i più importanti mercati di riferimento per l'export di Avellino sono, nell'ordine, la Tunisia, il Regno Unito, la Germania, la Francia, la Spagna e gli USA. Rispetto al 2011, cambia molto poco (la Spagna perde qualche posizione anche a causa della sua crisi interna di domanda) se non per il fatto che in sesta posizione vi era l'Ungheria, oggi scesa al nono posto.

I mercati di provenienza delle importazioni sono costituiti per il 29%, essenzialmente, dalla Bulgaria una vera anomalia rispetto al 2,6% nazionale, seguita dal Cile (secondo più importante fornitore) che insieme ad altri Paesi latinoamericani costituisce il 24% delle importazioni provinciali (a fronte del 2,7% italiano) mentre i partner più tradizionali della Ue a 15 costituiscono il 22% del totale, meno della metà del dato nazionale.

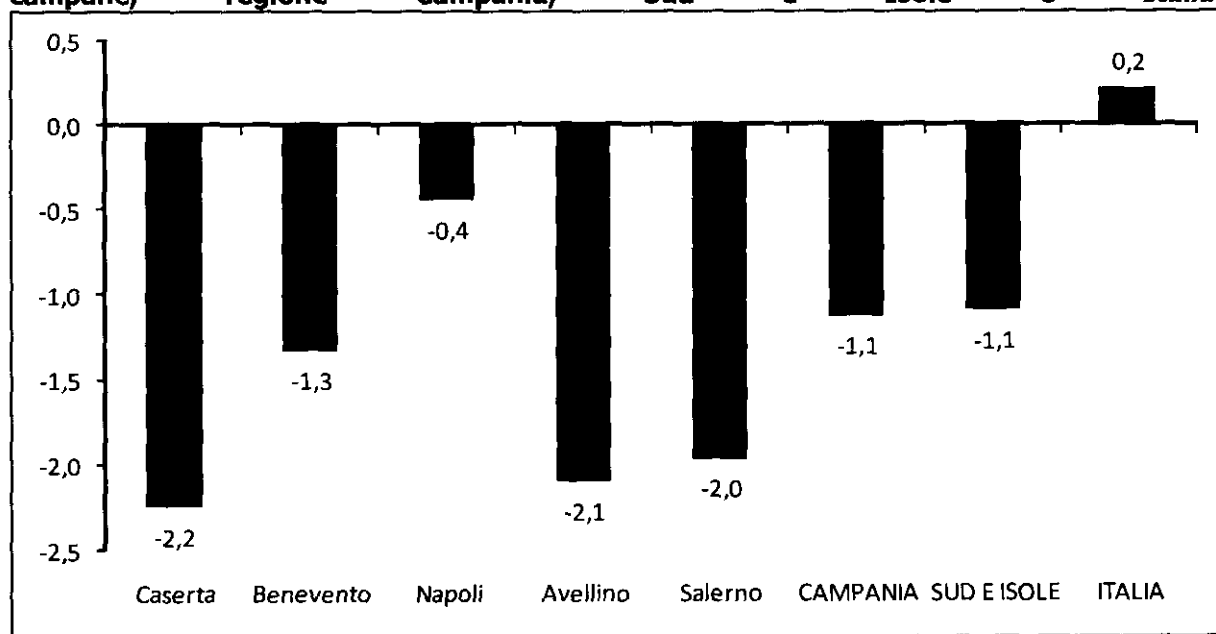
La composizione merceologica del commercio estero fornisce ulteriori elementi di analisi sui mercati di origine e destinazione. Sul versante dell'export, la filiera agroalimentare rappresenta il 31,7% del totale, a fronte dell'8,6% nazionale, e la parte più rilevante, ovvero l'agroindustria, cresce di quasi il 24% sul 2011, alimentando quindi la crescita di esportazioni verso mercati emergenti come quelli nordafricani, che con i sommovimenti delle Primavere Arabe potrebbero aver incrementato il loro fabbisogno alimentare proveniente dall'Europa del Sud. Il comparto metalmeccanico, che costituisce il 42% dell'export,



sostanzialmente stabile sui valori del 2011 (+1% di crescita) mentre è in evidente regresso (-7,8% e -6,3%) rispettivamente la chimica e gomma-plastica ed il sistema della moda, che pure rappresentano ancora, rispettivamente, il 4% ed il 14% dell'export.

Sul versante degli acquisti dall'estero, aumentano, fra 2011 e 2014, del 65% le importazioni di prodotti agricoli, e dell'1,6% quelli alimentari, così come cresce del 37% l'importazione di "altri prodotti industriali", essenzialmente materie prime, spiegando la rilevanza di mercati di acquisto, come quello cileno o quello bulgaro, ricchi in materie prime, in primo luogo rame per le imprese irpine di trasformazione di tale metallo in fili conduttori e vergelle.

Variazioni % del valore aggiunto a prezzi base e correnti fra 2013 e 2014 nelle province campane, regione Campania, Sud e Isole e Italia.



Fonte: Elaborazione su dati Istituto Guglielmo Tagliacarne



Nati-mortalità delle imprese nelle province della Campania - Anno 2014

Province	Iscrizioni	Cessazioni	Saldo	Stock al 31.12.2014	Tasso di crescita 2014	Tasso di crescita 2013
Caserta	6.605	5.595	1.010	90.463	1,13	0,50
Benevento	1.971	1.999	-28	34.670	-0,08	-0,30
Napoli	19.283	15.178	4.105	276.918	1,50	1,56
Avellino	2.496	2.341	155	43.972	0,35	0,29
Salerno	8.010	7.302	708	118.935	0,59	0,21
Campania	38.365	32.415	5.950	564.958	1,06	0,88
Sud e Isole	125.803	113.539	12.264	1.987.981	0,62	0,31
Italia	373.956	340.337	33.619	6.067.499	0,55	0,26

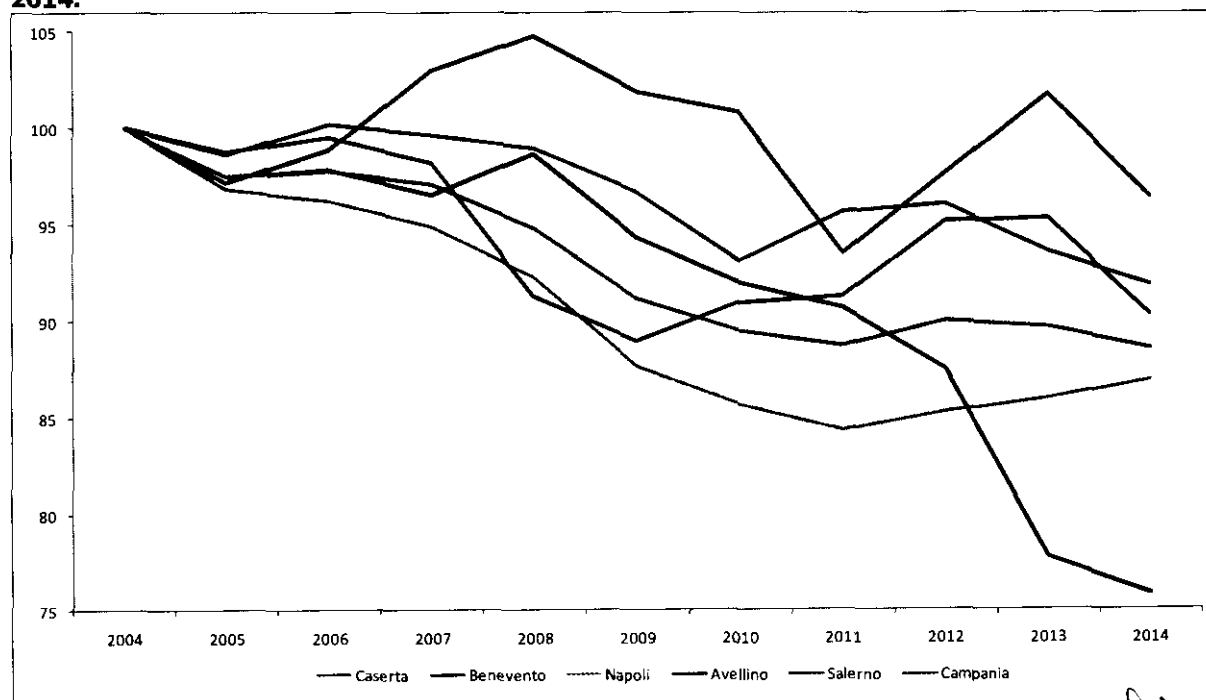
Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Unioncamere-InfoCamere, Movimprese

Nati-mortalità delle imprese artigiane nelle province della Campania - Anno 2014

Province	Iscrizioni	Cessazioni	Saldo	Stock al 31.12.2014	Tasso di crescita 2014	Tasso di crescita 2013
Caserta	800	1.081	-281	11.259	-2,43	-1,74
Benevento	245	369	-124	4.899	-2,47	-1,24
Napoli	1.858	2.916	-1.058	29.185	-3,50	2,73
Avellino	385	544	-159	7.188	-2,16	-1,38
Salerno	1.097	1.408	-311	19.662	-1,55	-2,13
Campania	4.385	6.318	-1.933	72.193	-2,61	0,00
Sud e Isole	18.701	27.256	-8.555	345.994	-2,41	-2,01
Italia	88.498	108.891	-20.393	1.382.773	-1,45	-1,94

Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Unioncamere-InfoCamere, Movimprese

Numero indice (2004=100) del numero degli occupati nelle province campane e in Campania. Serie storica 2004-2014.





Nuove linee di sviluppo: l'economia della cultura

La cultura è un grande serbatoio di opportunità di sviluppo ed occupazione, anche di qualità, in grado di valorizzare territori meno vocati per altre tipologie di sviluppo, ed aree più interne. Di fatto, la filiera della cultura consente di valorizzare un patrimonio immateriale, ed anche spesso inespresso, oppure (si pensi ai mestieri artigiani) in via di sparizione, che spesso non ha avuto ancora una valorizzazione economica, e che quindi consente di fare entrare nel circuito dello sviluppo "nuove forze", coinvolgendo territori che spesso fino a quel momento erano marginali. Anche su scala europea, il Libro Verde della Ue sul potenziale delle imprese culturali e creative segnala che il settore contribuisce per il 2,6% al PIL dell'Unione europea, ha un elevato tasso di crescita e offre impieghi di qualità a circa cinque milioni di persone nei 27 paesi membri dell'UE.

L'industria culturale e creativa avellinese produce infatti il 6% del valore aggiunto provinciale nel 2014, incidenza elevata, se paragonato al 5,4% nazionale, che colloca la provincia in esame fra le prime venti province italiane per peso della cultura nella loro economia (precisamente, è sedicesima) insieme a vere e proprie aree artistico-culturali di eccellenza del Belpaese (Firenze, tredicesima, oppure Padova, diciannovesima).

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



Valore aggiunto ai prezzi base del sistema produttivo culturale per settore e provincia e loro incidenza sul totale economia. Anno 2014. Dati assoluti in milioni di euro

Province e regioni	Architettura	Comunicazione e branding	Design	Made in Italy	Film, video, radio-tv	Videogiochi e software	Musica	Libri e stampa	Musei, biblioteche, archivi e gestione di luoghi e monumenti storici	Rappresentazioni artistiche, divertimento e convegni e fiere	Totale Cultura	Incidenza %
Caserta	121,1	40,9	5,8	69,1	40,9	50,0	0,6	86,7	6,5	32,2	453,8	3,9
Benevento	55,9	22,3	2,0	53,1	20,2	29,7	0,9	43,1	0,0	11,5	238,6	6,3
Napoli	410,2	80,6	30,4	278,1	228,2	523,8	10,9	371,4	33,5	137,0	2.104,2	4,2
Avellino	68,6	28,2	2,8	113,1	49,5	48,9	0,0	58,3	5,8	25,9	401,0	6,2
Salerno	174,7	45,4	8,1	136,8	70,9	95,0	1,5	134,6	9,9	60,0	736,9	4,7
CAMPANIA	830,5	217,4	49,0	650,2	409,7	747,4	13,9	694,1	55,7	266,6	3.934,5	4,5
SUD E ISOLE	2.709,9	676,1	189,2	2.494,1	1.175,7	1.750,4	60,3	1.935,4	261,4	700,2	11.952,7	4,0
ITALIA	13.176,3	4.122,3	2.351,6	16.858,9	8.556,5	13.039,6	428,0	14.720,0	1.167,9	4.148,6	78.569,7	5,4

Fonte: Unioncamere - Fondazione Symbola

Detto sistema economico si articola in 2.985 imprese locali, il 6,8% del totale provinciale, un punto in più rispetto all'incidenza media regionale, che possono farsi risalire alla filiera culturale. Poco meno del 40% di esse è attivo nel settore dell'architettura, seguite dall'artigianato (19%) e dalla produzione di stile. Il settore risente però in modo particolare della crisi: fra 2011 perde l'1,7% delle sue imprese, una emorragia superiore a quella campana (-1,3%) e nazionale (-0,8%) e che quindi evidenzia l'esigenza di un sostegno specifico di policy.

Particolarmente pesante è la flessione delle imprese del settore della gestione dei musei, biblioteche e monumenti (-16,7%) così come quella delle imprese del design (-22,7%) e della musica (-14%). Anche il settore dell'architettura perde imprese. Il numero di imprese cresce invece nei settori della produzione di film, video, radio-tv (+33%), delle rappresentazioni artistiche, divertimento e convegni e fiere (+21%) e della produzione di stile (+5,6%). Tali settori costituiscono quindi, pur dentro un periodo di crisi, le migliori opportunità per lo sviluppo culturale della provincia.

237 imprese culturali e creative provinciali, ovvero il 7,9% del totale, sono a gestione giovanile, confermando il fatto che detta filiera è particolarmente idonea per le imprese di giovani. E' un valore superiore a quello nazionale (6,3%), e conferma quindi il dinamismo e la reattività dei giovani irpini in questa fase di crisi economica ed occupazionale. Il 26,5% delle imprese culturali giovanili è attivo nel



settore dell'artigianato, che quindi contribuiscono a "svecchiare", recuperando anche mestieri a rischio di sparizione, ed il 17% circa è presente, rispettivamente, nei settori del software e dell'organizzazione di rappresentazioni artistiche, divertimento e convegni e fiere.

Numero di imprese del sistema produttivo culturale per settore e provincia, e loro incidenza percentuale sul totale economia. Anno 2014

Province e regioni	Architettura	Comunicazione e branding	Design	Made in Italy	Film, video, radio-tv	Videogiochi e software	Musica	Libri e stampa	Musei, biblioteche, archivi e gestione di luoghi e monumenti storici	Rappresentazioni artistiche, divertimento e convegni e fiere	Totale Cultura	Incidenza %
Caserta	1.580	252	62	1.087	71	322	14	341	3	297	4.029	4,5
Benevento	754	96	29	433	28	156	3	178	2	133	1.812	5,2
Napoli	5.114	1.187	295	4.142	477	2.092	122	2.166	22	1.294	16.909	6,1
Avellino	1.171	128	27	1.012	56	174	6	235	5	170	2.985	6,8
Salerno	2.608	439	137	1.842	138	584	23	808	21	646	7.247	6,1
CAMPANIA	11.228	2.102	551	8.515	770	3.328	168	3.728	53	2.539	32.982	5,8
SUD E ISOLE	43.530	7.214	2.266	31.906	2.632	9.913	446	12.482	368	8.682	119.440	6,0
ITALIA	152.846	32.452	14.985	105.399	12.132	45.809	2.328	48.820	952	27.485	443.208	7,3

Fonte: Unioncamere - Fondazione Symbola

Occupati del sistema produttivo culturale per settore e provincia e loro incidenza sul totale economia. Anno 2014. Dati assoluti in migliaia

Province e regioni	Architettura	Comunicazione e branding	Design	Made in Italy	Film, video, radio-tv	Videogiochi e software	Musica	Libri e stampa	Musei, biblioteche, archivi e gestione di luoghi e monumenti storici	Rappresentazioni artistiche, divertimento e convegni e fiere	Totale Cultura	Incidenza %
Caserta	2,0	0,8	0,1	1,8	0,4	0,8	0,0	1,4	0,2	0,9	8,5	3,8
Benevento	0,8	0,4	0,0	1,4	0,2	0,5	0,0	0,6	0,0	0,3	4,2	5,6
Napoli	8,3	2,0	0,9	8,0	2,1	9,8	0,1	6,7	0,5	2,9	41,4	4,3
Avellino	1,2	0,6	0,1	3,3	0,5	0,9	0,0	0,9	0,2	0,8	8,4	6,8
Salerno	3,1	1,0	0,2	3,6	0,7	1,8	0,0	2,5	0,3	1,5	14,5	4,7
CAMPANIA	15,4	4,9	1,3	18,2	3,8	13,7	0,2	12,1	1,1	6,4	77,0	4,6
SUD E ISOLE	56,4	17,9	5,4	72,1	14,6	36,8	0,9	37,6	6,0	20,5	268,2	4,6
ITALIA	229,0	82,0	50,6	389,4	76,1	239,2	5,1	240,6	23,7	88,3	1.424,1	5,9

Fonte: Elaborazioni Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Unioncamere, Fondazione Symbola

Relativamente meno presenti rispetto alla media nazionale sono invece le imprese culturali a conduzione femminile, che costituiscono il 12,8% del totale, a fronte del 13,3% italiano, e sono presenti soprattutto nell'artigianato, nella produzione di stile e nell'organizzazione di rappresentazioni artistiche, divertimento e convegni e fiere.



La crisi ha provocato una riduzione di 45 unità nelle imprese culturali femminili irpine dal 2011 al 2014.

La rilevanza, anche prospettica, del settore, è tale che anche una imprenditoria immigrata vi si è installata. Ad Avellino, a fine 2014, 75 imprese culturali sono a conduzione straniera. Erano 80 tre anni fa, quindi tendono a mantenere il loro numero, sia pur nel contesto di una filiera che perde attività produttive. Sono attive soprattutto nell'artigianato (creando una combinazione particolare fra knowhow artigiano tradizionale del territorio e knowhow imprenditoriale proveniente da stranieri) e nell'industria dello stile.

Nuove linee di sviluppo: la green economy

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

Gli incentivi attiveranno inoltre 130 miliardi di euro di investimenti, da cui potrebbe derivare un aumento della produzione industriale per 238,4 miliardi di euro e una crescita dell'occupazione per 160 mila nuovi posti di lavoro.

D'altra parte, L'energia eolica è prodotta per il 98% nel Mezzogiorno (26% in Puglia, 22% in Sicilia, 18% in Campania). Nel comparto eolico su 487 impianti, l'85% si trova nelle regioni meridionali. Per il fotovoltaico, su circa 178 mila impianti, 43.366 sono al Sud e la potenza installata nelle regioni meridionali supera il 35% del totale nazionale. Passando alle bioenergie, su un totale di circa 670 impianti, 97 sono nel Mezzogiorno con una potenza installata pari al 32% del totale nazionale. E le aree



italiane con la maggiore ricchezza geo termica sono proprio nel Mezzogiorno, lungo il Tirreno meridionale, in Campania, Sicilia.

Anche Avellino, come il resto del Sud, avrebbe grandi opportunità di sviluppo da tale settore. Iniziando dalla raccolta dei rifiuti, che, con la chiusura del ciclo, porterebbe a grandi benefici occupazionali. Infatti, da un lato Avellino ha una percentuale di raccolta differenziata (oltre il 55%) superiore, oltre alla media campana, anche a quella italiana (42,3%).

Sotto il profilo energetico, la Campania è la terza regione meridionale per consumi elettrici generati, a differenza dell'Italia, dove predomina il consumo industriale, da consumo terziario e domestico (per via della debolezza del comparto industriale regionale) con la sola eccezione di Caserta, dove prevale ancora, sul modello nazionale, il consumo industriale. La produzione elettrica da fonti rinnovabili, rispetto al consumo, è ancora sottodimensionata, rappresentando appena il 75% della media nazionale, ed il 61% di quella meridionale, che ne fa la 38-ma provincia italiana per valore di tale indicatore, e la quinta fra quelle meridionali. Certo, a tale risultato contribuisce anche un basso livello di rifiuti da raccogliere (337 chili ad abitante, a fronte dei 433,6 della Campania, e dei 487 dell'Italia) grazie ad una pressione antropica sul territorio meno rilevante rispetto alle province costiere campane, dall'altro ospita una delle due discariche ancora attive nella regione, con un impatto negativo sull'ambiente. Un potenziamento dell'impiantistica per il riciclaggio, sia a livello macro che a livello micro (ad es., compostiere di comunità) consentirebbe di creare posti di lavoro e materiali utilizzabili nei cicli produttivi, quindi valore aggiunto.

Analogo discorso vale per il fotovoltaico, che, oltre a produrre energia pulita ed a basso costo, sia per fini domestici che industriali, genera un indotto, nell'installazione, manutenzione, smaltimento, ecc. che a sua volta produce posti di lavoro. Con 0,16 kw per abitante generati dal fotovoltaico, Avellino, con una produzione derivante soprattutto da impianti inferiori a 20kw, si colloca al di sopra



della media campana (0,11) ma ancora ben lontano dalla media nazionale (0,29) benché le condizioni di esposizione solare e climatiche consentano uno sviluppo potenzialmente maggiore di tale tipologia di energia rinnovabile sul territorio. Il fotovoltaico costituisce infatti solo l'8% del totale della produzione di energia rinnovabile ad Avellino, a fronte del 17% campano, e del 19,3% nazionale. D'altra parte, l'eolico, che presenta una serie di controindicazioni sotto il profilo ambientale e paesaggistico, rappresenta più dell'85% della produzione di energia pulita, a fronte del 13% nazionale. E le biomasse, nonostante le risorse forestali del territorio, producono soltanto l'1,6% del totale, a fronte del 15% nazionale. Ed il geotermico, che a livello nazionale produce il 5% dell'energia rinnovabile, non è per niente coperto. E' quindi auspicabile che si riequilibrino, sul territorio irpino, tali "quote" di produzione di energia rinnovabile derivanti dalle diverse fonti. Avendo soprattutto come obiettivo l'energia a fini industriale, posto che l'industria irpina assorbe il 44% dei consumi elettrici provinciali nel 2013, a fronte del 27,3% campano e del 43% italiano.

Anche perché in questo modo Avellino potrebbe, in una certa misura, "compensare" un impatto energetico non ottimale derivante da una elevata quota di autovetture circolanti ancora con la qualifica "Euro 0" (16,5%, a fronte dell'11,1% nazionale) mentre le "Euro 6" sono solo lo 0,4% del totale (1% su base nazionale) a causa delle condizioni reddituali della popolazione, che ostacolano il rinnovo del parco circolante.

Green economy non significa soltanto cura dell'ambiente, ma anche applicazione dei metodi ambientali dentro i cicli produttivi delle aziende. Il 22,6% delle imprese irpine ha in effetti investito, o programmato di investire, in metodologie produttive di tipo green fra 2008 e 2014, a fronte di un più modesto 19,7% regionale, ma anche al di sopra della media nazionale (21,8%). Avellino è nella metà alta (46-ma) della graduatoria delle province italiane per incidenza delle imprese che investono, o pensano di investire, nel green, e ciò costituisce un indice di creatività e capacità



innovativa del sistema produttivo locale. Come nel resto del Paese, le imprese irpine sono spinte ad investire in metodi green soprattutto dalla ricerca di riduzione dei consumi, e quindi dei costi, di materie prime ed energia, quindi da considerazioni di competitività da costi (80% del totale delle imprese "green" di Avellino). Va però segnalato un 12%, superiore all'11% regionale, ed allineato alla media nazionale, di imprese che investono per incorporare metodi green nei loro prodotti o servizi finali, facendo quindi innovazione o diversificazione di prodotto, una tipologia di investimento particolarmente raffinata e complessa.

Tale scelta produce posti di lavoro, dato relevantissimo in questa fase di grave crisi economica: le imprese irpine che hanno investito o programmato di investire nell'ambiente prevedevano di produrre, nel 2014, 940 nuovi posti di lavoro, spesso peraltro posti di lavoro qualificati, quindi fornendo un contributo a contrastare la fuga dei cervelli. Poco più del 31% di tutte le assunzioni previste dalle imprese provinciali dell'industria e dei servizi è quindi assorbito dal segmento "green" del sistema produttivo locale, a fronte del 30% campano e del 40% nazionale, segnalando quindi come vi siano ulteriori spazi per investire e creare posti di lavoro nel green.

Imprese che hanno investito o programmato di investire in prodotti e tecnologie green*, per finalità degli investimenti e relative assunzioni programmate per provincia nel 2014

Province e regioni	Imprese che hanno investito/programmato di investire nel green tra il 2008-2014		Imprese che hanno investito nel green tra il 2011-2013 per tipologia di investimenti*** (%):			Assunzioni programmate per il 2014 dalle imprese che hanno investito/programmato di investire nel green tra il 2008-2014	
	Valori assoluti**	Incidenza % su totale imprese	Riduzione consumi di materie prime ed energia	Sostenibilità del processo produttivo	Prodotto/servizio offerto	Valori assoluti**	Incidenza % su totale assunzioni
Caserta	3.400	18,5	82,0	18,3	12,6	1.820	30,6
Benevento	1.400	20,8	86,1	14,3	9,7	590	29,3
Napoli	12.750	21,0	77,0	21,1	11,1	9.070	31,6
Avellino	2.200	22,6	80,3	18,0	12,3	940	31,1
Salerno	4.320	16,5	81,6	20,4	9,5	2.940	25,4
CAMPANIA	24.070	19,7	79,3	19,9	11,0	15.350	30,0
SUD E ISOLE	93.510	21,8	80,9	17,7	11,7	53.600	32,3
ITALIA	341.410	21,8	79,7	18,8	12,4	245.550	40,0



Il ruolo della provincia di Avellino nell'agroalimentare

La filiera agroalimentare è di primaria importanza per l'economia irpina, ed in molti aspetti la caratterizza in maniera molto forte, come una autentica vocazione produttiva del territorio. La sola agricoltura, al netto della trasformazione industriale dei beni alimentari, incide per il 3,7% sul valore aggiunto provinciale nel 2013, al di sopra del 2,9% regionale e del 2,3% nazionale. Una incidenza rilevante, e oltretutto in crescita dal 3,5% del 2011. La produzione agricola totale ai prezzi base, pari ad oltre 292 Meuro nel 2013, privilegia il comparto cerealicolo (17,6% del totale, a fronte dell'8,8% nazionale), olivicolo (4,3%), ortofrutticolo e leguminoso (10,2% a fronte dell'8,7% della composizione nazionale della produzione agricola), così come anche i prodotti forestali (6,5% della produzione agricola provinciale). Di minore volume, ma di grande pregio, è anche la produzione vitivinicola. Da notare anche le coltivazioni industriali, che rappresentano il 4,2% del totale, quasi 4 volte l'incidenza complessiva a livello nazionale.

Si tratta di un sistema che ha anche delle punte di eccellenza, atteso che 213 operatori sono certificati DOP/IGP (ammontando circa al 6,8% del totale degli operatori certificati campani), soprattutto (in più della metà dei casi) nel settore di particolare vocazione dell'agricoltura irpina, ovvero i cereali e l'ortofrutta, ma anche nella lavorazione delle carni e nel settore oleario. Si tratta di un valore in leggero calo rispetto ai 216 operatori del 2012, che potrebbe attestare una certa difficoltà di mercato, anche nel segmento certificato e di alta qualità, soprattutto in quello oleario e della preparazione delle carni.

La produzione vitivinicola, come detto, è meno rilevante dal punto di vista delle quantità prodotte che in altre province, anche campane (essendo superata da quella di Salerno e Benevento) ma non è affatto secondaria, anche in termini di qualità. Nella campagna 2014, sono stati infatti raccolti più di 268mila quintali di uva, di cui il 99% è uva da vinificazione. L'annata è stata peraltro caratterizzata da



eventi meteorologici non favorevoli, segnando un calo del 36,5% sul 2013, non dissimile da quello registrato in tutta la regione (-35,2%). Inoltre, sono stati prodotti 180.000 ettolitri di vino, anch'essi, per gli stessi motivi, in riduzione sul 2013.

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

La filiera, ivi compreso il settore della trasformazione industriale, può contare su 11.909 imprese registrate, a fine 2014, presso gli archivi della CCIAA (il 27,1% del totale delle imprese provinciali, a fronte del 12,6% regionale e del 13,8% nazionale). In pratica, circa un sesto della filiera agroalimentare campana è ubicato in provincia di Avellino. Di questo stock, il 93,3% è composto da imprese agricole, il restante 6,7% da imprese industriali di trasformazione del prodotto agricolo di base, fra le quali 417, ovvero il 3,8%, hanno natura artigiana (contro il 6,2% regionale e il 5,3% nazionale, segnalando quindi un comparto manifatturiero dell'agrifood provinciale organizzato prevalentemente in forma industriale, e non come microimpresa). La filiera è quindi più spostata sul comparto primario rispetto al resto della Campania, in cui le imprese manifatturiere di lavorazione dei generi alimentari o delle bevande sono l'11,7% dell'intero sistema agroalimentare.

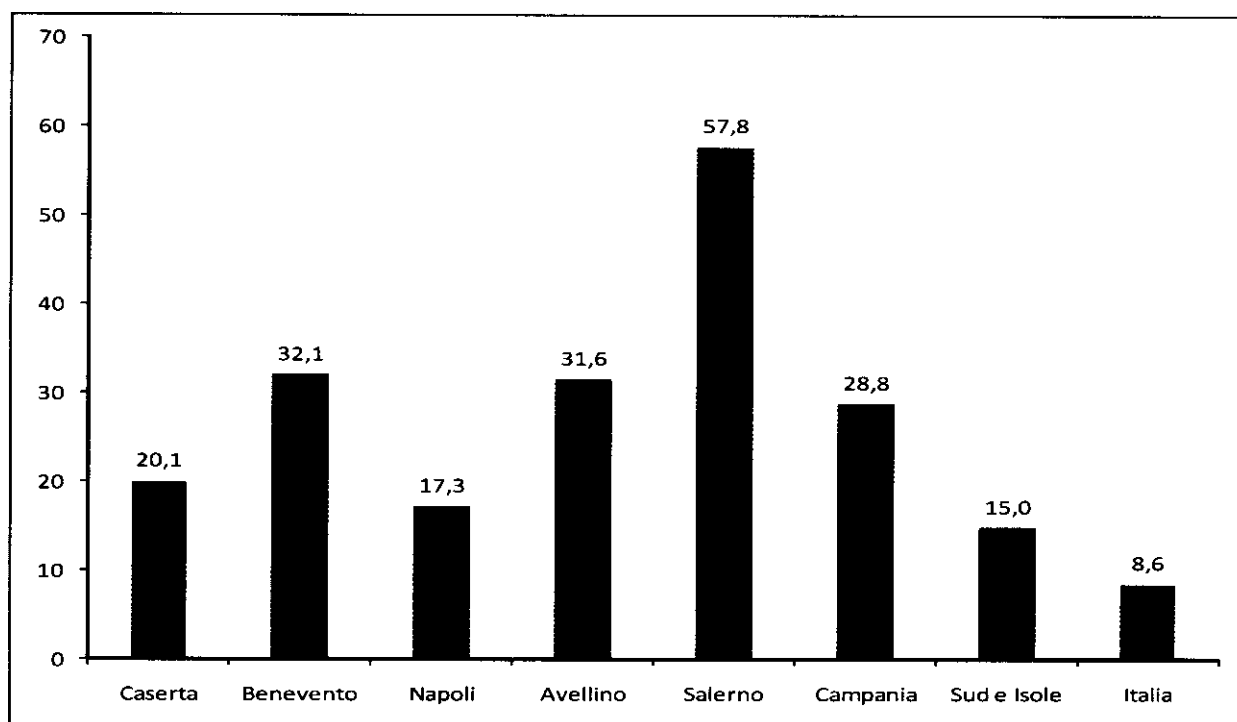
Questa maggiore specializzazione sul segmento primario della filiera ha esposto maggiormente Avellino alla crisi che ha investito l'agricoltura in questi anni, prodotta da una combinazione micidiale di aumento di alcuni costi di produzione, tassazione elevata, domanda finale stagnante se non declinante, credito bancario pressoché azzerato e cattive condizioni meteorologiche. In tre anni (2011-2014) Avellino perde infatti 627 imprese agricole, il 5,3% del totale, a fronte di un calo dell'8,5% a livello nazionale. La specificità si manifesta anche in un calo di imprese



Avellino. Valore di gran lunga superiore a quello regionale (36,6%) e nazionale (28,7%).

Il fenomeno invece non è così diffuso nell'industria alimentare, dove costituisce solo il 27,2% del totale, non lontano dal 21,3% nazionale. Va peraltro evidenziato come pressoché il 100% delle imprese agricole femminili registrate presso gli archivi camerali risulta anche attivo, cioè effettivamente funzionante.

Incidenza percentuale delle esportazioni del comparto agroalimentare sul totale delle esportazioni nelle province campane. Anno 2014



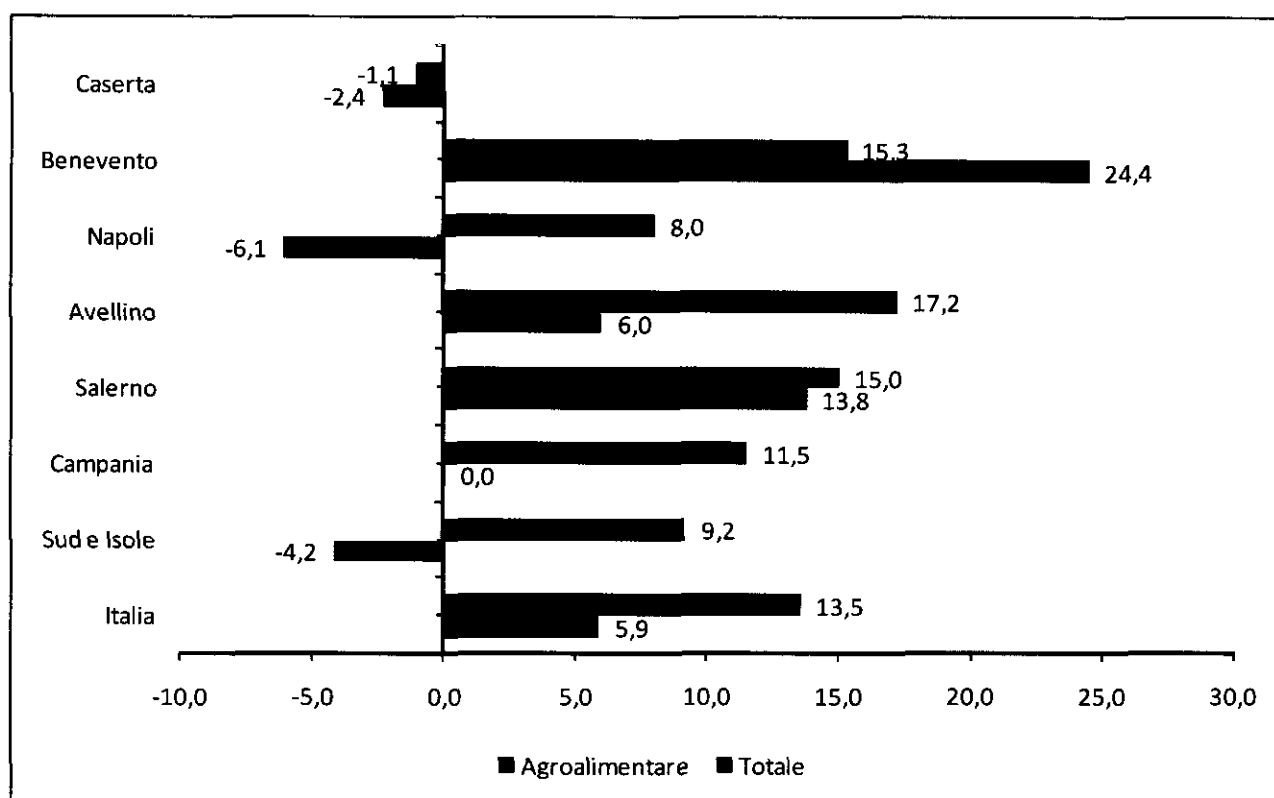
Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Istat

L'interscambio commerciale di prodotti agroalimentari vede la bilancia commerciale agroalimentare provinciale in strutturale avanzo (per 50,3 M euro nel 2014), ed in crescita dell'1,7% fra 2011 e 2014 grazie ad un rapido aumento dell'export agroalimentare (+17,2%) che, oramai, costituisce il 31,7% del totale delle vendite sull'estero di Avellino, rispetto al 28,6% del 2011. E' da notare che le esportazioni della filiera sono costituite prevalentemente da prodotti alimentari trasformati (l'89,5% del totale) con un ruolo marginale rispetto a quelli agricoli.



La struttura delle importazioni, invece, è più equilibrata, con il 58,8% di prodotti alimentari trasformati, ed il 41,2% di prodotti primari. Ciò lascia presumere che una parte non irrilevante della materia prima lavorata dalle imprese alimentari irpine sia importata dall'estero.

Variazione percentuali 2011-2014 delle esportazioni del comparto agroalimentare e del totale economia nelle province campane. Anno 2014



Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Istat

Infatti, fra le importazioni provinciali nel 2014, la carne è al terzo posto, i prodotti di coltivazioni permanenti al quarto, il pesce fresco al sesto, e quello lavorato al nono, l'olio al settimo. Viceversa, nella "top ten" delle esportazioni provinciali nel 2014, figurano i prodotti da forno e farinacei (ad es. la pasta) al secondo posto, l'ortofrutta al quarto, l'olio al nono.



I segnali del mercato del credito

La crisi finanziaria iniziata nel 2008, e poi protrattasi come crisi dei debiti pubblici, ha avuto effetti molto pesanti sugli attivi dei bilanci bancari, sia come crediti deteriorati, che come svalutazione del portafoglio titoli detenuto. Di conseguenza, in ragione degli automatismi contenuti in Basilea 3 quanto a rapporto fra attività ponderate per i rischi e patrimonio di sorveglianza, le banche hanno praticato una forte contrazione del credito, soprattutto in quelle aree (localizzate prevalentemente nel Sud) in cui il rischio di credito è tradizionalmente alto.

Sul versante della raccolta, mentre a livello regionale e nazionale le banche hanno spinto molto per aumentare il volume dei depositi, fra 2010 e 2014 questi sono rimasti pressoché invariati (con una crescita complessiva pari a solo lo 0,7%, dieci volte inferiore a quella nazionale) in provincia di Avellino.

Ciò dipende dal fatto che la quota di depositi costituita dalle famiglie consumatrici (91,9%) è nettamente superiore alla media regionale (84,3%) ed a quella nazionale (70,5%) e quindi risente in modo particolarmente forte della compressione dei redditi familiari indotta dalla recessione.

La contrazione del credito bancario ad Avellino, fra 2011 e 2014, è stata particolarmente intensa (-7,2%, in linea con il trend regionale, ma più pesante del -6% registrato a livello nazionale). In particolare, il credito verso le Amministrazioni Pubbliche, in linea con un comportamento comune a tutto il Paese, si è ridotto molto rapidamente (-10,2%) per via dei limiti sempre più stringenti che le nuove normative hanno posto sulla possibilità di indebitamento delle PPAA. Diminuisce, a tassi superiori all'8%, il credito alle imprese non finanziarie, piccole e medio-grandi, anche come effetto della riduzione della domanda di investimenti in un quadro di aspettative ancora recessivo. Diminuisce, seppur in forma più moderata (-4,5%) il credito alle famiglie, che detengono il 36,8% degli impieghi totali, nove punti in più della media nazionale, mentre aumenta rapidamente (+10,6%) quello a società



finanziarie, evidenziando come una delle distorsioni che hanno portato alla crisi attuale, ovvero l'utilizzo di risparmio bancario per alimentare investimenti speculativi, non è affatto stata superata.

Una riduzione degli impieghi particolarmente marcata nella provincia in esame trova conferma anche sul versante del numero degli affidati, che fra 2011 e 2014 diminuisce del 2,2%, a fronte di una crescita del 9,5% su base nazionale. Una riduzione degli affidati meno rapida di quella del volume degli impieghi significa che molti clienti consolidati hanno visto ridursi le proprie linee di credito offerte. La riduzione più forte è fra le famiglie (-9,3%) che costituiscono quasi i due terzi degli affidati, mentre le altre categorie di clientela accrescono il numero di affidati, con particolare riferimento alle società di capitali del terziario e delle costruzioni.

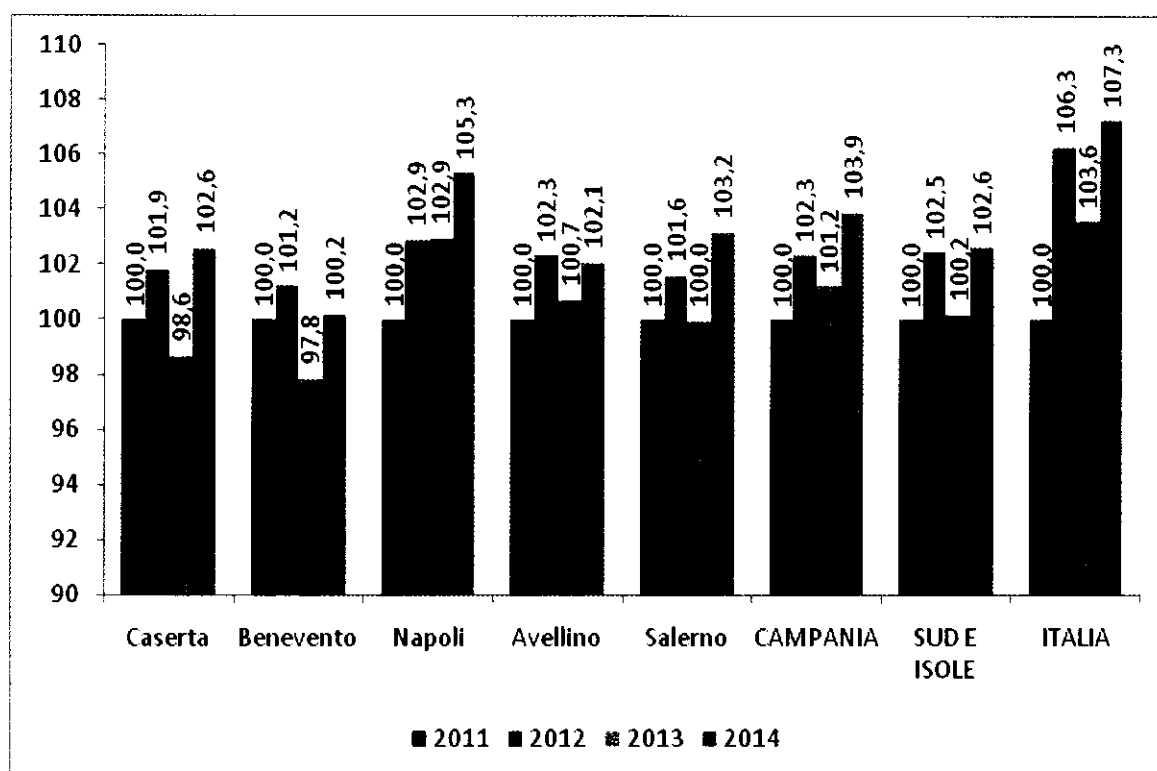
Grazie alla forte riduzione degli impieghi, nonostante la sostanziale stagnazione dei depositi, il rapporto fra queste due grandezze tende quindi a portarsi verso valori sempre più prudenziali per le banche, ovvero dallo 0,58 del 2011 allo 0,53 del 2014. I valori inferiori ad uno indicano che il sistema bancario sta esercitando un effetto recessivo sull'economia, perché toglie liquidità al circuito economico in misura maggiore di quanta ne eroghi sotto forma di prestiti. Quindi, quello che già nel 2011 era un ruolo recessivo del sistema creditizio locale nello sviluppo economico provinciale, nel 2014, causa l'ulteriore contrazione degli impieghi, diventa ancora più prociclico.

La contrazione creditizia, oltre che per i motivi sopra citati, dipende anche dal livello elevato, ed ulteriormente crescente, dei crediti inesigibili, che, per le regole automatiche di Basilea 3, comportano un aumento della ponderazione dei rischi del numeratore dei ratios di sorveglianza, inducendo una riduzione pressoché automatica del volume di impieghi erogabili. I crediti inesigibili (sofferenze) che già costituivano il 10,4% degli impieghi totali nel 2011, quasi il doppio della incidenza media nazionale, ed anche al di sopra del già elevato 8,6% campano, nel 2014 arrivano al 15,2%, a fronte del 9,3% italiano e del 13,9% campano. Di fatto, fra



2009 e 2014 l'ammontare delle sofferenze degli istituti che operano in provincia di Avellino cresce del 123% circa, meno della crescita nazionale (+187%) solo perché lo stock di sofferenze di partenza è già, percentualmente sugli impieghi, molto più alto ad Avellino.

Depositi bancari e risparmio postale per il complesso dei settori della clientela residenziale nelle province campane. Serie storica 2011-2014. Numero indice 2011=100



Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Banca d'Italia

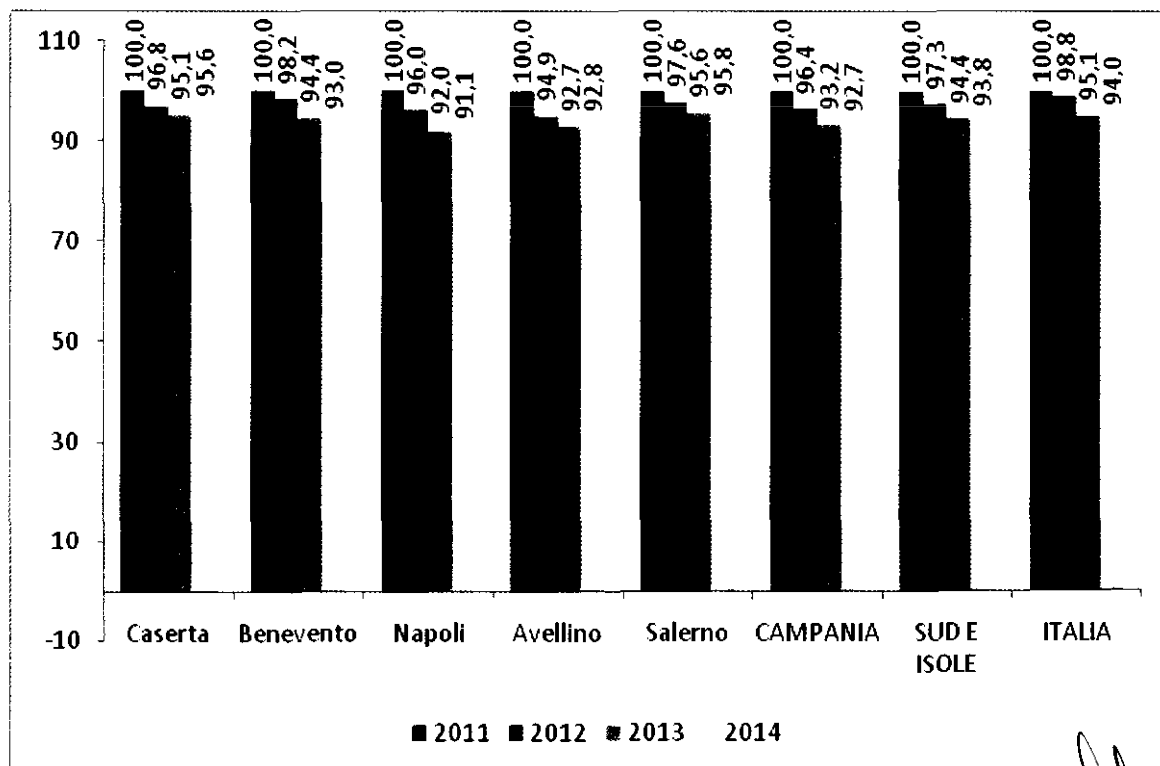
Le famiglie irpine detengono il 16,1% di tale monte-sofferenze, meno che in Campania (22,8%) ed anche meno rispetto all'Italia (17,4%) e questo forse piega la minore contrazione degli impieghi destinati alle famiglie osservata in precedenza. Di contro, le società di capitali detengono il 71,3% delle sofferenze (e ciò spiega la contrazione particolarmente severa del credito nei loro confronti) concentrate soprattutto nelle attività industriali e nei servizi. Le micro imprese aventi natura di



ditta individuale o di società semplice (famiglie produttrici) detengono il 10,1% dei crediti non solvibili, a fronte dell'8% circa in Campania e in Italia.

Come è evidente, l'aumentato rischio di credito ha anche effetti negativi sui tassi di interesse praticati alla clientela, che riflettono una valutazione del rischio di solvibilità del prestatore. Nel 2014, i tassi su operazioni in essere "caratteristiche", come quelle di finanziamento per cassa con rischi a revoca sono pari ad una media dell'8,9%, che arriva al 9,3% per i prestiti concessi ad imprese (e si ferma al 4,2% per le famiglie). Si tratta di uno spread di 266 punti-base rispetto al valore medio nazionale, interamente attribuibile ai prestiti ad imprese (particolarmente rischiosi, come si è visto) poiché il tasso medio applicato alle famiglie è leggermente inferiore a quello nazionale (per 44 punti-base). Ciò ha un evidente riflesso negativo sulla competitività delle imprese irpine, meno incentivate a fare investimenti, e quindi a rilanciarsi sui mercati, rispetto alle concorrenti di altre regioni, che hanno un costo del denaro meno elevato.

Impieghi bancari per il complesso dei settori della clientela residenziale nelle province campane. Serie storica 2011-2014. Numero indice 2011=100



Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Banca d'Italia



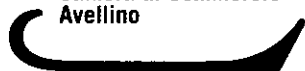
Un cenno infine, va fatto sul processo di riorganizzazione territoriale delle banche, indotto da esigenze di risparmio dei costi operativi, e da innovazioni tecnologiche come l'Internet banking, che riducono l'utilità degli sportelli fisici sul territorio. Ad Avellino, nel periodo 2010-2014, lo stock di sportelli bancari si è ridotto di 7 unità, ovvero il 5,4% in meno. È stato un processo meno radicale di quello regionale (-8,4%) e nazionale (-8,7%) perché già nel 2010 Avellino aveva un numero di sportelli per 100.000 abitanti (32,1) inferiore a quello nazionale (56,7).

Nel dettaglio, la perdita di sportelli è concentrata nelle banche aventi natura di società per azioni (-41) ed in particolare in quelle medie e piccole, come risultato di processi di acquisizione ed aggregazione, che hanno ridotto la rete territoriale, divenuta pletorica dopo il merger. Viceversa, il mondo cooperativo, ed in particolare quello delle banche popolari, accresce di 33 unità i propri sportelli, evidenziando una strategia commerciale profondamente diversa da quella delle banche non cooperative, fatta di maggiore vicinanza territoriale al cliente-socio, e quindi di una rete di rapporti più personalizzata. Continua a non esservi alcuna presenza di filiali di banche straniere.

Il quadro normativo

Nel corso dell'ultimo quinquennio si sono succeduti diversi interventi legislativi di riforma della pubblica amministrazione il cui obiettivo principale è stato il miglioramento dei servizi, una maggiore trasparenza dell'azione amministrativa, il potenziamento dei supporti conoscitivi per le decisioni pubbliche, il contenimento dei costi dell'azione amministrativa. Si è inteso creare una P.A. snella ed efficiente, più vicina a cittadini e imprese e in grado di erogare servizi di qualità in tempi rapidi.

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



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

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

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

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

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

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

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

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

- il Comitato Interministeriale, costituitosi il 16 gennaio u.s. che ha il compito di fornire le linee guida;
- il Dipartimento della funzione pubblica, che opera come promotore di strategie della prevenzione e come coordinatore della loro attuazione;
- l'ANAC, ex CIVIT, che in qualità di autorità nazionale anticorruzione ha il compito



di verificare l'efficacia delle misure adottate ed il rispetto delle norme in materia di trasparenza.

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

Il d.lgs. 2013 n. 33 (in attuazione dell'art. 1, comma 35, della legge delega 6 novembre 2012 n. 190) ha riformato la materia in funzione di una maggiore trasparenza finalizzata alla lotta contro la corruzione.

Sul punto è intervenuta anche la Circolare del Dipartimento della funzione pubblica n. 3 del 19 luglio 2014.

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

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

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

In materia di pianificazione economica finanziaria il d.lgs 31 maggio 2011, n. 91 ed il suo decreto attuativo 27 marzo 2013, introducono delle significative novità sulle modalità di redazione dei documenti di bilancio ispirate per un verso dalle esigenze di garantire un'armonizzazione dei documenti contabili delle amministrazioni



pubbliche e dall'altro un più stretto collegamento con la programma strategica che trova nel ciclo della performance la sua realizzazione.

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

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

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

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

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



economica e valorizzazione dei territori. Secondo il piano predisposto entro il 2014 tutte le camere di commercio saranno impegnate a deliberare i nuovi assetti.

La CCIAA di Avellino a tal proposito con atto del consiglio in data 18/12/2014 ha assunto una delibera di indirizzo favorevole all'accorpamento.

Il Consiglio camerale nel luglio del 2014, alla luce del decreto ministeriale di pubblicazione dei dati relativi al numero di imprese, all'indice di occupazione, al valore aggiunto e al diritto annuale versato al 31/12/2013, ha verificato gli elementi relativi al sistema delle imprese della provincia allo scopo di aggiornare la rilevanza di ciascun settore e di individuare eventuali nuovi settori da rappresentare e ha determinato il numero dei consiglieri spettanti per ciascun settore.

Per quanto concerne le novità normative che nello specifico afferiscono alle competenze istituzionali dell'Ente, in data 1° ottobre 2014 il Presidente della Camera, in osservanza delle disposizioni normative vigenti e dello Statuto, ha attivato le procedure per il rinnovo del Consiglio pubblicando l'avviso sull'Albo camerale e sul sito internet e dandone contestuale comunicazione al Presidente della Giunta Regionale.

Nel corso degli ultimi mesi del 2014 e dei primi mesi del 2015 la Camera di Commercio ha provveduto a porre in essere tutte le attività di propria competenza relative alla procedura di rinnovo del Consiglio camerale, in particolare al termine della fase di verifica e di controllo dei dati comunicati dalle Organizzazioni imprenditoriali partecipanti, sono stati comunicati i dati previsti dalle vigenti disposizioni normative alle autorità regionali per il prosieguo di competenza.

La legge n. 89 del 2014 recante "Misure urgenti per la competitività e la giustizia sociale" ha introdotto tra le altre una serie di significative novità: la pubblicazione on line del bilancio preventivo e del conto consuntivo, nonché dei relativi allegati entro trenta giorni dalla loro adozione, l'obbligo di pubblicare on line un indicatore trimestrale di tempestività dei pagamenti, l'acquisizione di beni attraverso soggetto



aggregatori e prezzi di riferimento, limiti al conferimento di incarichi e consulenza, riduzione delle spese per le autovetture, l'obbligo della fatturazione elettronica tra PA e fornitori, etc.

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

Andando nello specifico delle normative che interessano le CCIAA alcune vanno ad impattare sulle singole attività e delle quali si riportano a seguire solo alcune delle principali:

ISCRIZIONE IMMEDIATA DI ATTI PUBBLICI O DI SCRITTURE PRIVATE AUTENTICATE DI SOCIETA' O ENTI DIVERSI DALLE SOCIETA' PER AZIONI

In sede di conversione del d.l. 91/2014 è stata introdotta un' altra importante novità, che riguarda l'attività degli uffici del registro delle imprese. Nell'art. 20 del DL 91/2014 è stato infatti inserito il comma 7 bis, che prevede:

7-bis. Al fine di facilitare e di accelerare ulteriormente le procedure finalizzate all'avvio delle attività economiche nonché le procedure di iscrizione nel registro delle imprese, rafforzando il grado di conoscibilità delle vicende relative all'attività dell'impresa, quando l'iscrizione è richiesta sulla base di un atto pubblico o di una scrittura privata autenticata, a decorrere dal primo giorno del mese successivo alla data di entrata in vigore della legge di conversione del presente decreto, il Conservatore del Registro delle Imprese procede all'iscrizione immediata dell'atto. L'accertamento delle condizioni richieste dalla legge per l'iscrizione rientra nella esclusiva responsabilità del pubblico ufficiale che ha ricevuto o autenticato l'atto. Resta ferma la cancellazione d'ufficio ai sensi dell'articolo 2191 del codice civile. La disposizione del presente comma non si applica alle società per azioni»;



Poiché la L. 116/2014 è stata pubblicata in G.U. il 20/8/2014, questa norma è entrata in vigore l'1 settembre 2014.

Dalla lettura della norma possono scaturire alcune considerazioni.

La prima riguarda la ratio della stessa, quella di facilitare e accelerare le procedure finalizzate all'avvio delle attività economiche.

Le locuzioni che seguono: "nonché le procedure di iscrizione..... rafforzando il grado di conoscibilità....." sembrano costituire più lo strumento per raggiungere lo scopo e l'ulteriore effetto conseguente al raggiungimento dello stesso.

La seconda attiene alla tipologia di istanze cui la norma è indirizzata: tenuto conto della considerazione precedente, si può ritenere che siano quelle relative alla nascita del soggetto giuridico impresa. Ovviamente, poiché l'atto notarile è necessario per la costituzione delle imprese collettive, la disposizione dovrà riguardare le società di persone, le società di capitali – ad eccezione delle SpA -, le Cooperative, i Consorzi, GEIE, Associazioni (no only REA), Enti pubblici.

La disposizione "quando l'iscrizione e' richiesta sulla base di un atto pubblico o di una scrittura privata autenticata, (.....) il Conservatore del Registro delle Imprese procede all'iscrizione immediata dell'atto" non è applicabile alle istanze presentate per l'iscrizione dei fatti (es. nomina di amministratori di società di capitali), in quanto, in tali casi, oggetto della pubblicità è il fatto e non l'atto, il quale, anche se assunto nelle forme della scrittura privata autenticata o atto pubblico, va allegato unicamente a fini probatori (ved. Circolari ministeriali recanti istruzioni per la compilazione dei modelli, ultima circ. 3668/C/201).

La terza attiene al controllo attribuito al notaio: " L'accertamento delle condizioni richieste dalla Legge per l'iscrizione rientra nella esclusiva responsabilità del Pubblico Ufficiale che ha ricevuto o autenticato l'atto."

Preliminarmente, si deve osservare che, data la disposizione " Resta ferma la cancellazione d'ufficio ai sensi dell'articolo 2191 del codice civile", quello del notaio



è unicamente un controllo preventivo finalizzato ad una celere iscrizione dell'atto, mentre il controllo da parte dell'Ufficio è posticipato ad un momento che è successivo all'iscrizione.

Ovviamente, al fine di evitare situazioni aberranti che potrebbero scaturire dal duplice controllo, è necessario esaminare le condizioni previste per l'iscrizione ed individuare soluzioni di buon senso da condividere con gli Ordini professionali, in primis con quello Notarile, ma non solo.

Gli artt. 2189 c.c. e 11 del DPR 581/95 individuano il controllo da effettuare sulle istanze di iscrizione nel Registro delle Imprese.

In particolare, l'art. 11, dopo aver stabilito – al comma 1 - i requisiti di ricevibilità dell'istanza (competenza territoriale e adozione del modello approvato con decreto ministeriale), al successivo comma 6, indica gli accertamenti che l'Ufficio deve effettuare sulla stessa: autenticità della sottoscrizione della domanda; regolarità della compilazione del modello di domanda; corrispondenza dell'atto o del fatto del quale si chiede l'iscrizione a quello previsto dalla legge; allegazione dei documenti dei quali la legge prescrive la presentazione; concorso delle altre condizioni richieste dalla legge per l'iscrizione.

Sicuramente tutte quelle elencate costituiscono condizioni per l'iscrizione.

Tenuto conto, tuttavia, del complesso normativo che disciplina l'iscrizione nel Registro delle Imprese, si può ritenere che il legislatore abbia voluto – relativamente all'atto rogato o autenticato – attribuire al notaio essenzialmente il controllo di corrispondenza al tipo previsto dalla legge e quello relativo alla presenza di ulteriori condizioni per l'iscrizione previste da specifiche norme di legge, lasciando al Conservatore il controllo sulla "ricevibilità" dell'istanza e, solo "a posteriori", quello sulla "tipicità" e sul concorso delle altre condizioni previste dalla legge per l'iscrizione. L'ipotesi è plausibile se si considera quanto segue.

L'art. 31, comma 2-ter, della L.340/2000 dispone che "I pubblici ufficiali roganti o



autenticanti gli atti da cui dipendono le formalità di cui ai commi 2 e 2-bis possono in ogni caso richiederne direttamente l'esecuzione al Registro delle Imprese che esegue le formalità, verificata la regolarità formale della documentazione.

Gli artt. 2463, 2454 e 2519 c.c., che disciplinano l'iscrizione degli atti costitutivi e modificativi delle Srl, SAPA e Cooperative, non sono stati abrogati.

Tali norme richiamano, per quanto riguarda il deposito dell'atto costitutivo e iscrizione della società, nonché quello dell'atto di modifica dell'atto di costituzione, rispettivamente, gli artt. 2330 e 2436 c.c. (inseriti nel capo relativo alle SpA), i quali dispongono che l'Ufficio del registro delle imprese effettui un controllo di verifica della regolarità formale della documentazione prima di procedere alla relativa iscrizione degli stessi.

C'è da osservare, inoltre, che la locuzione "quando l'iscrizione e' richiesta sulla base di un atto pubblico o di una scrittura privata autenticata..." non indica il notaio quale unico soggetto obbligato a presentare la domanda d'iscrizione, per cui, nel caso di istanza trasmessa da altro soggetto – legittimato dalla relativa norma codicistica – il pubblico ufficiale sarebbe impossibilitato ad effettuare il controllo delle condizioni indicate dall'art. 11, comma 6, lettere a) b) d).

Stante quanto sopra, si può affermare che, qualora venga trasmessa istanza d'iscrizione sulla base di un atto notarile, in presenza d'incompetenza territoriale o di irregolarità e/o incompletezza della domanda, rimanga applicabile la disposizione dell'art. 11, comma 11, del DPR 581/95.

Nell'ipotesi, invece, che, dall'istruttoria della pratica emerga unicamente la mancata corrispondenza al modello astratto previsto dalla legge e/o l'assenza di specifiche condizioni prescritte, l'Ufficio debba procedere all'iscrizione, salvo l'avvio immediato del procedimento di cui all'art. 2191 c.c.

In entrambi i casi, l'istruttoria non potrà che essere estremamente celere, al fine di rispettare la ratio della disposizione.



L'art. 8 della legge regionale ribadisce che l'unico punto di accesso per il richiedente in relazione ai procedimenti amministrativi di cui alla legge stessa è costituito dallo Sportello Unico per le attività Produttive (SUAP), previsto dall'art. 38 del decreto legge 142/2008, convertito con modifiche dalla legge 133/2008 e l'accesso al SUAP avviene in conformità al DPR 160/2010. L'ultimo comma dell'art. 8 rinvia al competente ufficio della Giunta regionale la definizione della modulistica da utilizzare per le domande di autorizzazione, per la SCIA e per le altre comunicazioni previste dalla legge. Tale modulistica è stata effettivamente predisposta e pubblicata l'11 di febbraio. A tal proposito, va segnalato che la Camera di Commercio di Avellino ha preso parte ad un ristretto tavolo tecnico proprio presso gli uffici delle Regione competenti in materia di Suap, nel quale è stato concordato che i comuni in delega e/o in convenzione continueranno ad utilizzare il portale www.impresainungiorno.gov.it e, per loro, non è ammessa alcuna modalità alternativa (quindi non è ammessa l'invio tramite PEC) perché questo rappresenterebbe un passo indietro, mentre il sistema camerale e la Camera di Avellino in modo particolare si sono assunti l'impegno di assicurare l'aggiornamento della modulistica presente sul portale per la Regione Campania, in modo da adeguarla, quanto ai contenuti, alle nuove indicazioni contenute nella legge regionale.

Merita una segnalazione l'introduzione dello strumento d'intervento per l'apparato distributivo (SIAD) che costituisce lo strumento integrato del piano urbanistico comunale con una funzione esaustiva del potere di programmazione e pianificazione del territorio ai fini urbanistico-commerciali.

All'art. 27, inoltre, la legge regionale prevede che la Regione assicuri, in collaborazione con i Comuni e con le Camere di Commercio, il sistema coordinato di monitoraggio riferito all'entità ed all'efficienza della rete distributiva, attraverso la costituzione di un apposito Osservatorio al quale partecipano anche i rappresentanti degli Enti locali, delle organizzazioni dei consumatori, delle imprese di commercio e



dei lavoratori dipendenti coordinato da un Osservatorio nazionale costituito presso il Ministero dello Sviluppo Economico.

L'art. 114 del Testo Unico degli Enti Locali è stato modificato dall'art. 1 comma 560 della legge 147/2013 e, nella nuova formulazione, prevede che "Le aziende speciali e le istituzioni si iscrivono e depositano i propri bilanci nel Registro delle Imprese o nel Repertorio delle notizie economico-amministrative della Camera di Commercio del proprio territorio entro il 31 maggio di ciascun anno."

Con una Circolare del 15 aprile scorso, anche il Ministero dello Sviluppo Economico si è pronunciato per fornire chiarimenti sull'interpretazione della suddetta norma, giungendo alla conclusione che essa va letta nel senso che le aziende speciali degli enti locali, attesa la loro "autonomia imprenditoriale", sono tenute ad iscriversi nel Registro delle Imprese, mentre le istituzioni, considerata la loro natura di "organismo strumentale" dell'ente locale per l'esercizio di servizi sociali sono tenute ad iscriversi nel REA; l'adempimento, in entrambi i casi, deve essere eseguito telematicamente entro il 31 maggio di ciascun anno, con riferimento ad eventi intervenuti nell'anno precedente, pena l'applicazione, da parte dell'Ufficio, di sanzioni pecuniarie, come previsto dall'art. 2194 del codice civile e dalla legge 630 del 1981.

La stessa norma prevede, a carico di entrambe le tipologie di soggetti, l'obbligo di depositare il Bilancio di esercizio, redatto nel formato elettronico elaborabile (XBRL) e dei suoi allegati.

Nella Circolare viene preso in esame anche l'obbligo di versare il diritto annuale: secondo l'interpretazione del Ministero, per il 2014, le aziende speciali sono tenute al versamento, nei 30 giorni dalla presentazione della domanda di iscrizione, del diritto minimo previsto per la prima classe di fatturato, ossia 200,00 €, mentre le istituzioni, sempre per l'anno 2014, sono tenute a versare, come tutti i soggetti "only REA", il diritto nella misura fissa di 30,00 €.

ISCRIZIONE NEL REGISTRO DELLE IMPRESE O NEL REA E DEPOSITO DEL



BILANCIO DI ESERCIZIO DA PARTE DELLE ISTITUZIONI E DELLE AZIENDE SPECIALI DI CUI ALL'ART. 114 DEL TUEL

L'art. 114 del Testo Unico degli Enti Locali è stato modificato dall'art. 1 comma 560 della legge 147/2013 e, nella nuova formulazione, prevede che "Le aziende speciali e le istituzioni si iscrivono e depositano i propri bilanci nel Registro delle Imprese o nel Repertorio delle notizie economico-amministrative della Camera di Commercio del proprio territorio entro il 31 maggio di ciascun anno."

Con una Circolare del 15 aprile scorso, anche il Ministero dello Sviluppo Economico si è pronunciato per fornire chiarimenti sull'interpretazione della suddetta norma, giungendo alla conclusione che essa va letta nel senso che le aziende speciali degli enti locali, attesa la loro "autonomia imprenditoriale", sono tenute ad iscriversi nel Registro delle Imprese, mentre le istituzioni, considerata la loro natura di "organismo strumentale" dell'ente locale per l'esercizio di servizi sociali sono tenute ad iscriversi nel REA; l'adempimento, in entrambi i casi, deve essere eseguito telematicamente entro il 31 maggio di ciascun anno, con riferimento ad eventi intervenuti nell'anno precedente, pena l'applicazione, da parte dell'Ufficio, di sanzioni pecuniarie, come previsto dall'art. 2194 del codice civile e dalla legge 630 del 1981.

La stessa norma prevede, a carico di entrambe le tipologie di soggetti, l'obbligo di depositare il Bilancio di esercizio, redatto nel formato elettronico elaborabile (XBRL) e dei suoi allegati.

Nella Circolare viene preso in esame anche l'obbligo di versare il diritto annuale: secondo l'interpretazione del Ministero, per il 2014, le aziende speciali sono tenute al versamento, nei 30 giorni dalla presentazione della domanda di iscrizione, del diritto minimo previsto per la prima classe di fatturato, ossia 200,00 €, mentre le istituzioni, sempre per l'anno 2014, sono tenute a versare, come tutti i soggetti "only REA", il diritto nella misura fissa di 30,00 €.



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 da una Giunta, formata dal Presidente più 4 membri, eletta dal Consiglio, formato a sua volta da 27 consiglieri espressi delle categorie economiche maggiormente rappresentative della provincia.

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

Oltre i precedenti rientrano tra gli organi della Camera il Collegio dei Revisori dei Conti e l'Organismo Indipendente di Valutazione in forma monocratica.

Si riportano a seguire la composizione ed i nominativi degli organi della Camera.

Consiglio della Camera di Commercio di Avellino

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

In rappresentanza dell'agricoltura:

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

In rappresentanza dell'artigianato:

Ciriaco Coscia, Antonio Cipriano, Ettore Mocella

In rappresentanza dell'industria:

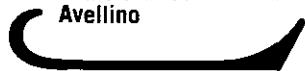
Giacinto Maioli, Silvio Sarno, Federica Vozzella, Franco Rizzo, Rocco Donatiello

In rappresentanza del commercio:

Costantino Capone , Luigi Salvante, Oreste Pietro Nicola La Stella, Pasquale Penza, Tommaso Remondelli

In rappresentanza della cooperazione:

Luigi Manganiello



- **Riccio Salvatore** – Presidente
- **Arrigo Moraca** – Componente
- **Cinzia Piretti** - Componente

Organismo indipendente di valutazione in forma monocratica

- Antonio D'Ascoli

I suindicati Organi camerali nell'arco del 2014 hanno tenuto le seguenti sedute:

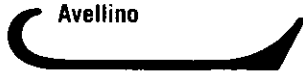
- Giunta n. **9** sedute nelle quali sono state adottate complessive n. 109 delibere;
- Consiglio n. **4** sedute nelle quali sono state adottate complessive n. 25 delibere;
- I Commissione Consiliare n. **6** sedute;
- II Commissione Consiliare n. **7** sedute;
- Collegio dei Revisori dei Conti n. **13** sedute;
- OIV n. **8** sedute.

Il segretario generale, dal canto suo, ha adottato nel 2014 n. 469 determinazioni dirigenziali.

COSA FACCIAMO

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

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



delegate dallo Stato e dalle regioni, nonché i compiti derivanti da accordi o convenzioni internazionali, informando la loro azione al principio di sussidiarietà.

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

- a) tenuta del Registro delle Imprese, del Repertorio Economico Amministrativo e degli altri registri ed albi attribuiti alle camere di commercio dalla legge;
- b) promozione della semplificazione delle procedure per l'avvio e lo svolgimento di attività economiche;
- c) promozione del territorio e delle economie locali al fine di accrescerne la competitività, favorendo l'accesso al credito per le PMI anche attraverso il supporto ai consorzi fidi;
- d) realizzazione di osservatori dell'economia locale e diffusione di informazione economica;
- e) supporto all'internazionalizzazione per la promozione del sistema italiano delle imprese all'estero, raccordandosi, tra l'altro, con i programmi del Ministero dello sviluppo economico;
- f) promozione dell'innovazione e del trasferimento tecnologico per le imprese, anche attraverso la realizzazione di servizi e infrastrutture informatiche e telematiche;
- g) costituzione di commissioni arbitrali e conciliative per la risoluzione delle controversie tra imprese e tra imprese e consumatori e utenti;
- h) predisposizione di contratti-tipo tra imprese, loro associazioni e associazioni di tutela degli interessi dei consumatori e degli utenti;
- i) promozione di forme di controllo sulla presenza di clausole inique inserite nei contratti;
- j) vigilanza e controllo sui prodotti e per la metrologia legale e rilascio dei certificati d'origine delle merci;
- k) raccolta degli usi e delle consuetudini;



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

Oggi, la Camera di Commercio è prima di tutto l'interlocutore di 44.076 imprese al netto delle unità locali e 51.091 comprese le unità locali (dato al 31 dicembre 2014) che in provincia di Avellino producono, trasportano o scambiano beni e servizi e delle categorie economiche che le rappresentano. Ma è anche un'istituzione al servizio dei cittadini/consumatori, attiva accanto agli enti locali per lo sviluppo economico, sociale e culturale del territorio.

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

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

COME OPERIAMO

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

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

SEGRETARIO GENERALE		
AREA I AMMINISTRAZIONE	AREA II AREA IMPRESA, PROMOZIONE E AGRICOLTURA	AREA III SERVIZI ANAGRAFICI E REGOLAZIONE DEL MERCATO
Affari generali e Privacy Uffici di Staff e camerali	Area Impresa e Commercio Estero	Registro Imprese



Risorse umane, Affari Legali e Contenzioso, Sanzioni ex UPICA	Promozione e Agricoltura	Metrologia Legale e Conciliazione/Mediazione Albi, Ruoli e Licenze Speciali
Contabilità e Bilancio	Marchi, Brevetti	Protesti, Tributi
Provveditorato		Vigilanza

Le risorse umane

Il personale in servizio e le sue principali caratteristiche

Alla data del 31.12.2014 presso la Camera si evidenziano in servizio n. 40 dipendenti oltre il Segretario Generale unico Dirigente, per complessive 41 unità, lo stesso numero dell'anno precedente, il pensionamento di due unità di personale è stato di fatti compensato dall'assunzione a seguito di bando di mobilità di due unità.

Si segnala che, nell'ultimo quinquennio, il numero del personale in servizio si presenta costante.

Personale della Camera di Commercio di Avellino per tipologia, anni 2011, 2012, 2013, 2014

CATEGORIA PERSONALE	2011	2012	2013	2014
Dirigenza	1	1	1	1
D	12	13	13	15
C	14	14	13	11
B	11	11	11	11
A	3	3	3	3
Totale	41	42	41	41

Anche la distribuzione dei dipendenti per qualifica non presenta grosse novità nel raffronto 2013-2014.

I dipendenti della CCIAA di Avellino distinti per categoria

CATEGORIA PERSONALE	2013	2014	Valori	Valori
---------------------	------	------	--------	--------



			Percentuali 2013	Percentuali 2014
D	13	15	32,5	37,5
C	13	11	32,5	27,5
B	11	11	27,5	27,5
A	3	3	7,5	7,5
TOTALE	40	40	100	100

La situazione attuale mostra una superiorità delle categoria D che occupa il 37,5% del personale; alle categorie C e B spetta il 27,5% e il 7% alla categoria A. La maggior parte del personale si colloca, pertanto, nelle categorie più qualificate (C e D).

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

La ripartizione del personale per età e per anzianità di servizio denuncia un progressivo invecchiamento della forza-lavoro camerale; le assunzioni per mobilità nel corso del 2014 sono state due e sono comprese nella fascia 40-49.

Il personale distribuito per classi di età

ETA'	2013	2014
30-39	1	1
40-49	14	15
50-59	20	18
60 e più	5	6
Totale	40	40

Personale per anzianità di servizio distinti in fasce d'età, Anni 2013-2014 - dati assoluti e percentuali



ANZIANITÀ DI SERVIZIO	2013	2014	Valori Percentuali 2013	Valori Percentuali 2014
0-5 anni	2	1	5%	2,5%
6-10 anni	3	5	7%	12,5%
11-15 anni	4	1	9%	2,5%
16-20 anni	7	10	18%	25%
21-25 anni	9	7	23%	17,5%
26-30 anni	9	11	23%	27,5%
31-35 anni	2	1	5%	2,5%
36-40 anni	2	4	5%	10%
41 anni e oltre	2	0	5%	
TOTALE	40	40	100%	100%

Personale per titolo di studio, Anni 2013-2014 - dati assoluti e percentuali

TITOLO DI STUDIO	2013	2014	Valori percentuali 2013	Valori percentuali 2014
Scuola dell'obbligo	3	3	7%	7%
Media superiore	27	25	67%	65%
Laurea	10	12	26%	28%
TOTALE	40	40	100%	100%

Personale per titolo di studio e genere, Anno 2014- dati assoluti e percentuali

TITOLO DI STUDIO	uomini	donne	%	%
Scuola dell'obbligo	2	1	9%	5,5%
Media superiore	14	11	63,5%	61,5%
Laurea	6	6	27,5%	33%
TOTALE	22	18	100%	100%



Dati di bilancio

Per quanto concerne l'analisi dei principali dati di bilancio a consuntivo l'Ente chiude il 2014, per la parte di gestione corrente, con un disavanzo di 2.282.820,07.

Il disavanzo della gestione corrente viene compensato dalla gestione straordinaria.

Dati di bilancio Gestione corrente	Consuntivo anno 2013	Consuntivo anno 2014	Differenze
PROVENTI CORRENTI			
Diritto Annuale	7.304.193,22	7.306.197,43	2.004,21
Diritto di Segreteria	1.441.168,17	14.650.348,08	9.179,91
Contributi trasferimenti e altre entrate	802.263,98	715.988,48	-86.275,50
Proventi da gestione di beni e servizi	38.830,33	74.456,84	35.626,01
Variazioni delle rimanenze	-58.330,62	-7.246,87	51.083,75
TOTALE PROVENTI CORRENTI (A)	9.528.125,58	953.743,96	11.618,38
Spese per il personale	1.813.354,74	1.735.878,26	77.476,48
Spese di funzionamento	2.003.827,59	2.025.747,66	-21.920,07
Spese per interventi economici	2.99.038,68	5.342.500,57	-2.351.461,89
Ammortamenti e accantonamenti	3.292.894,46	2.718.437,54	574.456,92
TOTALE ONERI CORRENTI (B)	10.101.115,47	11.822.564,03	-1.721.448,56
RISULTATO GESTIONE CORRENTE (A-B)	-572.989,89	-2.282.820,07	-1.709.830,18



Gli interventi economici camerali

Nel 2014 le azioni di sostegno al sistema delle imprese locali sono state articolate nei seguenti principali filoni di attività:

- Bandi di contributi;
- Formazione
- Internazionalizzazione (fiere, contributi fiere e iniziative di sistema)
- Gestione progetti specialistici.

Bandi di contributi

Nel bilancio di previsione 2014 con deliberazione n. 13 del 13 dicembre era stato destinato uno stanziamento di 1.000.000,00 di euro per l'attivazione di **bandi di contributi** a sostegno alle PMI di tutti i settori economici in materia di:

- **tirocini formativi/apprendistato (€ 600.000,00);**
- progetti di supporto **start-up e sviluppo d'impresa (€ 100.000,00);**
- azioni di **risparmio energetico (€ 300.000,00).**

Nella giunta del 7 marzo 2014 è stato inoltre deciso di rimodulare il bando 2013 per l'implementazione della banda larga prevedendo un contributo massimo di 2.500,00 per incentivare oltre alla banda larga anche l'implementazione di **servizi digitali** nonché l'attivazione di piattaforme per il commercio elettronico. Al **bando servizi digitali** è stato destinato uno stanziamento di **500.000,00.**

Per quanto riguarda i contributi per tirocini formativi ed apprendistato in data 11 marzo 2014 è stato pubblicato il relativo bando in osservanza delle rispettive normative prevedendo un contributo massimo pari a 3.000,00 euro a fronte di una durata del tirocinio o dell'apprendistato di almeno sei mesi e di un ulteriore contributo di 3.000,00 euro se il tirocinio si tradurrà in un contratto di lavoro. A



favore del bonus assunzione è stato destinato il 15% dello stanziamento complessivo, ossia pari a 90.000,00 euro.

In data 23 maggio 2014 il bando tirocini è stato chiuso per esaurimento delle risorse in quanto erano pervenute 205 domande per un importo potenziale di euro 621.703,00.

In sintesi n. 171 imprese finanziate per n. 160 tirocini formativi e 11 contratti di apprendistato per un totale di 510.000,00 di contributo ammesso.

Passando ai contributi per progetti di start-up e sviluppo nuove imprese, il 13 maggio è stato pubblicato il relativo bando con apertura il 26 maggio prevedendo un contributo a fondo perduto fino ad un massimo di 5.000,00 euro. Tra luglio e settembre si è proceduto ad ammettere **n. 23 istanze per 100.000,00 euro** e non ammettere n. 9 domande per 40.414,85 euro per esaurimento del fondo, disponendo nel contempo la chiusura del bando a far data del 1° agosto 2014.

Con riferimento agli altri due bandi di contributi (risparmio energetico e servizi digitali) la Giunta camerale - con la delibera n.6/50 A del 19 settembre 2014 – ha stabilito di prorogare al 15 novembre 2014 la data di scadenza di entrambi i bandi in modo da favorire la presentazione di ulteriori domande.

Per il risparmio energetico, si riferisce che in data 18 aprile è stato emanato il bando (con inizio invio delle domande il 30 aprile). In data 20 giugno 2014, 31 luglio, 29 settembre 2014 e 25 novembre 2014 sono state ammesse complessivamente n. 74 domande per un importo di contributo di 193.195,13 euro. Alla scadenza del 15 novembre, risultano inviate ulteriori 61 domande da istruire per un importo di 159.785,59 euro superando così lo stanziamento di 300.000,00 euro. Tra l'altro da una prima valutazione sull'effettivo risparmio energetico indotto dal bando risulta che attraverso gli investimenti previsti (impianti di illuminazione a led) si produrrà un minor consumo annuo di energia elettrica pari a 817.100 Kwh



che valutato ad un costo medio di 0,2€ a Kwh implica un minor costo annuo complessivo di 160.000,00 euro circa.

Per il bando servizi digitali in data 31 luglio 2014 e 17 ottobre 2014 sono state ammesse complessivamente n. 137 imprese per un totale di 328.026,24 euro.

Al riguardo si riferisce che la Giunta camerale nella seduta del 28 novembre sulla base del report aggiornato delle istanze pervenute per tutti i bandi di contributi, ha disposto con deliberazione n. 8/66 – A di ammettere tutte le domande di contributo prelevando le risorse necessarie dai progetti specialistici, demandando al Segretario generale di effettuare una variazione di budget.

Di seguito si riepiloga la situazione delle domande di contributo relativamente ai bandi del 2014 :

denominazione bando	Fondo stanziato	n. domande	Contributo ammesso /richiesto
Tirocini/apprendistato	510.000,00	199	592.400,00
Voucher assunzione	90.000,00	12	36.000,00
Start up e nuove imprese	100.000,00	30	138.015,48
Risparmio energetico	300.000,00	135	352.980,72
Banda larga Servizi digitali	500.000,00	210	502.567,24
totale	1.500.000,00	586	1.621.963,44

Nel dettaglio si riporta di seguito la situazione dei **bandi sul credito** sulla base delle determinazioni di ammissione e delle domande presentate in fase di istruttoria :

denominazione bando	n. domande	Contributo camerale richiesto	Ammontare finanziamenti concessi alle PMI
Abbattimento costo garanzia	38	136.692,00	1.426.000,00
Abbattimento in conto	57	242.107,44	4.994.795,48



interessi			
Totale bandi accesso al credito	95	378.799,44	6.420.795,48

Passando al microcredito, il 30 marzo 2014 è scaduta la prima finestra per la presentazione di domande per l'accesso al fondo di garanzia della CCIAA per il microcredito e che sono state 361 le domande presentate allo sportello ed inviate a mezzo raccomandata nei due mesi di apertura del bando, per un importo complessivo richiesto di 4.916.450,00 euro. Di queste n. 302 sono di imprese iscritte e n. 59 di start-up.

Con la citata delibera di Giunta n. 8/66 del 28.11.2014 si è disposto la riapertura del bando per l'accesso al microcredito con modalità a sportello.

CORSI DI FORMAZIONE

Per quanto riguarda il **programma formativo 2014**, anch'esso approvato nel bilancio di previsione, si riporta di seguito il calendario approvato dalla Giunta con le informazioni in merito ai corsi ormai tutti organizzati ed ultimati:

N.	denominazione corso	calendario	n. partecipanti
1	Gestione energetico-ambientale	19, 20, 26 e 27 maggio, 9 e 10 giugno	17
2	Comunicazione digitale e social media marketing	Bando aperto: 14, 15 e 16 maggio	29
3	Arbitrato	9, 10, 19, 24 e 25 giugno	47
4	Certificazione di prodotto e di filiera	11, 12, 18, 19 e 25 giugno	23
5	Start-up e sviluppo di impresa	1, 2, 8, 9 e 10 luglio	25
6	Business English	24, 25 e 29 Luglio, 3, 4, 10, 11 e 17 settembre	26
7	Fattorie plurifunzionali, agricoltura sociale	27, 28 ottobre, 10, 13 e 14 novembre	22
8	Tutela industriale e marketing del prodotto	7, 11, 18, 27 novembre, 2 dicembre	21



9	Internazionalizzazione delle pmi -	25-26-27 novembre	55
	Totale corsi (n. 9)	44 giornate	265

Nell'ambito della formazione, va evidenziato il progetto **Scuola di legalità. Lezioni su mafia e antimafia**, iniziativa della Camera di Commercio in collaborazione con **Libera, Associazioni, Nomi e Numeri contro le mafie**. Il percorso prevede dieci incontri formativi destinati ai più motivati studenti che hanno interesse ad approfondire i temi della legalità, della garanzia sociale e della cittadinanza attiva. Le lezioni sono state organizzate presso la sala convegni di Piazza Duomo nei giorni 4, 11, 18, 27 novembre, 2, 11 16 dicembre 2014, 15, 20 gennaio 2015 e 12 febbraio 2015. Tra gli interventi va citato quello dell'ex procuratore Capo di Napoli Giandomenico Lepore.

Infine si rammenta che è stato realizzato il progetto di alta formazione **"Parliamo del vostro futuro"** a cura del Centro di ricerca **"Guido Dorso"**, iniziativa improntata al modello sperimentato dalla Scuola Normale Superiore di Pisa, diretta a studenti del penultimo anno delle scuole superiori di Avellino con l'obiettivo di informarli e orientarli nella scelta delle materie e delle professioni e mestieri. I seminari si sono tenuti in data 2, 3, 4, 9, 10 e 11 dicembre 2014 presso la Sala dell'Oratorio della ex Chiesa dell'Annunziata di Piazza Duomo, vertendo su diverse discipline quali economia, biologia, chimica, fisica, diritto e storia. Circa 60 gli studenti partecipanti.

INTERNAZIONALIZZAZIONE: manifestazioni fieristiche

Con riferimento alle **manifestazioni fieristiche collettive 2014** si riporta di seguito il quadro riepilogativo definitivo:

Denominazione fiera	Luogo svolgimento	Partecipanti/ domande	Superficie (mq)	data svolgimento	settore
Cuir a Paris	Parigi	12	144	18-20 febbraio	pelle
Mifur	Rho	9	144	4-7 marzo	confezioni pelle



Vinitaly	Verona	69	1.300	6-9 aprile	vitivinicolo
Cibus	Parma	25	321	5-8 maggio	agroalimentare
Sial	Parigi	12	216	19-23 ottobre	agroalimentare
Biolife	Bolzano	16	200	7-9 novembre	biologico
AF Artigiano in fiera	Rho	23	400	29 novembre 8 dicembre	artigianato
Totale	7 fiere	166	2.725		

Le partecipazioni

Il portafoglio delle partecipazioni camerali è composto come segue:

SETTORE	Denominazione Società	Capitale sociale al 31/12/2014	% partecipazione al 31/12/2014
Sistema Camerale	INFOCAMERE S.C.P.A.	€ 17.670.000,00	0,03%
Sistema Camerale	TECNO HOLDING S.P.A.	€ 25.000.000,00	0,24%
Sistema Camerale	BORSA MERCI TELEMATICA S.C.P.A.	€ 2.387.372,16	0,31%
Sistema Camerale	TECNOSERVICE	€ 1.131.941,00	0,06%
Sistema Camerale	I.S.N.A.R.T. S.C.P.A.	€ 994.500,00	0,20%
Sistema Camerale	RETECAMERE S.C.R.L.	€ 900.000,00	0,19%
Sistema Camerale	AGROQUALITA'	€ 1.999.999,68	0,23%
Sistema Camerale	IC OUTSOURCING S.C.R.L.	€ 372.000,00	0,02%
Sistema Camerale	JOB CAMERE S.R.L.	€ 600,00	0,02%
Sistema Camerale	ECOCERVED S.C.R.L.	€ 2.500.000,00	0,02%
Sistema Camerale	CONSORZIO SERVIZI AVANZATI S.C.P.A.	€ 1.100.000,00	0,25%
Sistema Camerale	UNIVERSITAS MERCATORUM	€ 324.102,29	0,62%
Ricerca ed Innovazione	BIOGEM S.C.R.L.	€ 197.600,00	15,79%

In materia di partecipazioni, la Camera di Commercio di Avellino nel corso del 2014 ha dato inizio alle procedure di dismissione della propria presenza nel panorama azionario di Tecnoservicecamere S.c.p.a. e di Borsa Merci Telematica S.c.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, sistematizzando 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	
Obiettivo non raggiunto	
Obiettivo parzialmente raggiunto	
Obiettivo raggiunto	



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

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

OBIETTIVI STRATEGICI	OBIETTIVI OPERATIVI		
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	
	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 raggiunto	
IB) SOSTENERE LA COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE	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 parzialmente raggiunto	
IC) VALORIZZAZIONE ECONOMICA DEL TERRITORIO	Sostegno alla valorizzazione delle risorse turistiche, culturali e ambientali del territorio come fattore di sviluppo economico	Obiettivo raggiunto	
	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	



AREA STRATEGICA III

PROMUOVERE IL RINNOVAMENTO DELLA CAMERA

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

In totale su 24 obiettivi operativi 3 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:

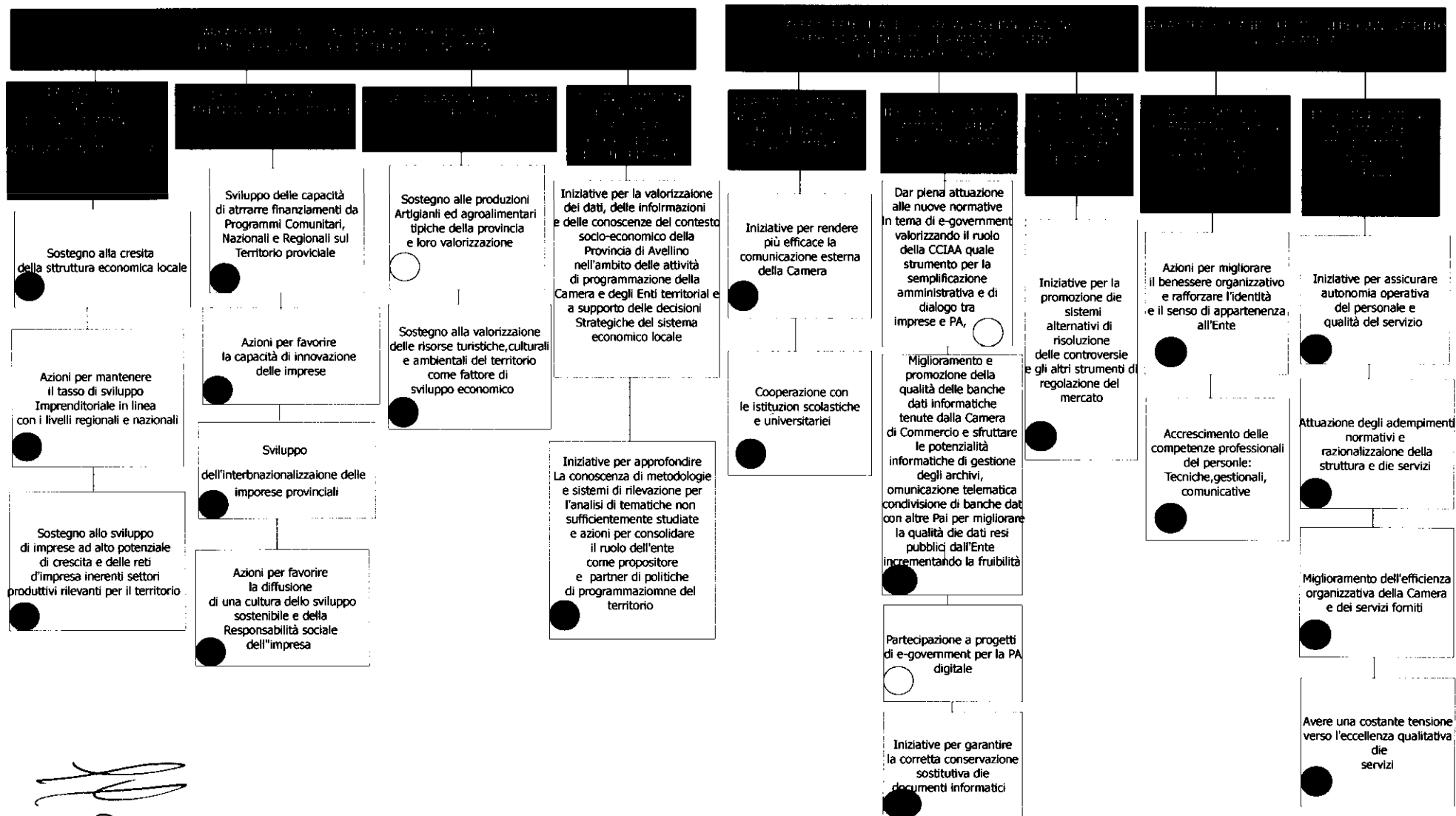
Mission: ragione d'essere e l'ambito in cui la CCIAA di Avellino opera in termini di politiche e di azioni perseguite.

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 2014, il Piano della performance della CCIAA di Avellino è stato redatto in linea con la volontà del legislatore e l'indirizzo fornito dalla ANAC (ex CIVIT) 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 camerali.



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

- il supporto alla definizione degli obiettivi strategici, attraverso il confronto con organizzazioni simili e, dunque, con un riferimento a condizioni realistiche;
- lo stimolo verso un processo di autovalutazione ed apprendimento continuo;
- il supporto reso dalle performance rilevate 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.



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

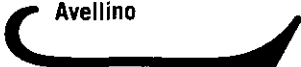
OBIETTIVI STRATEGICI	OBIETTIVI OPERATIVI
IIA) MIGLIORAMENTO NELL'ACCESSO E NELLA FRUIZIONE DEI SERVIZI CAMERALI	Iniziative per rendere più efficace la comunicazione esterna della Camera Cooperazione con le istituzioni scolastiche e universitarie
IB) SEMPLIFICAZIONE AMMINISTRATIVA ED E-GOVERNMENT	Dar 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 Miglioramento e promozione della qualità delle banche dati informatiche tenute dalla Camera di Commercio e sfruttare le potenzialità informatiche di gestione degli archivi, comunicazione telematica, condivisione di banche dati con altre PA per migliorare la qualità dei dati resi pubblici dall'Ente incrementando il valore della loro piena fruibilità Partecipazione a progetti di e-government per la PA digitale, anche a livello europeo Iniziative per garantire la corretta conservazione sostitutiva dei documenti informatici
IIC) PROMOZIONE DEGLI STRUMENTI DI REGOLAZIONE DEL MERCATO E DI ADR	Iniziative per la promozione dei sistemi alternativi di risoluzione delle controversie e gli altri strumenti di regolazione del mercato

AREA STRATEGICA III PROMUOVERE IL RINNOVAMENTO DELLA CAMERA

OBIETTIVI STRATEGICI	OBIETTIVI OPERATIVI
IIIA) BENESSERE ORGANIZZATIVO INTERNO E SVILUPPO PROFESSIONALE DEL PERSONALE	Azioni per migliorare il benessere organizzativo e rafforzare l'identità e il senso di appartenenza all'Ente Accrescimento delle competenze professionali del personale: tecniche, gestionali, comunicative
IIIB)	Iniziative per assicurare autonomia operativa del personale e qualità del servizio



Camera di Commercio
Avellino



INNOVAZIONE NORMATIVA E MIGLIORAMENTO CONTINUO DEI SERVIZI	Attuazione degli adempimenti normativi e razionalizzazione della struttura e dei servizi
	Miglioramento dell'efficienza organizzativa della Camera e dei servizi forniti
	Avere una costante tensione verso l'eccellenza qualitativa dei servizi



3.3 Obiettivi e piani operativi

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

PP.



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 2014

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 2014	40%	Obiettivo raggiunto	
I	IA, IB, ID	Attivazione processi finalizzati al risparmio ed all'efficienza in campo energetico	10%	Obiettivo raggiunto	
II	IIA, IIB	Attivazione Consulta delle professioni	10%	Obiettivo raggiunto	
II	IIA, IIB	Promozione delle infrastrutture, della ricerca e dell'innovazione e della formazione per le imprese	5%	Obiettivo raggiunto	
II	IIA	Miglioramento accesso al credito o fondo di garanzia per le aziende che operano nei mercati internazionali	10%	Obiettivo parzialmente raggiunto	
II	IIC	Promozione della legalità	10%	Obiettivo raggiunto	
III	II C	Miglioramento qualità dei servizi	10%	Obiettivo parzialmente raggiunto	
TOTALE			100%		



LINEA PRIORITARIA	OBIETTIVO STRATEGICO	OBIETTIVO OPERATIVO	RISULTATO RAGGIUNTO	INDICATORE
I	I A I B I C	ATTUAZIONE PROGRAMMA PROMOZIONALE ANNO 2014:	20%	1. – Realizzazione corsi di formazione – Emanazione di bandi di contributi – Conclusione istruttoria bandi e realizzazione corsi di formazione
		- con riferimento ai bandi ed ai corsi di formazione professionali - con riferimento alle Fiere e missioni	20%	2. – Emanazione bando per la partecipazione a fiere e missioni – Realizzazione fiere collettive
I	IA IB ID	Attivazione processi finalizzati al risparmio energetico	10%	Realizzazione di almeno 2 attività che producano risparmio energetico rispetto al 2013
II	IIA IIB	Attivazione Consulta delle Professioni	10%	Insediamiento
II	IIA IIB	Promozione delle infrastrutture, della ricerca e dell'innovazione e della formazione per le imprese	10%	Elaborazione di una proposta per attivare uno strumento specifico
II	IIA	Miglioramento accesso al credito o fondo di garanzia per le aziende che operano nei mercati internazionali	8%	Attivazione convenzione MISE e MEF ex lege 662/96
III	IIIA IIIB	Promozione della legalità	10%	Avvio operativo sportello legalità
II	IIC	Miglioramento qualità dei servizi	3%	Avvio attività per definire un piano per la certificazione di qualità del R.I.
			91%	



LEGENDA

LINEA PRIORITARIA	OBIETTIVO STRATEGICO	DEFINIZIONE
I. FAVORIRE LA COMPETITIVITÀ E PROMUOVERE L'IMPRESA ED IL TERRITORIO NEL MONDO	IA	FAVORIRE LA NASCITA DELLE IMPRESE, IL CONSOLIDAMENTO E LO SVILUPPO DEL SISTEMA ECONOMICO LOCALE
	IB	SOSTENERE LA COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE
	IC	VALORIZZAZIONE ECONOMICA DEL TERRITORIO
	ID	PROMUOVERE L'INFORMAZIONE ECONOMICO-STATISTICA E LE POLITICHE DEL TERRITORIO
I. SOSTEGNO ALL'INNOVAZIONE, SEMPLIFICAZIONE E MIGLIORAMENTO CONTINUO DEI SERVIZI PER FAVORIRE LE IMPRESE	IIA	MIGLIORAMENTO NELL'ACCESSO E NELLA FRUIZIONE DEI SERVIZI CAMERALI
	IIB	SEMPLIFICAZIONE DELL'AZIONE AMMINISTRATIVA ED E-GOVERNMENT
	IIC	PROMOZIONE DEGLI STRUMENTI DI REGOLAZIONE DEL MERCATO E DI ADR
II. PROMUOVERE IL RINNOVAMENTO DELLA CAMERA	IIIA	BENESSERE ORGANIZZATIVO INTERNO E SVILUPPO PROFESSIONALE DEL PERSONALE
	IIIB	INNOVAZIONE NORMATIVA E MIGLIORAMENTO CONTINUO DEI SERVIZI INTERNI



4. RISORSE, EFFICIENZA ED ECONOMICITA'



4.1 GLI INDICATORI DI SALUTE ORGANIZZATIVA: IL SISTEMA INFORMATIVO PARETO

Il Sistema Pareto 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 di bilancio all'anno 2014 della Camera di Commercio di Avellino ed avendo come riferimento che il **numero di imprese attive in Irpinia al 31 dicembre 2014 è stato pari a 37.481 unità.**

1. INTERVENTI ECONOMICI E NUOVI INVESTIMENTI

COSA MISURA	FORMULA	2014
Misura il valore medio di interventi economici e nuovi investimenti in immobilizzazioni materiali, immateriali e finanziarie per impresa attiva	$\frac{\text{INTERVENTI ECONOMICI} + \text{INVESTIMENTI}}{\text{IMPRESE ATTIVE}}$	148,99

2. COSTI PER PROMOZIONE PER IMPRESA ATTIVA

COSA MISURA	FORMULA	2014
Misura il valore medio dei costi promozionali per impresa attiva	$\frac{\text{INTERVENTI ECONOMICI}}{\text{IMPRESE ATTIVE}}$	142,54

3. SCOMPOSIZIONE PROVENTI CORRENTI (DIRITTO ANNUALE)



COSA MISURA	FORMULA	2014
Misura l'incidenza delle entrate da diritto annuale sul totale dei proventi correnti	DIRITTO ANNUALE/ PROVENTI CORRENTI	76,59%

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

COSA MISURA	FORMULA	2014
Misura l'incidenza di contributi, trasferimenti e altre entrate	CONTRIBUTI, TRASFERIMENTI E ALTRE ENTRATE/ PROVENTI CORRENTI	15,20%

5. ECONOMICITA' DEI SERVIZI

COSA MISURA	FORMULA	2014
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)	12,09%

6. MARGINE DI TESORERIA

COSA MISURA	FORMULA	2014
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	6,658

7. CASH FLOW

COSA MISURA	FORMULA	2014
Misura la liquidità netta prodotta o consumata nell'esercizio in rapporto ai proventi correnti	(Cassa finale 31/12/T - Cassa iniziale)/ PROVENTI CORRENTE	-2,11%



5. IL PROCESSO DI REDAZIONE SULLA PERFORMANCE

24.



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
CIVIT 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 II 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
(Dott. Costantino Capone)

OBIETTIVI E PIANI OPERATIVI – ALLEGATO

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

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

Target 2014	Risultati 2014	Raggiungimento obiettivo
40%	36%	Obiettivo parzialmente raggiunto

obiettivi operativi 2014	programmi 2014	progetti/azioni 2014	indicatori	target	Risultati ottenuti	Raggiungimento obiettivo
Sostegno alla crescita della cultura economica locale	Iniziative per incrementare la solidità della struttura economica locale	CORSI DI FORMAZIONE DA REALIZZARSI ENTRO L'ANNO: 1. Comunicazione digitale e social media marketing; 2. Tutela industriale e marketing, Start up e sviluppo d'impresa; 3. Business plan e contributo per le aziende INIZIATIVE: 1. Premio per le giovani imprese (organizzare entro il 30 giugno con n. 3 imprese premiate); 2. Tutor d'impresa (avviare le attività connesse al servizio entro il 30 ottobre; 3. Start up impresa (realizzare il progetto entro la fine dell'anno con 3 imprese coinvolte); 4. Concessione di contributi per attivazione tirocini formativi (realizzazione dell'iniziativa entro fine anno)	Imprese assistite dalla CCIAA	Tra 1500 e 2000	2012	
Azioni per mantenere il tasso di sviluppo imprenditoriale in linea con i livelli regionali e nazionali	Iniziative a sostegno della nuova imprenditorialità.		Percentuale di nuove imprese iscritte /imprese attive	7,2%	6,7%	
Sostegno allo sviluppo di imprese ad alto potenziale di crescita e delle reti d'impresa nei settori produttivi rilevanti per il territorio	Sostegno delle imprese ad alto potenziale con particolare riferimento alle reti d'impresa		Imprese partecipanti a corsi di formazione/workshop/seminari	140	634	



AREA	AREA STRATEGICA I - FAVORIRE IL CONSOLIDAMENTO E LO SVILUPPO DEL SISTEMA ECONOMICO LOCALE
-------------	--

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

Target 2014	Risultati 2014	Raggiungimento obiettivo
40%	36%	Obiettivo parzialmente raggiunto

obiettivi operativi 2014	programmi 2014	progetti/azioni 2014	indicatori	target	Risultati ottenuti	Raggiungimento obiettivo
Sviluppo delle capacità di attrarre finanziamenti da programmi Comunitari, Nazionali e Regionali sul territorio provinciale	Promozione dei programmi di finanziamento	CORSI DI FORMAZIONE DA REALIZZARSI ENTRO L'ANNO: - Gestione energetico ambientale; - Business english; - Internazionalizzazione delle pmi; INIZIATIVE: - Implementazione della banda larga in Provincia di Avellino (entro fine anno); - Temporary Export Management (entro il 30 settembre); - Attivazione fondo di garanzia (avvio delle attività entro il 30 settembre); - Attivazione punto di contatto medio credito (avvio delle attività entro il 30 ottobre); - Avvio bando microcredito (piena operatività entro il 30 giugno); - Attività relative all'EXPO 2015 (avvio pianificazione attività entro il 30 giugno); - Organizzazione di partecipazioni collettive a fiere internazionali in Italia e all'estero (almeno 4 partecipazioni collettive entro l'anno) - Centro di distribuzione urbana (studio di prefattibilità entro 30 settembre) - Verifiche sui contributi erogati alle aziende negli anni precedenti (almeno n. 20 verifiche entro l'anno) - Concessione di contributi per azioni di risparmio energetico (realizzazione iniziativa entro fine anno)	Durata settimanale del relativo sportello della Camera	21,5 ore	21,5 ore	
Azioni per favorire la capacità di innovazione delle imprese	Iniziative per l'innovazione tecnologica.		Livello di apertura al pubblico dello sportello brevetti e marchi	21,5 ore	21,5 ore	
Sviluppo dell' internazionalizzazione delle imprese provinciali	Sviluppo di strumenti informativi e di servizi a supporto dei processi di internazionalizzazione		Attività di workshop e seminari realizzati sul tema dell'internazionalizzazione	13	15	
	Sostenere il programma di sviluppo dell'internazionalizzazione e		Beneficiari contributi missioni all'estero	70	71	
Azioni per favorire la diffusione di una cultura dello sviluppo sostenibile e della responsabilità sociale dell'impresa	Azioni per lo sviluppo sostenibile		Risorse stanziare nell'anno per certificazione imprese	120.000 euro	340.000 euro	

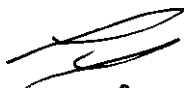


AREA	AREA STRATEGICA I - FAVORIRE IL CONSOLIDAMENTO E LO SVILUPPO DEL SISTEMA ECONOMICO LOCALE	
Obiettivo strategico	I D . Promuovere l'informazione economico-statistica e le politiche del territorio	
Indicatore obiettivo strategico	Report di interesse statistico economico	
Target 2014	Risultati 2014	Raggiungimento obiettivo
11	11	Obiettivo raggiunto

obiettivi operativi 2014	programmi 2014	progetti/azioni 2014	indicatori	target	Risultati ottenuti	Raggiungimento obiettivo
Iniziative 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	INIZIATIVE: 1) Pubblicazioni di carattere economico – statistico (realizzazione di n. 4 pubblicazioni entro l'anno); 2) Organizzazione della giornata dell'economia (entro giugno)	Report di interesse economico-statistico prodotti	4	4	
	Bollettino informativo economico statistico periodico di tipo elettronico			4	4	
Iniziative per approfondire la conoscenza di sistemi di rilevazione per l'analisi di tematiche non sufficientemente studiate e azioni per consolidare il ruolo dell'ente come propositore e partner di politiche di programmazione del territorio	L'osservazione economica attraverso studi ed analisi			3	3	



AREA		AREA STRATEGICA II - SOSTEGNO ALL'INNOVAZIONE, SEMPLIFICAZIONE E MIGLIORAMENTO CONTINUO DEI SERVIZI PER FAVORIRE LE IMPRESE				
Obiettivo strategico		II A . Miglioramento nell'accesso e nella fruizione dei servizi camerali				
Indicatore obiettivo strategico		Carta dei servizi definita entro l'anno				
Target 2014		Risultati 2014		Raggiungimento obiettivo		
1		0		Obiettivo non raggiunto		
obiettivi operativi 2014	programmi 2014	progetti/azioni 2014	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	INIZIATIVE: 1) Implementazione sezione Faq del sito (entro il 30 giugno); 2) Revisione dinamica modulistica (verificare almeno 5 moduli in uso per i servizi camerali); 3) Implementazione invio telematico procedure concorsuali con Tribunale di Avellino ed avvio con Tribunale di Benevento (entro il 30 giugno 2014); 4) Comunicazione sui servizi camerali di base attraverso il servizio CIAO IMPRESA (incremento del 5%); 5) Iniziative per l'attivazione dell'invio telematico dei Protesti (entro il 30 settembre 2014) 6) Progetto alternanza scuola lavoro	Servizi offerti online	5	6	
	Prodotti/Progetti di comunicazione esterna		Implementazione nuovi strumenti funzionali per il web (documenti immessi e creazioni faq	2	3	
Cooperazione con le istituzioni scolastiche e universitarie	Progetti scuola-lavoro-orientamento.		Organizzazione incontri Scuola-Università	2	16	



AREA		AREA STRATEGICA II - SOSTEGNO ALL'INNOVAZIONE, SEMPLIFICAZIONE E MIGLIORAMENTO CONTINUO DEI SERVIZI PER FAVORIRE LE IMPRESE					
Obiettivo strategico		II B . Semplificazione dell'azione amministrativa ed e-government					
Indicatore obiettivo strategico		Grado di diffusione dei servizi telematici presso il tessuto economico locale					
Target 2014		Risultati 2014		Raggiungimento obiettivo			
80%		80%		Obiettivo raggiunto			
obiettivi operativi 2014		programmi 2014	progetti/azioni 2014	indicatori 2014	Target	Risultati raggiunti	Raggiungimento obiettivo
Dar piena attuazione alle nuove normative in tema di e-government valorizzando il ruolo della CCIAA quale strumento per la semplificazione amministrativa e di dialogo tra imprese e PA		Miglioramento servizi della Comunicazione Unica per la nascita dell'impresa e del SUAP	INIZIATIVE: 1) Sportello SUAP (potenziamento attività del tavolo di lavoro con Enti Terzi entro la fine dell'anno, organizzare almeno 2 incontri formativi sulle nuove funzionalità attivate entro l'anno); 2) Certificazione di qualità del Registro Imprese (avvio preaudit entro il 30 ottobre); 3) Progetto ravvedimento operoso Diritto annuale e implementazione compensazioni (implementazione del progetto entro il 30 aprile); 4) Prosecuzione attività di cancellazione d'ufficio	N° Incontri con Enti terzi	4	3	
Miglioramento e promozione della qualità delle banche dati.....Incrementando il valore della loro piena fruibilità		Multicanalità dei servizi amministrativi alle imprese		Rispetto dei tempi di evasione (5 giorni) delle pratiche Registro Imprese	60%	70%	
				N° servizi erogati o gestiti on line	2	3	
				Grado di diffusione dei servizi telematici presso il tessuto economico locale	80%	80%	
				Tempi medi di lavorazione delle pratiche telematiche Registro Imprese	10 gg.	8,2 gg	
Partecipare a progetti di e-government per la PA digitale, anche a livello europeo		Progetti di e-government		Imprese/organizz azioni/enti partecipanti	35	40	



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

Indicatore obiettivo strategico	Incremento livello di diffusione del servizio di Conciliazione/ Mediazione
--	---

Target 2014	Risultati 2014	Raggiungimento obiettivo
+ 35%	+570%	Obiettivo raggiunto

obiettivi operativi 2014	programmi 2014	progetti/azioni 2014	indicatori 2014	Target	Risultati raggiunti	Raggiungimento obiettivo
Iniziative per la promozione dei sistemi alternativi di risoluzione delle controversie e gli altri strumenti di regolazione del mercato	Conciliazione e mediazione	CORSI DI FORMAZIONE DA ATTIVARE ENTRO L'ANNO: 1) Corso di Formazione specifica arbitri (almeno n. 2 incontri); 2) Formazione sulla nuova mediazione civile (almeno n. 2 incontri). INIZIATIVE: 1) Sportello della legalità (completamento delle attività per piena operatività dello sportello entro il 30 aprile 2014) 2) Giornata della legalità (organizzare l'iniziativa entro il 30 giugno 2014) 3) Servizio di vigilanza nei settori di competenza (incremento delle attività di vigilanza del 5%); 4) Rafforzamento partnership sulla camera arbitrale (costituzione Comitato Scientifico ed approvazione regolamento entro il 30 giugno)	Incremento livello di diffusione del servizio di Conciliazione/ Mediazione	+ 35%	+ 570%	
			Livello di apertura al pubblico dello sportello Arbitrato e Mediazione	21,5	21,5 ore	
			Numero medio di lavori in partnership generali realizzati nell'anno	2	3	
	Promozione intensificazione delle attività di ADR e vigilanza		Diffusione delle visite metrologiche di controllo sul tessuto economico provinciale	20	27	

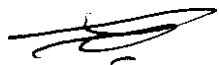


AREA	AREA STRATEGICA III - PROMUOVERE IL RINNOVAMENTO DELLA CAMERA
Obiettivo strategico	III A . Benessere organizzativo interno e sviluppo professionale del personale

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

Target 2014	Risultati 2014	Raggiungimento obiettivo
65%	74,62%	Obiettivo raggiunto

obiettivi operativi 2014	programmi 2014	progetti/azioni 2014	indicatori 2014	Target	Risultati raggiunti	Raggiungimento obiettivo
Azioni per migliorare il benessere organizzativo e rafforzare l'identità e il senso di appartenenza all'Ente	Identità, comunicazione interna e valorizzazione	INIZIATIVE: 1) Questionario sul benessere organizzativo (inserimento sul sito della CIVIT dei questionari somministrati ai dipendenti ed elaborazione dei risultati entro il 30 febbraio) 2) Piano azioni positive (aggiornamento entro il 30 giugno);	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	Sistema professionale delle competenze e formazione continua	INIZIATIVE: 1) Attuazione del Protocollo d'intesa MISE ed Unioncamere per la realizzazione di corsi di formazione in materia di controllo e vigilanza del mercato e tutela dei consumatori (formazione da realizzare entro il 30 settembre)	Numero di dipendenti a tempo indeterminato partecipanti a corsi di formazione nell'anno	25	25	



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

Indicatore obiettivo strategico:	Incidenza dei costi del personale sul totale dei proventi correnti
---	---

Target 2014	Risultati 2014	Raggiungimento obiettivo
18%	20,40%	Obiettivo raggiunto

obiettivi operativi 2014	programmi 2014	progetti/azioni 2014	indicatori 2014	Target	Risultati raggiunti	Raggiungimento obiettivo
Assicurare autonomia operativa del personale e qualità del servizio	Condividere la conoscenza	CORSI DI FORMAZIONE DA ATTIVARE ENTRO L'ANNO: 1) Prevenzione della Corruzione 2) Le principali novità in materia di trasparenza INIZIATIVE 1) Risparmio Energetico (riduzione dei consumi correnti del 5% rispetto all'anno precedente); 2) Amministrazione Aperta (adeguamento ed implementazione di almeno 3 sezioni) 3) Adozione del codice di comportamento dei dipendenti (entro il 30 marzo) 4) Carta dei Servizi (adozione entro il 30 settembre) 5) Giornata della Trasparenza (da organizzare entro dicembre)	N° personale interessato	40	40	
Attuazione degli adempimenti normativi e razionalizzazione della struttura e dei servizi	Recepimento ed impleementazione degli adempimenti normativi e riorganizzazione		Realizzazione attività previste nell'anno	3	5	
Miglioramento dell'efficienza organizzativa della Camera per migliorare i servizi forniti	Miglioramento continuo delle attività correnti		Ore settimanali di apertura garantite al pubblico dello sportello Diritto annuale	21,5 ore	21,5 ore	
Avere una costante attenzione verso l'eccellenza qualitativa dei servizi			N° documenti ciclo di Gestione della Perfomance approvati nell'anno	6	6	
			N° procedure interne di semplificazione amministrativa e trasparenza previste nell'anno	3	3	
	Automazione dei servizi camerati					
	Archivio e protocollo					

