



Camera di Commercio  
Avellino



# **RELAZIONE SULLA PERFORMANCE**

## **ANNO 2018**

**Allegata alla deliberazione di Giunta n.1/5 del 02/04/2019**



**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. 5

2.2 L'amministrazione pag. 29

2.3 I risultati raggiunti pag. 38

**3. OBIETTIVI:RISULTATI RAGGIUNTI E SCOSTAMENTI**

3.1 Albero della performance pag. 58

3.2 Aree strategiche e obiettivi strategici pag. 59

3.3 Obiettivi e piani operativi ( come da allegato ) pag. 61

3.4 Obiettivi individuali pag. 62

**4. RISORSE, EFFICIENZA ED ECONOMICITA'**

4.1 Gli indicatori di salute organizzativa: il sistema informativo Pareto pag. 65

**5. IL PROCESSO DI REDAZIONE DELLA RELAZIONE SULLA PERFORMANCE**

**5.1** Fasi, soggetti, tempi e responsabilità pag. 67

**ALLEGATI**

ALLEGATO – TABELLE OBIETTIVI STRATEGICI



Le linee guida approvate nel novembre 2018 dal Dipartimento della Funzione Pubblica confermano che la Relazione sulla performance sia uno strumento miglioramento gestionale e uno strumento con il quale l'amministrazione rendiconta i risultati ottenuti nel periodo di riferimento.

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

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

La Relazione rappresenta anche la concretizzazione dei principi della trasparenza sui quali la riforma della P.A. del 2009 ha basato uno dei pilastri. Principi, la cui assunzione, fornisce un valore aggiunto ai documenti di rendicontazione fino ad ora previsti dalla norma. La Relazione sulla Performance 2018, 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":

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

Così come espresso nel citato dettato normativo, la Relazione sulla Performance analizza, in particolare, la dimensione organizzativa e economico-finanziaria della performance dell'Ente, in termini di efficienza ed economicità. Allo stesso modo, la Relazione pone



l'enfasi sull'esposizione di obiettivi dell'Ente in tema di pari opportunità, ivi compresa la dimensione di genere.

Il 2018, anno di riferimento della presente Relazione, ha visto la Camera impegnata innanzitutto sul fronte dell'assolvimento di tutte le sue funzioni istituzionali, anche alla luce delle nuove competenze riconosciute dalle vigenti normative. Un notevole impegno ha richiesto anche la procedura relativa alla nomina del Consiglio della nuova camera Irpinia Sannio. Difatti a inizio anno il Commissario ad acta ha provveduto ad inoltrare alle competenti autorità regionali la documentazione presentata e le risultanze dei controlli previsti dalla norma. Nel frattempo che la Regione ha condotto le attività di propria competenza ci si è dedicati allo studio e alla programmazione delle attività prodromiche all'associazione delle funzioni delle due Camere accorpate. Nel mese di settembre la Regione ha pubblicato un primo decreto di assegnazione dei seggi del nuovo Consiglio che però è stato successivamente ritirato per errori materiali commessi nell'assegnazione dei seggi. A seguito di richieste provenienti da Associazioni interessate alla procedura la Regione ha ritenuto opportuno incaricare il Commissario ad acata di svolgere un ulteriore supplemento istruttorio. Le risultanze di detto supplemento istruttorio sono state trasmesse dal Commissario ad acta alla Regione e quindi nel momento della stesura della presente Relazione si è in attesa delle decisioni delle competenti autorità regionali.



## **2.1 IL CONTESTO ESTERNO DI RIFERIMENTO**

L'uscita dalla crisi del nostro paese (intesa quanto meno come passaggio dal segno meno al segno più dell'andamento del Prodotto Interno Lordo e non come ritorno ai livelli pre-recessione) ha cominciato a manifestarsi nel 2016 e sembrava confermarsi anche per gli anni 2017 e 2018 secondo le stime prodotte da tutti i principali analisti economici nazionali e internazionali. Analisti che concordano anche sul fatto che il 2017 ed in parte il 2018 sono stati gli anni con una crescita più intensa per il nostro paese, anche se i dati relativi all'ultimo trimestre 2018 evidenziano un pil in netto calo con preoccupanti prospettive per l'anno in corso. Da un punto di vista territoriale non si è ancora in grado di valutare il bilancio del 2018 mentre invece si possono già fornire informazioni concrete per il 2017. Anno che ha avuto una protagonista se ci riferiamo alle regioni più popolate proprio nella regione Campania. Secondo le valutazioni Istat relative al 2017, la regione Campania vanta la maggiore crescita del Pil in termini reali fra tutte le regioni italiane con un eloquente +3,2%. Un dato che si può definire eccezionale per vari motivi. In prima battuta per il fatto che mai in questo secolo la regione era cresciuta con questa intensità visto che per trovare un aumento così rimarchevole bisogna tornare al 2000 quando il territorio crebbe del 3,5%. In seconda battuta perché la regione è la più performante d'Italia superando di quattro decimi di punto il Molise e facendo meglio di aree come la Lombardia (+1,2%) e Veneto (+0,9%) in un contesto nazionale cresciuto dello 0,9% e in cui sono ben 5 le regioni, tra cui le meridionali Puglia, Sicilia e Sardegna, che nel 2017 invece hanno messo a segno un percorso recessivo. Anche se l'economia della regione è stata fortemente trascinata da quella che viene definita industria in senso stretto (che comprende il manifatturiero, l'estrattivo e tutto quel comparto emergente legato alla gestione dell'acqua e dei rifiuti) cresciuta ad un ritmo del 7%, appare sempre più evidente soprattutto nel lungo periodo, l'accentuazione in senso terziario della regione. Se, infatti, nel 1995 i servizi contribuivano alla formazione del valore aggiunto campano per il 73,9%, nel 2017 tale incidenza ha sfiorato l'80% attestandosi al 79,8% dopo aver peraltro toccato quasi l'81% nel 2014 a causa delle difficoltà che in quel periodo incontrava l'industria con i servizi (o quanto meno alcuni servizi) che sembravano essere decisamente meno toccati dalla recessione. Ovviamente all'interno di questo quadro certamente confortante, esistono



quelle che possiamo definire note stonate. La prima, che oramai sembra consolidata nel tempo, riguarda le perduranti difficoltà del settore edilizio che dopo la fiammata del 2015 è tornato in territorio negativo come peraltro accaduto in otto dei nove anni, periodo nel quale ha perso quasi un terzo della ricchezza prodotta. Una difficoltà invece di tipo più congiunturale ha riguardato l'agricoltura che conferma il suo andamento altalenante grazie al quale comunque il settore si trova oggi grosso modo non troppo distante dai suoi migliori risultati di sempre. Le difficoltà del settore primario sono da attribuire essenzialmente alle difficoltà attraversate dai prodotti vitivinicoli il cui valore economico della produzione è sceso di oltre il 23% rispetto al 2015 sfiorando i livelli minimi del 2014. A ciò si aggiunge l'olio i cui valori sembrano oramai collocarsi al di fuori di un trend regolare visto che nel 2015 i livelli produttivi hanno raggiunto i valori massimi storici mentre solo l'anno prima si erano toccati i livelli più bassi di sempre con il 2017 che si colloca a metà strada.

Chiaramente, rispetto alle macerie lasciate della crisi, la crescita della regione nel 2017 va vista come un primo segnale verso il recupero delle posizioni perse durante la fase recessiva. Perdite che tuttora vanno considerate come molto cospicue visto che rispetto all'anno precedente lo scoppio della recessione (il 2007) i livelli produttivi del territorio (peraltro non particolarmente brillanti rispetto alla media nazionale) sono ancora inferiori di quasi il 10% con l'industria che sconta addirittura un ritardo di quasi il 26%.

La ripresa appariva essere un toccasana per il sistema economico nel suo complesso ma in questo momento sembra non avere ancora prodotto i suoi effetti sulle famiglie se non in piccola parte. Il reddito disponibile di quelle che vengono definite famiglie consumatrici non ha mai raggiunto in regione vette particolarmente significative nel corso del tempo visto che il massimo risultato raggiunto in termini di differenziale procapite rispetto alla media nazionale è stato il 25,8% del 2002. Oggi nonostante una lenta ripresa nel triennio 2014-2017, la regione Campania si pone all'ultimo posto per reddito procapite (con un deficit rispetto al 28% rispetto alla media Italia) a differenza di quanto accadeva in passato dove sovente la Campania riusciva a mettersi alle spalle quanto meno Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia e Sardegna. Più o meno simili sono le traiettorie della spesa delle famiglie. Inevitabile conseguenza, questa, del fatto che i consumi incidono per l'85-90% sul totale del reddito disponibile. Andamento dei consumi che ha avuto delle



ripercussioni anche sulla destinazione per comparto merceologico, oltre che sui livelli assoluti. I dati ci dicono che dall'inizio della crisi a oggi ci sono stati ben due momenti in cui i consumi della regione sono letteralmente crollati rispetto all'anno precedente. Si tratta del 2009, in cui si registrò una calo del 4,4% che andava peraltro ad aggiungersi al -3% dell'anno precedente e del 2012 in cui si registrò addirittura un -5% seguito da un -2,7% nel 2013. E' evidente che queste perdite siano molto pesanti e altrettanto difficili da recuperare nel breve periodo anche se nel 2015 e nel 2017 sono arrivati dei segnali incoraggianti con crescite superiori all'1%. Aumenti che sono stati comunque inferiori a quelli riscontrati a livello nazionale. A livello merceologico la crisi ha cambiato molte delle abitudini di consumo dei campani che hanno ridimensionato in misura più o meno accentuata nell'arco del periodo della crisi tutte le spese legate ai beni ed accentuato invece le spese per i servizi in particolare comunicazioni e utenze acqua, gas e luce.

Vi è poi il tema della diffusione della povertà, sia essa misurata in termini relativi (ovvero il numero di famiglie di due componenti con una spesa per consumi inferiore o uguale alla spesa media per consumi pro-capite opportunamente riparametrato per le altre tipologie di nuclei) o assoluta (famiglia di due persone con una spesa per consumi inferiore o uguale al valore monetario di un paniere di beni e servizi considerati essenziali per evitare gravi forme di esclusione sociale sempre opportunamente riparametrato per le altre tipologie di nuclei). Facendo riferimento al concetto di povertà relativa in Campania il fenomeno fra il 2014 e il 2017 ha subito una impennata e nell'ultimo anno per il quale i dati sono disponibili oltre un individuo su 5 si trova nella condizione di povertà relativa facendo del territorio campano la terza regione italiana con la maggiore incidenza della povertà. Rispetto al 2014 la situazione del fenomeno si è deteriorata rispetto sia alla Puglia che alla Basilicata.



**Percentuale di persone in condizione di povertà relativa nelle regioni italiane. Anni 2014-2017**

	2014	2015	2017
Piemonte	7,7	8,9	8,4
Valle d'Aosta / Vallée d'Aoste	7,7	10,5	6,3
Liguria	10,0	12,5	15,6
Lombardia	5,8	8,2	8,0
Trentino Alto Adige / Südtirol	5,3	5,2	4,0
Provincia Autonoma Trento	8,9	7,1	7,9
Veneto	6,4	7,1	7,7
Friuli-Venezia Giulia	11,1	13,5	13,9
Emilia-Romagna	6,7	6,4	6,8
Toscana	6,7	6,7	5,0
Umbria	11,3	13,6	17,9
Marche	13,0	12,0	11,1
Lazio	7,8	10,3	13,1
Abruzzo	14,1	12,5	12,8
Molise	18,4	22,7	21,1
Campania	20,0	19,9	22,9
Puglia	22,2	21,9	17,6
Basilicata	30,0	24,7	21,6
Calabria	35,6	33,1	39,2
Sicilia	29,0	30,1	28,6
Sardegna	15,9	16,8	16,0
<b>Nord-ovest</b>	<b>6,8</b>	<b>8,8</b>	<b>8,9</b>
<b>Nord-est</b>	<b>6,9</b>	<b>7,3</b>	<b>7,7</b>
<b>Centro</b>	<b>8,4</b>	<b>9,7</b>	<b>10,7</b>
<b>Mezzogiorno</b>	<b>23,6</b>	<b>23,5</b>	<b>23,5</b>
<b>Italia</b>	<b>12,9</b>	<b>13,7</b>	<b>14,0</b>

Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Istat

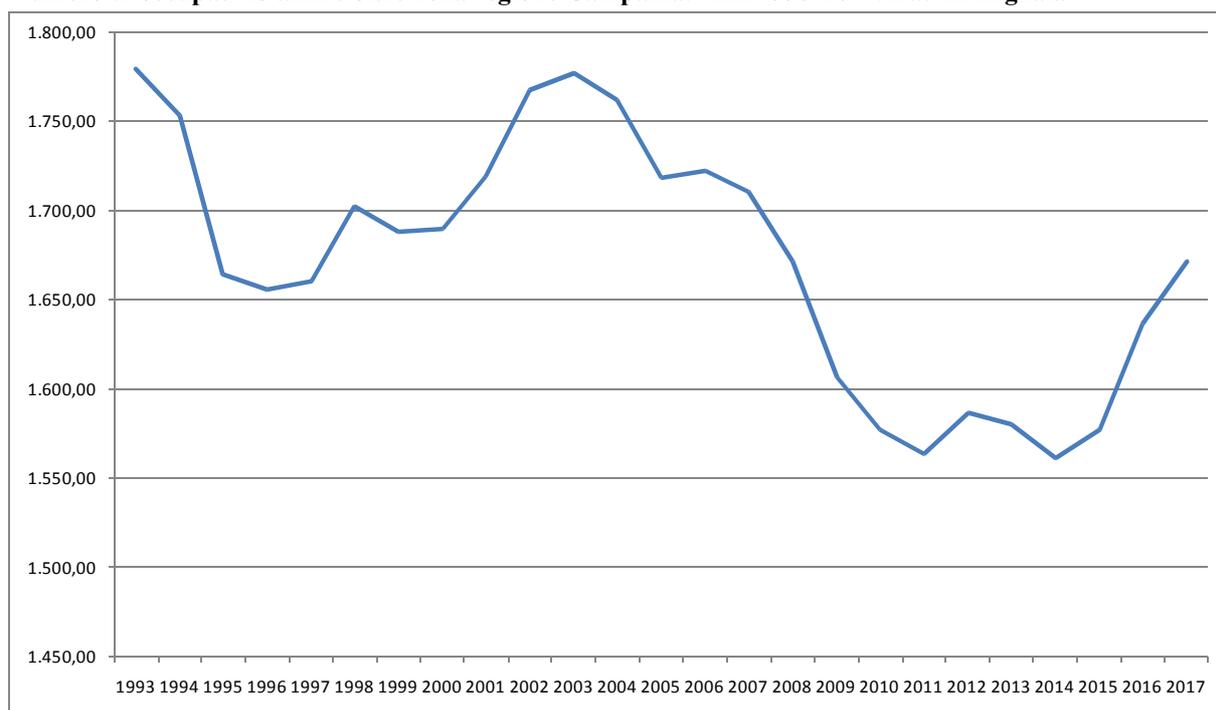
Queste condizioni di difficoltà delle famiglie probabilmente sembravano destinate a migliorare (senza ovviamente raggiungere vette di particolare eccellenza) alla luce del fatto che la crescita economica poteva aver prodotto un effetto positivo sui livelli assoluti di occupazione facendo però emergere al contempo una consistente fetta di popolazione che è passata dalla condizione di inattività (spesso associata al concetto di scoraggiamento) a quella di disoccupazione fiutando probabilmente la connessione fra ripresa economica e disponibilità di nuovi posti di lavoro. Permane però rilevante la questione dell'occupazione giovanile, o meglio la questione giovanile sembra oramai suddividersi in due segmenti ben distinti: da una parte i giovanissimi (ovvero gli under 25) per i quali anche nel 2017 dovrebbe proseguire la diminuzione dei livelli occupazionali oramai arrivati poco sopra il 10%. Meglio vanno le cose per gli under 35 il cui livello occupazionale pur rimanendo al di sotto dei massimi storici si colloca intorno al 42,5% ai massimi dall'inizio della crisi.

Come detto, nonostante l'aumento delle persone occupate, cresce anche (per il secondo anno di seguito) quello delle persone in cerca di occupazione che si fissa a quota 442 mila



unità, nuovo record storico in regione con un divario di circa 5.000 persone rispetto al precedente primato datato 1997 e oltre il doppio rispetto al minimo storico fatto segnare nel 2007. A ciò corrisponde un aumento del tasso di disoccupazione di 0,5 punti percentuali in crescita di mezzo punto percentuale fra 2016 e 2017 (dal 20,4% al 20,9%) ancora un po' al di sotto del record storico del 2014 (21,7%) e con un incremento più sensibile fra le donne rispetto agli uomini.

**Numero di occupati 15 anni e oltre nella regione Campania. Anni 1993-2017. Dati in migliaia**

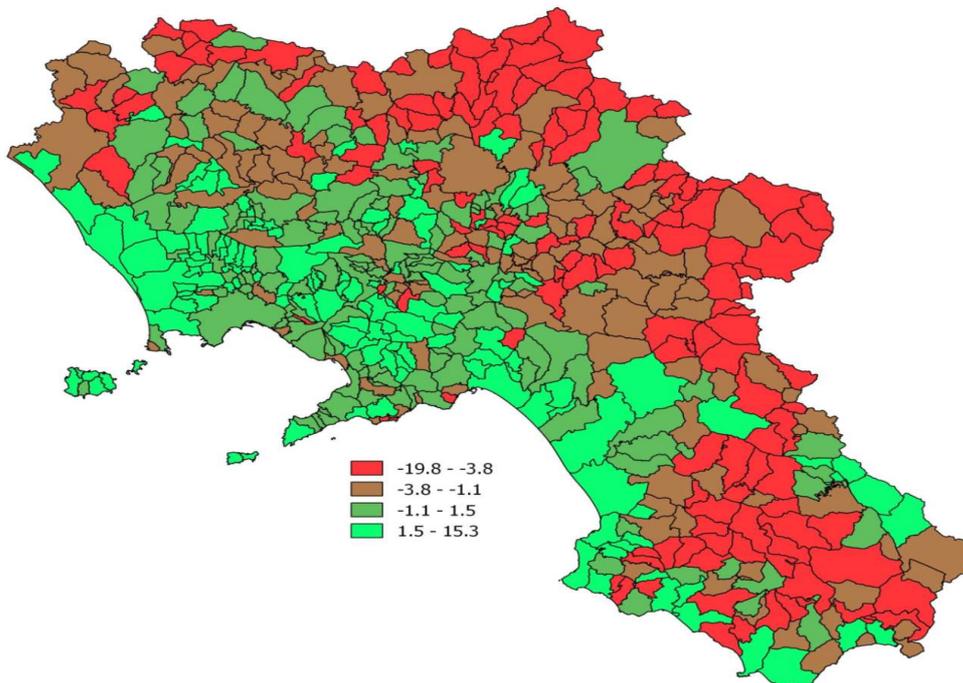


**Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Istat**

I fatti rilevanti circa l'occupazione appaiono due. Il primo è legato al fatto che si tratta, rispetto al passato, di un lavoro maggiormente a termine. Lo dimostra il fatto che negli ultimi 13 anni gli occupati a tempo indeterminato sono diminuiti di 60.000 unità a cui è corrisposto un +48.000 in termini di contratti a termine. Il secondo aspetto è invece legato ad un inquadramento contrattuale medio che appare piuttosto debole se consideriamo che in Campania oltre il 63% dei lavoratori dipendenti delle unità locali del territorio lavora con un contratto di questo tipo a fronte del 53,4% medio nazionale con dei divari retributivi rispetto agli impiegati che appaiono essere piuttosto simili fra la regione e il complesso del paese. Vi è poi sempre l'atavica questione del legame fra donne e lavoro. Ancora oggi la Campania (e praticamente tutti i suoi territori) hanno una presenza di donne al lavoro fra le più basse in Italia sia pure in leggero aumento. Un aumento che deriva soprattutto dalla



spinta che stanno apportando settori tradizionalmente a bassa occupazione femminile che hanno visto negli ultimi 4 anni un incremento di oltre 3.000 occupati a fronte di una contrazione più o meno di pari entità osservata nei tradizionali serbatoi dell'economia femminile. Poiché per la realizzazione delle attività produttive non si può prescindere dal discorso del fattore umano, il rapporto ha voluto investigare anche quelle che sono le più recenti tendenze di dislocazione della popolazione all'interno della regione Campania e quali sono le prospettive demografiche del territorio alla luce delle previsioni demografiche rilasciate nel 2017. Si tratta di fenomeni che mutano molto lentamente nel corso del tempo ma che rischiano di restituirci da qui ai prossimi cinquant'anni una piramide dell'età della regione fortemente rivoluzionata laddove si dovessero mantenere alcune tendenze già in essere sui movimenti demografici in atto in regione (riassumibili essenzialmente nel calo della natalità, nell'aumento della vita media e in un saldo migratorio negativo a causa del trasferimento di alcune fasce demografiche verso altre aree del paese con l'estero che al momento non appare una meta particolarmente gettonata). La popolazione campana nel suo complesso dovrebbe ridursi di circa 1,5 milioni di unità in 50 anni (dagli attuali 5,8 milioni ai 4,3 milioni di inizio 2066) e per oltre 1/3 sarebbe composta da ultra sessantacinquenni a fronte dell'odierno 18,2%. Pertanto le previsioni sembrano indicare che in prospettiva futura si possa ripetersi in una scala Campania verso Italia, quello che sta succedendo da alcuni anni all'interno della regione, con spostamenti di popolazione dalla parte orientale del territorio verso quella occidentale.

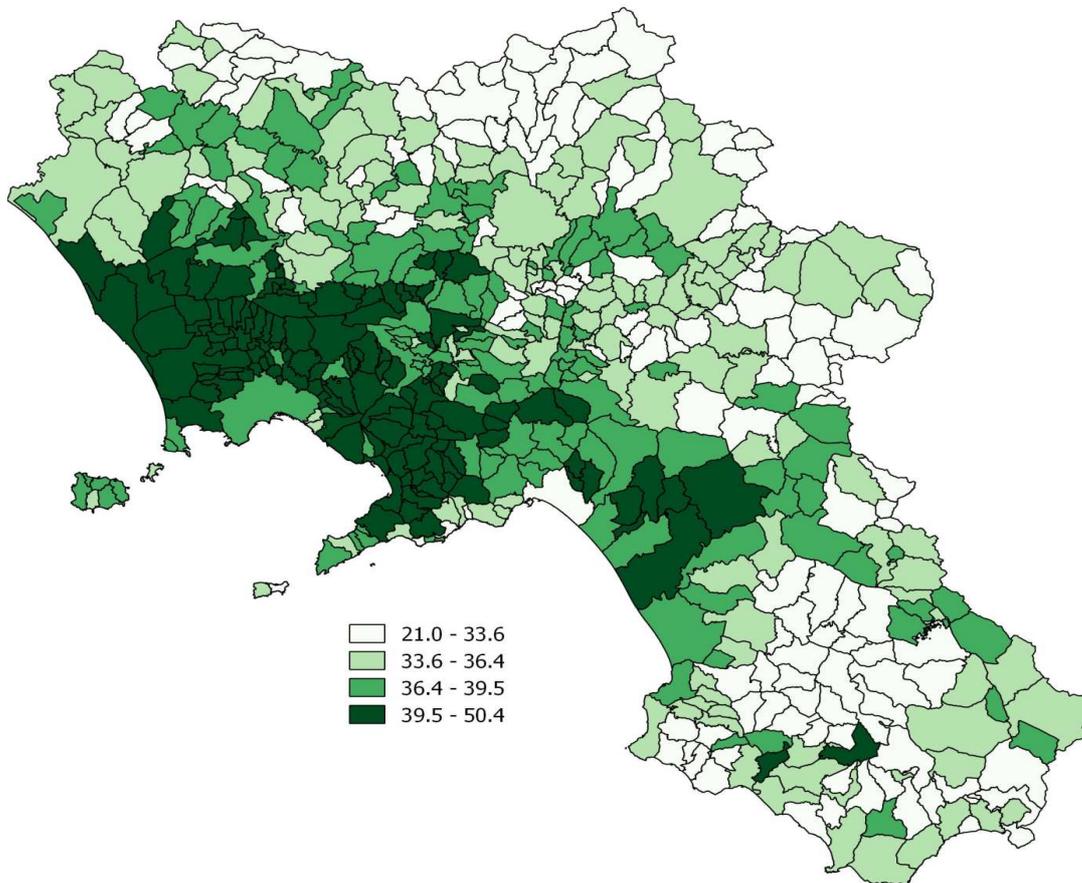
**Variatione percentuale della popolazione residente fra 31 dicembre 2011 e 31 dicembre 2017**

Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Istat

Fra 2011 e 2017 in un contesto di aumento della popolazione residente in regione valutabile in circa 75.000 unità si osserva come le tre province con uno sbocco sul mare abbiano guadagnato circa 85.000 residenti mentre le zone interne (ovvero Avellino e Benevento) ne hanno persi circa 10.000. Più in generale i comuni che si stanno spopolando sono i più piccoli della regione, con solo 3 dei 67 comuni con meno abitati che hanno fatto segnare un ripopolamento negli ultimi cinque anni con una perdita complessiva in questi comuni di oltre il 6% di popolazione. Sono invece oggetto di forte ripopolamento quasi tutti i grandi comuni della regione che, con qualche limitata eccezione, hanno visto aumentare i loro abitanti di circa 32.000 unità. Prosegue pertanto, lento ma inesorabile (di fatto è partito almeno dai primi anni '80 dello scorso secolo), il fenomeno della concentrazione della popolazione nelle aree più grandi ma anche in quelle di media dimensione.



**Incidenza percentuale della popolazione con meno di 35 anni sul totale della popolazione nei comuni della regione Campania. Situazione al 31 dicembre 2017**



Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Istat

Analogo modello localizzativo sembrano scegliere i giovani. La regione, sia pure in invecchiamento rispetto al passato, si contraddistingue per essere la più giovane d'Italia con Napoli e Caserta collocabili tra le province più giovani in assoluto, analizzando l'incidenza della quota di under 35 sul totale della popolazione. All'interno della regione le scelte localizzative dei giovani sembrano orientarsi non necessariamente sulle grandi città (intendendo con questa accezione non solo i comuni capoluoghi ma in generale i comuni che potenzialmente hanno la capacità di attrarre flussi) ma piuttosto sui medi centri. Questo perché tali centri rappresentano un compromesso accettabile fra la possibilità di trovare un'occupazione (o di raggiungere facilmente il luogo di lavoro) e le condizioni di accessibilità delle abitazioni in termini di costi di acquisto o di affitto.

I modelli localizzativi fino a questo momento presentati sembrano fortemente correlati con le dinamiche di creazione di impresa, le cui misurazioni rappresentano uno degli elementi



positivi del sistema delle Camere di Commercio italiane. La Campania e i suoi territori rappresentano un'area in cui negli anni della crisi e anche subito dopo l'inizio della fase di inversione vi è sempre stata un'accentuata propensione alla creazione di nuova impresa probabilmente vista come antidoto per sfuggire alla disoccupazione.

**Iscrizioni, cessazioni, saldo e tasso di crescita delle imprese registrate nel 2017 e nei primi nove mesi del 2017 in alcune segmentazioni territoriali della regione Campania**

	Iscrizioni	Cessazioni	Saldo	Tasso di crescita
	2017			
Comuni capoluogo di sistema locale del lavoro	16.100	11.435	4.665	1,97
Altri comuni della regione Campania	22.261	18.025	4.236	1,26
Comuni totalmente montani	3.034	2.680	354	0,64
Comuni parzialmente montani	4.663	3.857	806	1,12
Comuni non montani	30.664	22.923	7.741	1,74
Comuni litoranei	15.370	10.909	4.461	2,01
Comuni non litoranei	22.991	18.551	4.440	1,27
Comuni ad alta urbanizzazione	23.073	16.782	6.291	1,91
Comuni a media urbanizzazione	10.236	8.289	1.947	1,28
Comuni a bassa urbanizzazione (rurali)	5.052	4.389	663	0,73
Comuni con incidenza di giovani superiore alla media regionale	15.136	11.888	3.248	1,52
Comuni con incidenza di giovani inferiore alla media regionale	23.225	17.572	5.653	1,58
Comuni con incidenza di stranieri superiore alla media regionale	19.682	13.980	5.702	2,03
Comuni con incidenza di stranieri inferiore alla media regionale	18.679	15.480	3.199	1,10
<b>Totale regione</b>	<b>38.361</b>	<b>29.460</b>	<b>8.901</b>	<b>1,56</b>
	Primi nove mesi 2017			
Comuni capoluogo di sistema locale del lavoro	11.406	8.279	3.127	1,30
Altri comuni della regione Campania	16.980	13.534	3.446	1,02
Comuni totalmente montani	2.706	2.129	577	1,04
Comuni parzialmente montani	3.481	2.835	646	0,90
Comuni non montani	22.199	16.849	5.350	1,19
Comuni litoranei	17.614	13.966	3.648	1,61
Comuni non litoranei	10.772	7.847	2.925	0,83
Comuni ad alta urbanizzazione	16.261	12.097	4.164	1,24
Comuni a media urbanizzazione	7.857	6.156	1.701	1,11
Comuni a bassa urbanizzazione (rurali)	4.268	3.560	708	0,78
Comuni con incidenza di giovani superiore alla media regionale	11.219	8.788	2.431	1,12
Comuni con incidenza di giovani inferiore alla media regionale	17.167	13.025	4.142	1,14
Comuni con incidenza di stranieri superiore alla media regionale	14.136	10.395	3.741	1,31
Comuni con incidenza di stranieri inferiore alla media regionale	14.250	11.418	2.832	0,97
<b>Totale regione</b>	<b>28.386</b>	<b>21.813</b>	<b>6.573</b>	<b>1,14</b>

Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Unioncamere-Infocamere

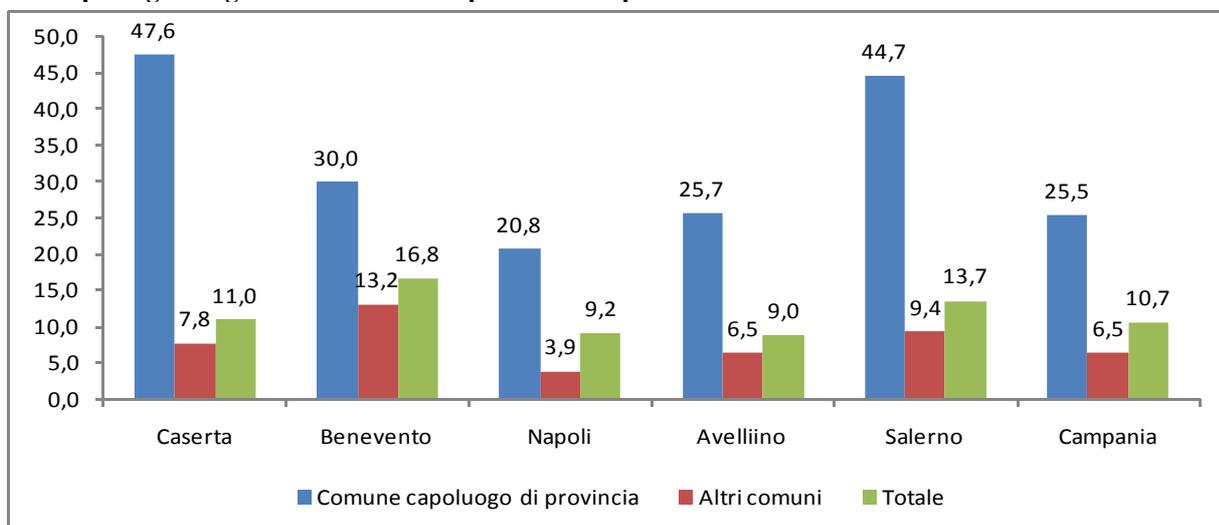
La tendenza è quindi meno imprese, più robustezza delle stesse (e quindi maggiore resistenza alle insidie del mercato, derivante anche da una sempre più preponderante scelta di dotarsi di assetti societari) e una tendenza allo sviluppo di impresa che pur essendo trasversale a tutto il territorio regionale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

La Campania poi si conferma anche nel 2017 (e presumibilmente lo sarà anche nel 2018) come una delle aree con maggiore propensione allo sviluppo dell'imprenditoria femminile

con le province di Benevento e Avellino collocate ai primi due posti della classifica italiana per incidenza delle imprese femminili sul totale dell'imprenditoria attiva sul territorio. rappresentando gli unici due casi in Italia dove tale dato supera il 30%. Va osservato, tuttavia, che l'impresa femminile è diffusa e "semplice", basata sul modello della ditta individuale e riguarda il territorio sannita e irpino.

Diverso è invece il caso delle imprese giovanili. Esse stanno diminuendo di numero, ma stanno crescendo di spessore, visto che tutte le cinque province della regione si collocano nei primi dieci posti nella classifica delle province italiane ordinate per percentuale di imprese giovanili condotte in forma diversa da quella dell'impresa individuale. E fortemente improntate alla conduzione giovanile appaiono le cosiddette start-up innovative che per il 23,6% sono condotte da under 35 (a fronte del 14% scarso che connota il totale delle imprese). Questo particolare segmento appare ancora molto esiguo, sia in termini assoluti (poco più di 600 iniziative in tutta la regione) che in rapporto al potenziale che la regione può esprimere in termini di capacità di attivazione. Ma presenta delle caratteristiche distintive molto significative per gli aspetti localizzativi e specializzazione produttiva. Le start-up innovative costituiscono un fenomeno decisamente metropolitano, visto che la densità di start-up rispetto ai residenti è molto più alta nei comuni capoluogo di provincia che non negli altri comuni della regione. A livello settoriale poi sono fortemente orientate ai servizi (con particolare riferimento al comparto legato alla produzione di software).

**Densità delle imprese start-up innovative ogni 100.000 abitanti residenti al 31 agosto 2017 nei comuni capoluogo e negli altri comuni nelle province campane.**





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

## ALCUNI SPACCATI DELLA DEMOGRAFIA DI IMPRESA: IMPRESE GIOVANILI, FEMMINILI, STRANIERE

Come si è avuto modo di sottolineare in premessa oltre alle analisi sul tessuto imprenditoriale nel suo complesso, le informazioni di fonte Unioncamere-Infocamere ci consentono anche di svolgere analisi su particolari segmenti di gestione di impresa che possono essere riassunti nei termini giovani, donne e stranieri. L'analisi della presenza nell'impresa di questi target di soggetti può essere effettuata attraverso due variabili.

- Informazioni sulle imprese giovanili/femminili/straniere. Con la definizione di impresa giovanile/femminile/straniera si intendono le imprese la cui partecipazione del controllo e della proprietà è detenuta in prevalenza da persone di età inferiore ai 35 anni (oppure da donne nel caso di imprese femminili oppure da persone nate all'estero per quanto concerne le imprese straniere o etniche). Le imprese possono essere classificate in base al maggiore o minore grado di imprenditorialità giovanile/femminile/straniera, desunto dalla natura giuridica dell'impresa, dall'eventuale quota di capitale sociale detenuta da ciascun socio e dalla percentuale di giovani/donne/persone nate all'estero presenti tra gli amministratori o titolari o soci dell'impresa, secondo la tabella sotto riportata.

Grado di imprenditorialità	Società di capitali	Società di persone e Cooperative	Ditte individuali	Altre forme giuridiche
MAGGIORITARIA	% di cariche +% di quote > 50%	>50% Soci	----	>50% Amministratori
FORTE	% di cariche +% di quote $\geq$ 4/3	$\geq$ 60% Soci	----	$\geq$ 60% Amministratori
ESCLUSIVO	100% di cariche + 100% di quote	100% Soci	Titolare	100% Amministratori

- Informazioni sulla partecipazione dei giovani/donne/stranieri nelle imprese che si traduce in termini di titoli posseduti. Con quest'ultimo termine si intendono tutte le cariche e qualifiche che sono detenute all'interno di una impresa. All'interno del concetto di carica ricadono tutti coloro che sono titolari di una impresa individuale, e gli amministratori di tutte le tipologie imprenditoriali. Con il termine di qualifica viene considerato il complesso di coloro che sono soci semplici o di capitale all'interno di una impresa.

Partendo dai giovani, l'analisi delle cifre assolute sembrano evidenziare una crisi della vocazione imprenditoriale dei giovani visto che fra 2011 e 2017 si osserva una perdita di



oltre 13.000 titoli detenuti da under 35 e di 3.764 imprese giovanili. Ma ovviamente il dato assoluto da solo significa poco in quanto questo si interseca a doppio filo con l'andamento demografico della componente giovanile che sarà oggetto di interesse di un successivo capitolo. Quindi in realtà questi numeri andrebbero rapportati con la presenza giovanile della regione ed è un esercizio che sia pure con alcuni limiti interpretativi realizzeremo più avanti. Tornando ai dati assoluti e partendo dall'analisi dei dati dell'imprenditoria giovanile in senso stretto appare evidente un depauperamento del numero di imprese condotte in prevalenza da giovani praticamente ovunque e che porta a un calo di circa 90.000 iniziative in soli cinque anni nel complesso del paese. A questo trend non fa eccezione la Campania che, come detto, nello stesso arco temporale perde 3.764 imprese con un ridimensionamento trasversale a tutte le province (con l'eccezione di Napoli). Pur con queste significative perdite la consistenza complessiva delle imprese giovani rispetto a quelle complessivamente presenti nella regione (pari al 13,7% al 31 dicembre 2017) appare ancora su elevatissimi livelli se rapportata con gli altri contesti territoriali. Infatti, se analizziamo la classifica delle province italiane in base alla quota di imprese giovanili presenti possiamo osservare che Caserta si colloca al quarto posto, Napoli al nono e Salerno all'undicesimo con Avellino e Benevento che pur su livelli più defilati riescono a collocarsi entrambe entro il 27 esimo posto.

Imprese giovanili registrate e relativa incidenza sul totale delle imprese registrate nelle province della Campania, in Campania, nelle macro-ripartizioni e in Italia. Situazione al 31 dicembre 2011 e 2017

	2011			2017		
	Imprese giovanili	Imprese totali	% imprese giovanili	Imprese giovanili	Imprese totali	% imprese giovanili
Caserta	15.089	88.672	17,0	13.628	91.907	14,8
Benevento	4.750	35.093	13,5	3.991	34.875	11,4
Napoli	39.355	267.615	14,7	40.029	288.497	13,9
Avellino	6.148	44.201	13,9	5.375	43.755	12,3
Salerno	17.660	121.626	14,5	16.215	119.966	13,5
<b>Campania</b>	<b>83.002</b>	<b>557.207</b>	<b>14,9</b>	<b>79.238</b>	<b>579.000</b>	<b>13,7</b>
<b>Nord-Ovest</b>	<b>164.903</b>	<b>1.604.266</b>	<b>10,3</b>	<b>140.406</b>	<b>1.572.238</b>	<b>8,9</b>
<b>Nord-Est</b>	<b>109.453</b>	<b>1.200.892</b>	<b>9,1</b>	<b>91.659</b>	<b>1.162.682</b>	<b>7,9</b>
<b>Centro</b>	<b>137.315</b>	<b>1.299.575</b>	<b>10,6</b>	<b>123.890</b>	<b>1.326.710</b>	<b>9,3</b>
<b>Sud e Isole</b>	<b>285.755</b>	<b>2.005.341</b>	<b>14,2</b>	<b>252.285</b>	<b>2.012.133</b>	<b>12,5</b>
<b>Italia</b>	<b>697.426</b>	<b>6.110.074</b>	<b>11,4</b>	<b>608.240</b>	<b>6.073.763</b>	<b>10,0</b>

Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Unioncamere-Infocam

## IL FENOMENO DELLE START-UP INNOVATIVE

La modernizzazione richiede un costante aggiornamento delle attività e dei processi di produzione cui le imprese, per essere competitive, devono adeguarsi. Le politiche



pubbliche, negli ultimi anni, hanno incentivato lo sviluppo di *policy* per attrarre i capitali e favorire l'innovazione, anche con provvedimenti normativi specifici come il Decreto Legge n.179 del 18 ottobre 2012, successivamente convertito nella Legge n.221 del 17 dicembre 2012, che ha istituito la sezione speciale del Registro delle Imprese dedicata alle "Start-up innovative".

Il Registro imprese, nella sezione speciale delle *start-up* innovative, rileva a livello nazionale alla data del 3 gennaio 2018 (si tenga conto che i dati sono aggiornati con cadenza pressoché quotidiana), 8.397 imprese. La Campania, con 623 unità, si posiziona tra le prime cinque regioni italiane per consistenza complessiva, subito dopo la Lombardia (1.962), l'Emilia-Romagna (863), il Lazio (825) e il Veneto (759), con un'incidenza sul totale Italia pari al 7,4%. Il fenomeno non assume ancora dimensioni assolute consistenti, talché i numeri in alcune regioni (Basilicata, Molise e Valle D'Aosta) non raggiungono le 100 unità. Ad ogni buon conto va notato come la presenza di questo fenomeno in Campania non appare ancora particolarmente consistente rispetto ad altri contesti regionali. Una affermazione di questo tipo può essere comprovata semplicemente prendendo come riferimento due indicatori. Il primo (il rapporto fra numero di imprese start-up innovative che da ora in poi verranno chiamate anche *start-upper* e le imprese totali) misura il livello di "innovatività" del sistema imprenditoriale, mentre il secondo (il rapporto fra numero di *start-upper* e popolazione residente) vuole indicare un livello di propensione ad intraprendere attività di questo tipo da parte dei residenti. Ebbene, questi due indicatori pur vedendo assurgere la Campania al ruolo di leader nel Mezzogiorno collocandosi dietro solo alla Basilicata,<sup>1</sup> presentano valori ancora piuttosto deficitari rispetto alla media nazionale e circa la metà rispetto a quanto accade nelle regioni dove il fenomeno delle *start-up* innovative appare decisamente più diffuso. Il risultato piuttosto modesto è da ascrivere essenzialmente al fatto che in Campania il fenomeno delle *start-up* innovative è di fatto un tema che richiama attenzione quasi solo nelle aree metropolitane piuttosto che negli altri centri.

---

<sup>1</sup>

Dall'analisi vengono eliminate Abruzzo e Molise che fanno parte del Mezzogiorno oramai solo per un discorso di classificazione statistica e non per i risultati economici che queste regioni riescono a conseguire



Le imprese start-up innovative nelle regioni italiane e alcuni indici di diffusione. Situazione al 3-1-2018 (valori assoluti)

Regioni	Numero di imprese start-up innovative	% su Italia	Incidenza ogni 10.000 imprese registrate (*)	Densità di imprese ogni 100.000 abitanti (**)
Piemonte	462	5,5	10,6	10,6
Valle d'Aosta	17	0,2	13,4	13,5
Lombardia	1.962	23,4	20,4	19,6
Trentino-Alto Adige	239	2,8	21,7	22,4
Veneto	759	9,0	15,5	15,5
Friuli-Venezia Giulia	193	2,3	18,6	15,9
Liguria	156	1,9	9,6	10,0
Emilia-Romagna	863	10,3	18,8	19,4
Toscana	382	4,5	9,2	10,2
Umbria	139	1,7	14,8	15,7
Marche	370	4,4	21,5	24,1
Lazio	825	9,8	12,7	14,0
Abruzzo	199	2,4	13,4	15,1
Molise	41	0,5	11,6	13,3
Campania	623	7,4	10,7	10,7
Puglia	312	3,7	8,2	7,7
Basilicata	73	0,9	12,1	12,9
Calabria	186	2,2	10,0	9,5
Sicilia	432	5,1	9,4	8,6
Sardegna	163	1,9	9,6	9,9
<b>ITALIA</b>	<b>8.396</b>	<b>100,0</b>	<b>13,8</b>	<b>13,9</b>

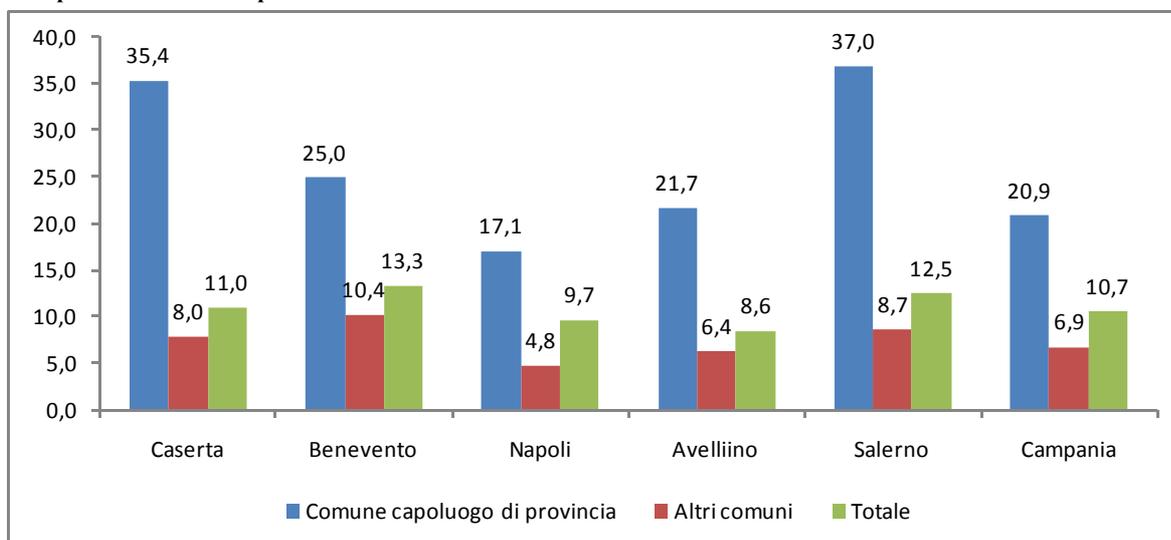
Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Unioncamere-Infocamere

(\*) Imprese registrate al 30 settembre 2017,

(\*\*) Popolazione residente al 31 agosto 2017

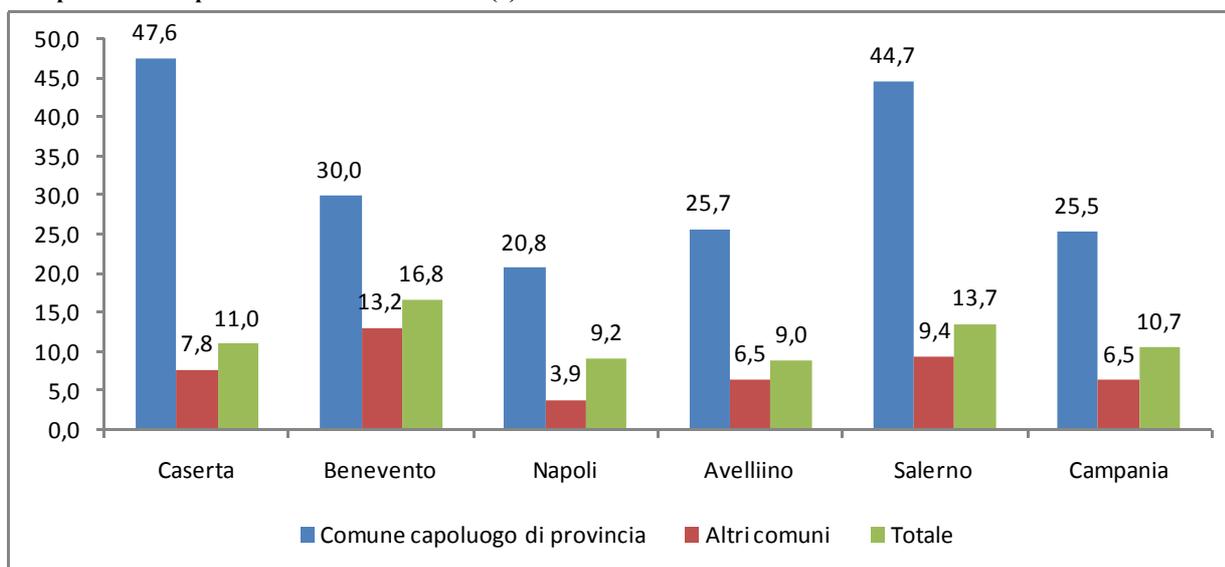
Se approssimiamo il concetto di area metropolitana con quello di capoluogo di provincia, otteniamo che sia rispetto al primo che al secondo indicatore sopra introdotto, il complesso dei cinque comuni capoluogo di provincia fa segnare livelli elevatissimi e pari se non superiori a quanto accade nelle regioni più performanti. Rispetto all'indicatore imprese *start-up*/imprese totali i comuni capoluogo di provincia (dove si contano 329 *start-upper*) fanno segnare un valore di 20,9 imprese start-up ogni 10.000 imprese registrate a fronte delle sole 6,9 che si riscontrano negli altri comuni della regione (che ospitano le rimanenti 294). Ancora più ampio è il divario rispetto all'indicatore che misura la propensione a fare impresa start-up con una densità di 25,5 imprese ogni 100.000 residenti nei comuni capoluogo ed appena 6,5 nel resto dei territori. In particolare i valori maggiormente eclatanti di questi indicatori si riscontrano nei comuni di Caserta e Salerno. In entrambi questi contesti, appare particolarmente eclatante la densità rispetto alla popolazione residente che supera di gran lunga quota 40 ogni 100.000 residenti (sfiorando anche quota 50 a Caserta).

**-Incidenza delle imprese start-up innovative ogni 10.000 imprese registrate (\*) nei comuni capoluogo e negli altri comuni nelle province della Campania. Situazione al 3-1-2018**



Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Unioncamere-Infocamere  
(\*) Imprese registrate al 30 settembre 2017

**Densità delle imprese start-up innovative ogni 100.000 abitanti residenti nei comuni capoluogo e negli altri comuni nelle province campane. Situazione al 3-1-2018 (\*)**



Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Unioncamere-Infocamere e Istat  
(\*\*) Popolazione residente al 31 agosto 2017

Più in generale tutti i comuni capoluogo della regione fanno segnare valori di entrambi gli indicatori superiori al valore massimo fra tutte le regioni italiane. Con una sola (ma notevole) eccezione costituita da Napoli. Considerando invece le cinque province senza



distinguere fra capoluogo di provincia e altri comuni si evidenzia come a svettare in entrambi gli indicatori sia la provincia di Benevento, unico territorio in cui i comuni non capoluogo fanno segnare incidenze a due cifre per entrambi gli indicatori. Con un particolare rilievo assunto dall'indice di densità delle imprese che assestandosi a quota 13,2 fa meglio di quanto si osserva nel complesso del Piemonte, della Liguria, della Toscana e del Molise.

## NUOVE FRONTIERE DELL'ECONOMIA: L'ECONOMIA DELLA CULTURA

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

---

2

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



Le industrie culturali producono, da sole, poco meno di 1,4 miliardi di euro di valore aggiunto, ovvero il 34,1% del totale della ricchezza prodotta dal SPCC (a fronte ad esempio del 37,1% nazionale); una quota che scende al 31,0% se si considera l'occupazione.

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

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

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

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

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

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

A seguire, in termini di importanza, si annotano le industrie creative, capaci di produrre 455 milioni di euro di valore aggiunto, grazie all'impiego di circa 9.900 addetti, corrispondenti rispettivamente all'11,2% e al 12,8% del totale SPCC. Un ruolo secondario,



ma non trascurabile, è infine esercitato dalle due attività tradizionali del settore culturale: quella già menzionata in precedenza come peculiare, derivante delle performing arts e arti visive, che producono 272 milioni di euro di valore aggiunto, impiegando 6.100 addetti e quella della valorizzazione del patrimonio culturale, capace di generare 211 milioni di euro di ricchezza e 6.100 posti di lavoro. Interessante notare che queste due vocazioni saranno anche una minoranza se prese individualmente ma diventano molto rilevanti considerandole complessivamente arrivando a valere più delle industrie creative. Approfondendo l'analisi settoriale, è certamente interessante individuare le varie componenti che contribuiscono alla produzione di ricchezza e occupazione nell'ambito delle singole macro voci. Le industrie creative sono supportate fortemente dalle attività dell'architettura mentre comunicazione e design sono dei player meno rilevanti rispetto a quanto accade in Italia collocandosi su valori piuttosto deboli anche nel contesto del Mezzogiorno; nelle industrie culturali, la fa da padrona l'editoria (595 milioni di euro) ma molto rilevante sono anche le attività riconducibili ai videogiochi e ai software che hanno una importanza molto simile rispetto a quella media nazionale generando 485 milioni di euro e 7.100 occupati. Più marginali sono l'audiovisivo e la produzione musicale anche se va detto che nel computo di quest'ultimo settore sono comunque escluse le attività relative ai concerti ed alle rappresentazioni dal vivo, che confluiscono all'interno delle performing arts oltre a pagare ovviamente il calo del mercato derivante da quel continuo proliferare di attività di scambio di musica attraverso i protocolli peer to peer che spesso scavalcano anche i confini della legalità.

## IL COMMERCIO ESTERO DEI TERRITORI CAMPANI

Gli ultimi tre anni sono stati caratterizzati da un miglioramento continuo delle esportazioni campane. Il 2017 si è chiuso con 280 milioni di euro in più di export rispetto all'anno precedente e, per la prima volta, la Campania raggiunge i 10 miliardi di euro di vendite all'estero. Un risultato ascrivibile in buona parte alle progressioni registrate nelle province di Napoli e Salerno, capaci di aumentare i propri volumi di affari di 187 e 87 milioni di euro. Considerando i primi sei mesi del 2018, le performance della Campania sembrano migliorare ulteriormente, con una crescita, rispetto all'analogo periodo dell'anno



precedente, stimabile in 112 milioni di euro, anche in questo caso derivante quasi esclusivamente dalle due province sopra citate.

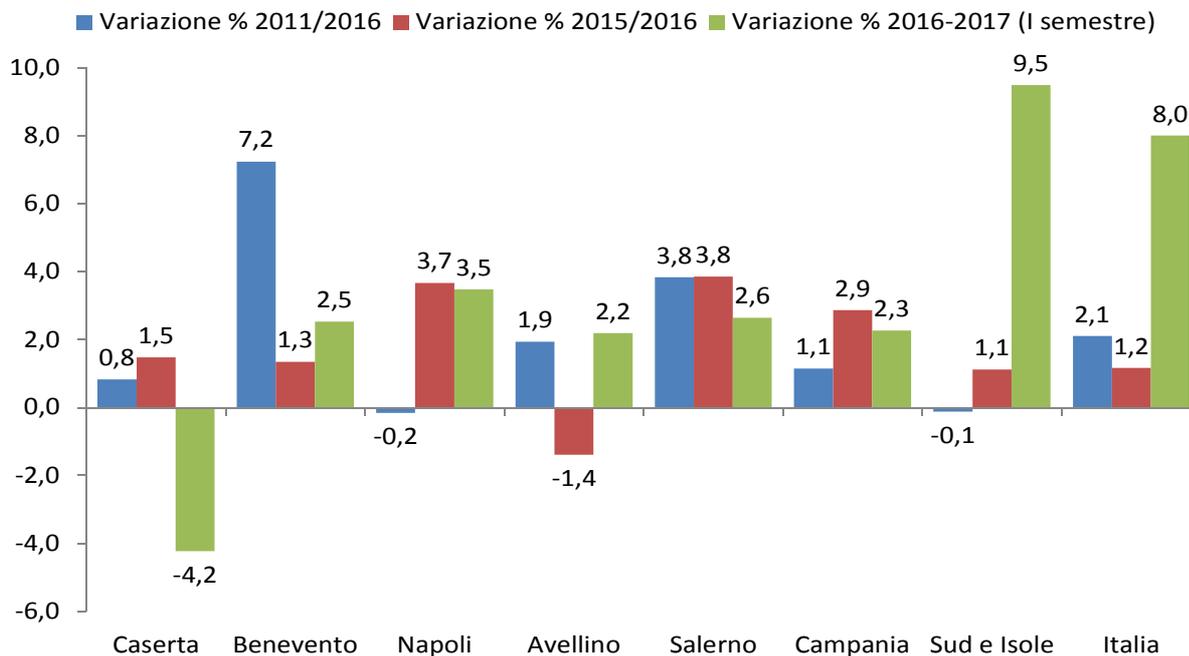
**Esportazioni delle province della Campania, della Campania, del Mezzogiorno e Italia. Anni 2011-2017 I semestre. Valori assoluti e incidenze percentuali sul totale Italia**

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

Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Istat

In termini di variazione percentuale, la Campania mostra una crescita del 2,9% tra il 2015 e il 2017, superiore sia a quella registrata dal Mezzogiorno (+1,1%), sia a quella nazionale (+2,1%). La maggior velocità con cui le vendite all'estero campane crescono trovano parziale conferma nel medio periodo (2011/2017). La maggiore incisività resta infatti valida se si confronta il dato campano con quello medio di ripartizione (+1,1% contro -0,1%) ma non vale più rispetto all'intera penisola (+2,1%). I primi sei mesi del 2017 (+2,3%), pur confermando quanto espresso dalla regione negli ultimi anni, mostrano un rallentamento relativo nei confronti dell'impennata registrata nel Mezzogiorno (+9,5%) e in Italia (+8,0%).

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



Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Istat

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

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

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

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



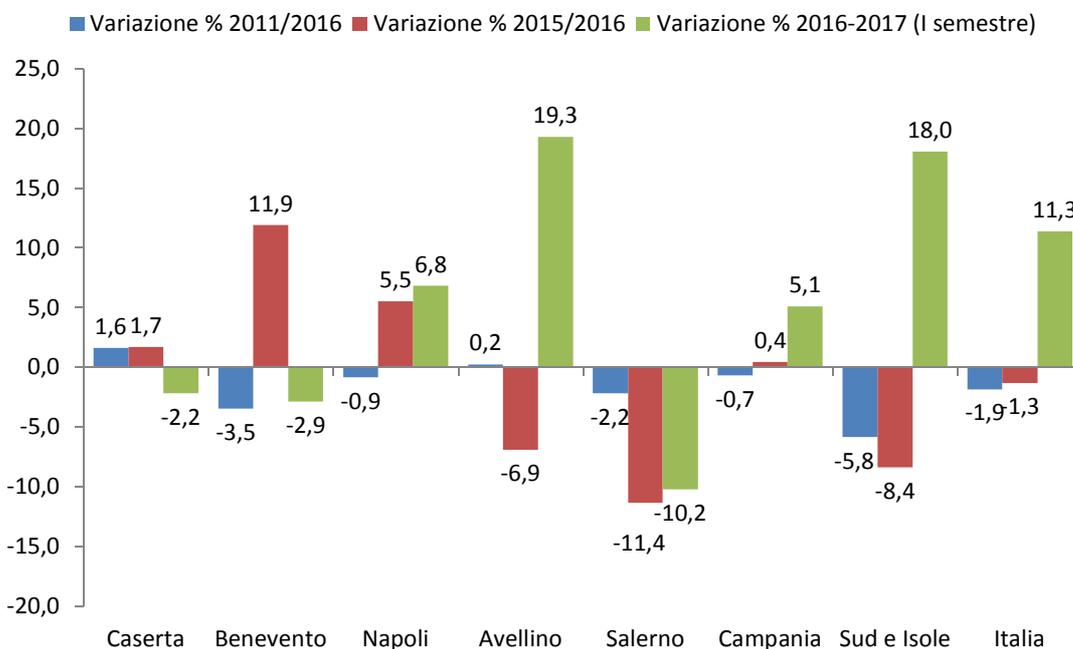
Provincia	Valori assoluti (milioni di euro)						2017 (I semestre)	
	2011	2012	2013	2014	2015	2017	2017 (I semestre)	2017 (I semestre)
Caserta	1.209	1.068	1.000	1.136	1.286	1.308	667	652
Benevento	240	142	166	137	180	202	113	110
Napoli	7.440	6.235	5.904	6.163	6.754	7.125	3.439	3.673
Avellino	1.896	1.818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

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

Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Istat

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



Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Istat

## APPROFONDIMENTI SETTORIALI: TURISMO

Il turismo ha assunto, soprattutto negli ultimi anni, un ruolo sempre più strategico sia per la capacità di generare benefici non solo in modo diretto ma anche in maniera trasversale



a tutti i settori dell'economia, sia per controbilanciare gli effetti di una domanda interna ancora carente attraverso risorse provenienti dall'esterno, sfruttando l'attrattiva di un territorio estremamente ricco e variegato in termini di offerta turistica. In questa sezione viene elaborato un *focus* sulle tematiche del turismo, in considerazione che la recente riforma del sistema camerale ha posto al centro delle nuove competenze delle camere proprio la funzione di supporto e promozione della vocazione turistica del territorio di riferimento.

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

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

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

Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Istat

Analizzando la dinamica dei flussi turistici tra il 2011 e il 2017, si osserva come, dopo la progressiva riduzione degli arrivi che ha caratterizzato i primi tre anni del periodo considerato, la ricettività della regione Campania faccia registrare, a partire dal 2014, risultati sensibilmente positivi (+13,5% l'incremento degli arrivi tra il 2014 e il 2015, a fronte del +6,4% nazionale, e +4,5% la variazione dell'anno successivo, contro il +3,2 del resto del Paese). A sostenere questa crescita è la provincia di Napoli, con incrementi percentuali che raggiungono il +18,3 e il +9,3% negli ultimi due anni; le altre province evidenziano delle dinamiche altalenanti per cui Salerno e Caserta fanno rilevare una flessione degli arrivi nel 2017 rispetto al 2015 (-6,1% e -2,4% rispettivamente) dopo un andamento sostanzialmente positivo, mentre tornano a crescere i risultati delle province di Avellino e Benevento (+2,0% e +1,2% nel 2017) a fronte di un risultato precedente e di medio periodo caratterizzati dal segno meno.

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

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

Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Istat

## IL BENESSERE DELLE FAMIGLIE: LAVORO REDDITI E CONSUMI

La ripresa dell'economia nella regione nel 2017 ha prodotto qualche effetto sul mercato del lavoro campano. L'occupazione è cresciuta, pur se su ritmi poco sostenuti. Nel 2017, il numero di occupati è cresciuto di circa 70mila unità (+3,8%) superando quota 1,6 milioni.



Si tratta di una crescita più che doppia rispetto alla media delle regioni del Mezzogiorno (+1,7%) e quasi tripla rispetto alla variazione nazionale (+1,3%). Tra le province, le variazioni percentuali più alte sono state registrate a Avellino (+6,6%) e Salerno (+4,8%), con la sola Napoli (+2,8%) a contenere l'espansione regionale, pur se su ritmi superiori al resto d'Italia.

Tra gli occupati, è interessante valutare la composizione per titolo di studio. In tal senso, si osserva come sia ancora piuttosto consistente nella Regione la quota di occupati con un livello di scolarizzazione che non supera la licenza media: questa risulta pari al 36,1%, per un ammontare in termini assoluti di 590mila occupati, a fronte di un dato nazionale che si attesta sul 32,0%, anche se appare migliore rispetto all'incidenza rilevata nella macro area meridionale (37,1%). Il peso percentuale dei laureati arriva, invece, al 21,7%, equivalente a 355 mila unità tra gli occupati, ben al di sopra del risultato del Mezzogiorno, pari al 19,7% e, seppur di poco, superiore anche al dato nazionale, con il 21,3%.

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



## **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, del commercio, dell'agricoltura, delle infrastrutture ma anche della cultura, del turismo e della formazione tecnica e commerciale.

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

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

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

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

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

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

#### **In rappresentanza dell'agricoltura:**

Venuti Marianna, Frattolillo Angelo, Barbati Veronica

#### **In rappresentanza dell'artigianato:**

Pesce Berardino, Palladino Sabrina, Mocella Ettore



**In rappresentanza dell'industria:**

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

**In rappresentanza del commercio:**

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

**In rappresentanza della cooperazione:**

Borea Antonio

**In rappresentanza del turismo:**

Salvante Luigi

**In rappresentanza dei trasporti e spedizioni:**

Ventre Crescenzo

**In rappresentanza dei servizi alle imprese:**

Pezzella Andrea, Cipriano Antonio, Petrucciani Milena

**In rappresentanza di altri settori:**

Penza Pasquale

**In rappresentanza del credito e delle assicurazioni**

Granauro Vito Antonio

**In rappresentanza delle organizzazioni sindacali:**

Mario Melchionna

**In rappresentanza delle associazioni dei consumatori:**

Vassallo Laura

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

Tedesco Francesco

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

**La Giunta è costituita come segue:**

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



- **Vozzella Federica** - in rappresentanza dell'Industria

I suindicati Organi camerali nell'arco del 2018 hanno tenuto le seguenti sedute:

- Giunta n. **5** sedute nelle quali sono state adottate complessive n. **53** delibere;
- Consiglio n. **2** sedute nelle quali sono state adottate complessive n. **7** delibere;
- Collegio dei Revisori dei Conti n. **8** sedute;
- OIV n. **2** sedute

Il Segretario Generale ha adottato nel 2018 n. **340** determinazioni dirigenziali, e nella veste di Commissario ad acta, giusta nomina ministeriale, ha condotto le attività relative all'espletamento della procedura per la costituzione del Consiglio della Camera di Commercio Irpinia Sannio.

### **COME OPERIAMO**

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

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

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

Consolida, inoltre, nel tempo la rete di contatti e relazioni interistituzionali alla quale collegare la programmazione e l'attuazione delle proprie iniziative, ritenendo che lo sviluppo sia frutto anche di un lavoro concertato e condiviso in un'azione sinergica tra tutti i soggetti, istituzionali e non, operanti sul territorio.

Attraverso una costante presenza della Camera di Commercio ai tavoli istituzionali sono perseguiti sia l'impegno di creare partnership con gli altri enti per la gestione delle



iniziative economiche a favore del territorio, che la volontà di accrescere la propria capacità propositiva. Particolare interesse, nonostante la contrazione delle risorse, è da sempre dedicato al sostegno all'internazionalizzazione dell'economia locale sia direttamente sia attraverso la partecipazione ad azioni congiunte con il Sistema Camerale ed altri soggetti pubblici.

Nell'ambito di una più ampia strategia nazionale, la Camera realizza progetti di e-government con l'obiettivo di incidere drasticamente sulla semplificazione dei procedimenti amministrativi e sul miglioramento dell'accessibilità ai servizi camerali e della riduzione dei costi della "burocrazia" per le imprese, con particolare riferimento alle iniziative connesse al concetto di industria 4.0.

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

### **La 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.**

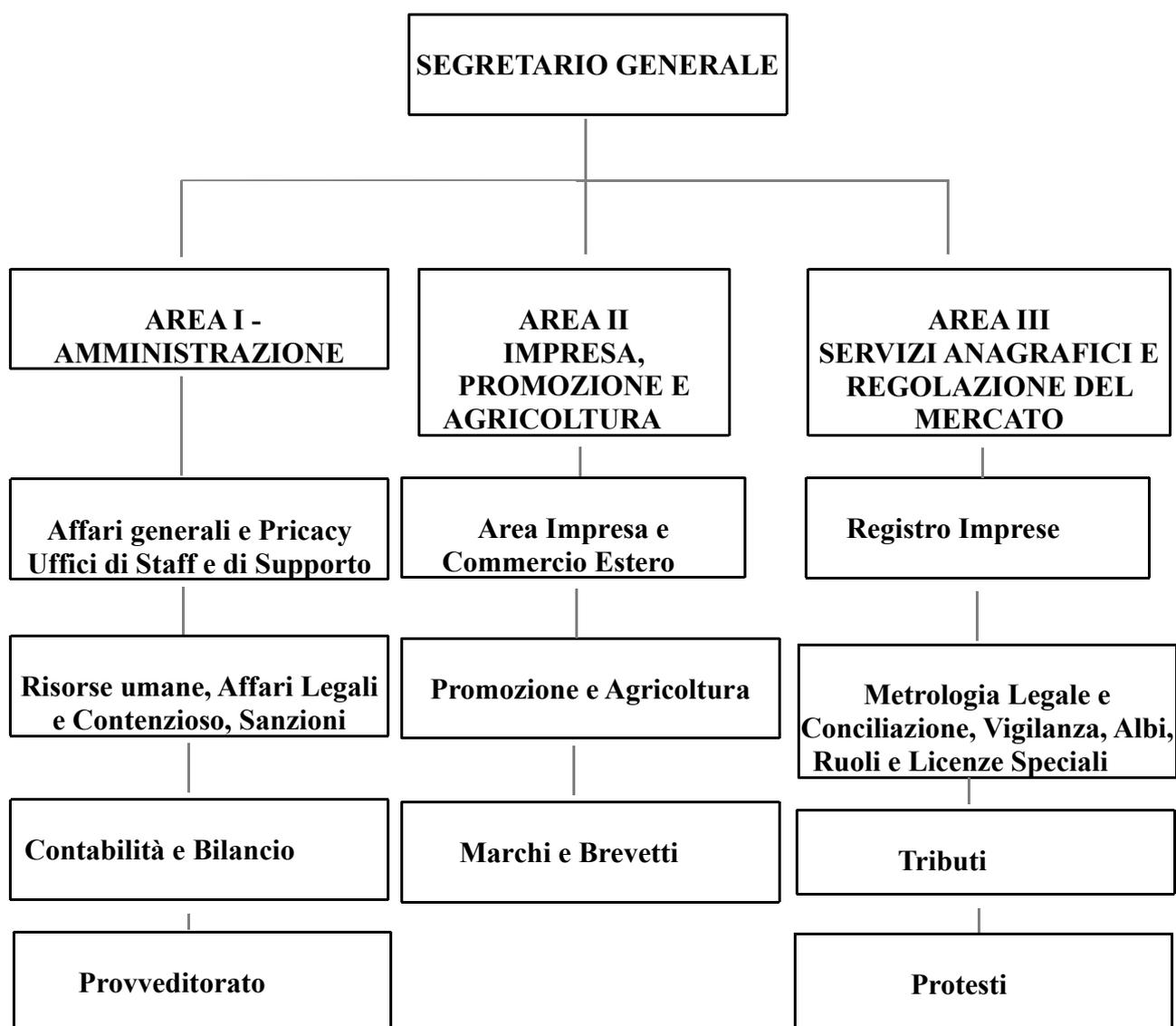
Nel disegno della struttura operativa la suddivisione delle attività segue sia una logica di tipo gerarchico/funzionale (chiarezza nell'attribuzione dei compiti, orientamento all'efficienza, tendenza all'ottimizzazione di ogni settore, sviluppo di forti competenze specialistiche) sia una logica di tipo 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

Organigramma al 31.12.2018:





## Le risorse umane

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

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

Nell'ultimo quadriennio, il personale in servizio continua a presentare un trend in diminuzione.

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

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

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

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

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



### Il personale distribuito per classi di età

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

Nessun dipendente ha meno di 39 anni d'età; oltre i 2/3 del personale camerale è ultracinquantenne.

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

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

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

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

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



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

#### **Personale per titolo di studio, Anni 2016-2017**

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

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

#### **Personale per titolo di studio e genere, Anno 2018**

<b>TITOLO DI STUDIO</b>	<b>uomini</b>	<b>donne</b>
<b>Scuola dell'obbligo</b>	2	1
<b>Media superiore</b>	10	10
<b>Laurea</b>	5	7
<b>TOTALE</b>	<b>17</b>	<b>18</b>

#### **Dati di bilancio**

Per quanto concerne i dati di bilancio solitamente nella Relazione sulla Performance vengono messi a confronto gli ultimi due bilanci consuntivi approvati.

Di seguito si riporta una tabella con l'indicazione dei dati sintetici di bilancio relativi agli ultimi due esercizi consuntivi approvati con un riferimento anche alla previsione del preconsuntivo 2018 contenente dati previsionali e non definitivi:

<b>Dati di bilancio Gestione corrente</b>	<b>Consuntivo anno 2016</b>	<b>Consuntivo anno 2017</b>	<b>Preconsuntivo anno 2018</b>
---	---------------------------------	---------------------------------	------------------------------------



Diritto Annuale	4.452.141,85	3.695.501,46	3.622.882,94
Diritto di Segreteria	1.445.266,79	1.423.147,37	1.417.107,00
Contributi trasferimenti e altre entrate	239.856,96	232.961,03	343.389,01
Proventi da gestione di beni e servizi	40.632,21	37.903,10	27.600,00
Variazioni delle rimanenze	5.817,87	(7.851,85)	2.005,24
<b>TOTALE PROVENTI CORRENTI (A)</b>	<b>6.183.715,68</b>	<b>5.381.661,11</b>	<b>5.412.984,19</b>
Spese per il personale	1.709.412,78	1.693.426,69	1.719.759,33
Spese di funzionamento	1.621.553,02	1.384.016,07	1.462.081,67
Spese per interventi economici	2.298.183,62	2.134.205,48	2.229.800,00
Ammortamenti e accantonamenti	1.792.178,43	1.582.886,74	1.655.727,76
<b>TOTALE ONERI CORRENTI (B)</b>	<b>7.421.327,85</b>	<b>6.794.534,98</b>	<b>7.067.368,76</b>
<b>Risultato gestione corrente (A-B)</b>	<b>-1.237.612,17</b>	<b>-1.412.873,87</b>	<b>-1.654.384,57</b>

## Le partecipazioni

Alla data del 31 dicembre 2018 la CCIAA di Avellino ha partecipazioni dirette in 12 società, delle quali n. 2 in stato di liquidazione.

Di seguito una tabella di dettaglio:

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



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

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

## **2.3 I RISULTATI RAGGIUNTI**

### **Gli interventi camerali**

Con il **bilancio di previsione 2018** approvato dal Consiglio camerale con deliberazione n. 9 del 13.12.17 è stato adottato il programma promozionale 2018 nell'ambito del quale per i **bandi di contributi** sono stati stanziati **300.000,00 euro** a favore delle imprese che effettueranno investimenti.

Con provvedimento n. 3/31 del 9 luglio 2018 la Giunta camerale in primo luogo ha dato indirizzi per la chiusura dei bandi di contributi 2017 per l'adesione ai consorzi e per la formazione professionale e nel prendere atto delle proposte di bandi di contributi presentate nell'ambito del programma promozionale 2018, ha rinviato ogni decisione sulla destinazione dello stanziamento 2018 per i bandi ad una successiva seduta in modo da approfondire ulteriormente gli incentivi proposti per il sostegno delle imprese

Con successiva deliberazione n. 4/35 del 17 luglio 2018 la Giunta camerale ha disposto di attivare i seguenti incentivi alle PMI nel 2018 con le risorse a fianco di ciascuno indicate, soggetti beneficiari ed interventi ammissibili, posto che ciascuna impresa potrà partecipare ad uno solo di questi:

1. bando di contributi alle PMI per l'**innovazione tecnologica:**

**Fondo stanziato: 70.000,00 euro**

**Soggetti beneficiari** : imprese registrate ed attive di tutti i settori economici con sede legale ed operativa in provincia di Avellino.



**Interventi ammissibili: acquisto di macchinari, strumenti, beni ed attrezzature legati espressamente ed esclusivamente al processo produttivo dell'azienda** e che consentano la riduzione dei consumi e dei costi energetici.):

**Importo contribuito max: 1.500,00 euro**

2. bando di contributi alle PMI per l'**abbattimento del tasso d'interesse su finanziamenti bancari:**

**Fondo stanziato: 60.000,00 euro**

**Soggetti beneficiari** : imprese registrate ed attive di tutti i settori economici con sede legale ed operativa in provincia di Avellino.

**Interventi ammissibili: abbattimento del tasso d'interesse su finanziamenti attivati a far data 2018** nella misura di **tre (3) punti percentuali del tasso di interesse effettivo** corrisposto da piccole e medie imprese su finanziamenti, per un massimo di tre annualità:

**Importo contribuito max: 2.500,00 euro**

3. bando di contributi per l'**adesione ai consorzi con attività esterna:**

**Fondo stanziato: 40.000,00 euro**

**Soggetti beneficiari** : imprese registrate ed attive di tutti i settori economici con sede legale ed operativa in provincia di Avellino.

**Interventi ammissibili: quota associativa versata dalle imprese aderenti al consorzio nel 2018 per le imprese già iscritte e di quota di ammissione e quota associativa** (se distinta dalla quota di ammissione) per le imprese iscritte per la prima volta nel 2018, **destinato al fondo consortile**

Importo contribuito max: **500,00 euro**

4. bando di contributi alle PMI di tutti i settori per la **sicurezza aziendale:**

**Fondo stanziato: 70.000,00 euro**

**Soggetti beneficiari:** imprese registrate ed attive di tutti i settori economici con sede legale ed operativa in provincia di Avellino.

**Interventi ammissibili:**

- Sistemi di video-sorveglianza, dispositivi anti-intrusione, ecc.;
- Sistemi di anti taccheggio, blindatura vetrine anti-sfondamento, ecc.
- Sistemi di illuminazione notturna;

**Importo contribuito max: 2.500,00 euro**



5. bando di contributi alle PMI delle filiere **enogastronomica, turistica e ricettiva** della provincia di Avellino per la **comunicazione aziendale**:

**Fondo stanziato: 60.000,00 euro**

**Soggetti beneficiari:** imprese registrate ed attive nel settore dell'enogastronomia, turistico-ricettivo (cantine, aziende agroalimentari, ristoranti, alberghi, agriturismi, ecc.) con sede legale ed operativa in provincia di Avellino.

**Interventi ammissibili** (alternativi):

- E-commerce e social-media marketing;
- Produzione materiali multimediali per la comunicazione

**Importo contributo max: 2.500,00 euro**

Con lo stesso provvedimento è stato stabilito di calendarizzare la pubblicazione dei primi tre bandi entro fine luglio, di quello per la sicurezza aziendale entro il mese di settembre e di quello destinato alla filiera enogastronomica entro il mese di ottobre 2018.

In data **27 luglio 2018** sono stati infatti emanati i **primi tre bandi innovazione tecnologica, abbattimento tassi d'interesse ed adesione ai consorzi**, con termini di presentazione della domanda, in modo telematico attraverso la piattaforma Telemaco, **dalle ore 9.00 del 10 settembre 2018 e fino al 21 dicembre 2018**.

In data **17 settembre 2018** è stato emanato il bando per la **sicurezza aziendale** con termini di presentazione della **domanda dalle ore 9.00 del 1° ottobre 2018 al 21 dicembre**. Lo stesso bando con determinazione del 3 ottobre 2018 è stato **chiuso in via anticipata** per esaurimento del fondo essendo pervenute domande per oltre il doppio del fondo stanziato.

Infine in data **30 ottobre 2018** è stato pubblicato il bando di contributi per la **comunicazione aziendale** delle imprese operanti nel settore dell'enogastronomia e delle filiere turistico-ricettive con termini di presentazione della **domanda dalle ore 9.00 del 19 novembre 2018 e chiusura il 28 dicembre 2018**.

In considerazione delle relativamente date di apertura di tutti i bandi e delle diverse tipologie di attività incentivate come stabilite dalla giunta camerale l'istruttoria si è protratta oltre il 2018.

Nel seguente report si riepiloga la situazione per ciascun bando emanato nel 2018 in termini di domande presentate e contributo richiesto, nonché domande già ammesse nel



2018 e contributo ammesso, tenendo conto che le ulteriori domande nell'ambito del residuo del fondo disponibile saranno ammesse nel 2019 :

denominazione bando di contributi anno 2018	fondo stanziato	Domande presentate	contributo richiesto
Innovazione tecnologica	70.000,00	54	80.744,09
Abbattimento tassi d'interesse	60.000,00	28	63.958,10
Adesione a consorzi	40.000,00	0	0,00
Sicurezza aziendale*	70.000,00	69	155.999,01
Comunicazione aziendale	60.000,00	28	62.855,00
<b>Totale</b>	<b>300.000,00</b>	<b>179</b>	<b>363.556,20</b>

\* Bando chiuso in via anticipata per esaurimento fondo

Dal report emerge che solo il bando di contributi per promuovere l'adesione a consorzi è andato inutilizzato mentre per tutte le altre iniziative le risorse stanziato sono state interamente prenotate dalle imprese sulla base delle domande trasmesse.

In materia di sostegno al credito delle PMI attraverso il **fondo di garanzia della CCIAA per il microcredito** sono state finanziate nel 2018 n. 20 imprese per un **importo complessivo di 282.600,00 euro** di finanziamento concesso. Si ricorda che il citato progetto si è concluso con la fine del 2018.

Sempre in tema di assistenza al credito s'informa che a seguito di un protocollo di intesa tra Unioncamere e Invitalia per la promozione e la valorizzazione delle opportunità a sostegno della nascita di nuove imprenditorialità, con particolare riferimento alla misura **"Resto al Sud"** per i giovani nel Mezzogiorno, **la Camera di Commercio di Avellino in data 31/5/2018 è stata accreditata da Invitalia** per realizzare attività di informazione mirata, di assistenza e di consulenza all'utenza potenziale, potendo altresì beneficiare della collaborazione dell'Agenzia per l'eventuale co-organizzazione di iniziative sul territorio. A seguito della comunicazione della CCIAA di Avellino quale centro provinciale di riferimento di Resto al Sud **sono stati circa 80 i giovani** che si sono rivolti allo sportello camerale per avere assistenza sulla presentazione di progetti di nascita d'impresa beneficiando dello strumento incentivante.



Passando al **programma fieristico** si ricorda che nel 2018 sono state previste le partecipazioni fieristiche collettive al **Vinitaly 2018**, in programma a **Verona dal 15 al 18 aprile 2018** e al **Cibus 2018** in programma a **Parma dal 7 al 10 maggio 2018**.

In occasione della **52<sup>ma</sup> edizione del Vinitaly** l'Ente camerale ha consolidato la propria partecipazione nel nuovo **Padiglione B dove l'Irpinia** ha avuto una propria **area espositiva di circa 2.000 mq** ospitando una collettiva di produttori vinicoli, sempre più numerosa e qualificata, uniti nello stand camerale per la promozione del meglio che l'enologia irpina possa esprimere.

Sono state **99 le aziende ed organizzazioni d'impresa della provincia di Avellino nell'edizione 2018 del Vinitaly** (con **92 cantine, 3 produttori di distillati e liquori, 3 consorzi ed un'associazione**) che i visitatori della Tensostruttura B hanno incontrato negli stand della CCIAA, accedendo all'area **IRPINIA**.

Nella progettazione dell'Area Irpinia è stato previsto anche quest'anno uno **spazio eventi** di circa **180 mq dedicato all'IRPINIA**.

La piazza ha ospitato **un programma d'iniziative** per la valorizzazione delle eccellenze enogastronomiche, produttive e territoriali della provincia con la collaborazione d'impresе del settore agroalimentare e turistico, del Consorzio di tutela vini d'Irpinia, del Consorzio dei Produttori Vitivinicoli e di associazioni ed organismi con finalità di promozione territoriale.

**Vinitaly** è stato un fondamentale momento di visibilità e business per tutti gli operatori di settore e, anche per questo, la **Camera di Commercio di Avellino** ha assicurato per le aziende interessate ai mercati esteri degustazioni tematiche dedicate a gruppi di **buyer internazionali**: si sono avvicendati nell'Area Incontri operatori provenienti dal **Centro e Sud America**, dall'**Europa dell'Est** (in particolare **Russia e Polonia**) e dall'**Area Asiatica (Giappone)**, mercati che mostrano un interesse crescente verso il patrimonio vitivinicolo del nostro Paese e presso i quali si prevede prosegua il trend di crescita del consumo di vino irpino di fascia alta, come evidenziato dai dati positivi del commercio estero del 2017. **Hanno aderito all'iniziativa n. 34 aziende irpine che hanno incontrato n. 63 buyers.**

Tra gli operatori del settore che hanno incontrato le aziende si segnalano anche alcune tra le più importanti firme del giornalismo enologico. Con l'iniziativa **Taste4Test** i produttori



che hanno aderito all'iniziativa hanno presentato le proprie etichette in degustazione B2B alla stampa coinvolta, per accogliere pareri, suggerimenti e conferme. **Hanno aderito n. 43 aziende e 17 i giornalisti coinvolti.**

Accanto alle eccellenze del settore vitivinicolo, **sono state promosse anche quelle gastronomiche** che sono state protagoniste delle giornate del Vinitaly: tutti i giorni è stata organizzata una **degustazione di prodotti tipici.**

In sintesi sono stati ben 17 gli eventi nel calendario di Piazza Irpinia nella quattro giorni di fiera con tanti operatori che si sono alternati e con tale tipologie di iniziative (presentazioni, degustazioni, dibattiti, workshop, seminari).

E' stata rinnovata anche per l'edizione 2018 l'iniziativa "**Fuori Salone**" **Vinitaly and the City** organizzata da Verona fiere presso le principali strade del centro città di Verona. Cinque giorni di eventi – dal 13 all'17 aprile - che hanno anticipato ed accompagnato la manifestazione, coinvolgendo la città all'insegna del vino, della musica, della cultura e della convivialità. **14 le aziende irpine partecipanti al fuori salone Vinitaly and the city** presso lo stand sito in **Lungadige San Giorgio**, zona tra le più belle del centro scaligero.

Con riferimento alle iniziative promozionali a supporto della partecipazione fieristica al Vinitaly anche in occasione della 52<sup>ma</sup> edizione è stata portata avanti la promozione del **brand Irpinia** a partire dalla mappa interattiva per i visitatori del Vinitaly diffusa dall'Ente fiera sul proprio portale e che ciascuno ha trovato in formato cartaceo agli ingressi della fiera dove **l'Irpinia è stata immediatamente individuabile anche perché l'area espositiva della collettiva e le iniziative sono state finanziate con risorse proprie.**

Passando al **Cibus - Salone internazionale dell'Alimentazione – che si è svolto dal 7 al 10 maggio 2018**, la 19ma edizione dell'importante fiera di Parma ha visto una significativa presenza di realtà dell'*agrofood* irpino. Sono state **15 le aziende agroalimentari della provincia di Avellino** che hanno partecipato all'importante manifestazione nella collettiva organizzata dalla Camera di Commercio.

Oltre l'area espositiva destinata agli stand aziendali la Camera di Commercio ha curato la gestione di un'area showcooking denominata Food Court Irpinia - dedicato alla cucina territoriale, finalizzata alla preparazione, degustazione e consumo dei prodotti tipici delle



aziende partecipanti nella collettiva, con l'obiettivo di valorizzare le produzioni aziendali e facilitare l'approccio e l'ingaggio dei buyers.

A tal fine la Camera di Commercio ha attivato una **convenzione con l'Istituto Alberghiero di Avellino Manlio Rossi-Doria** per realizzare un **progetto di alternanza scuola-lavoro** coinvolgendo un gruppo di studenti accompagnati da docenti di enogastronomia e di accoglienza turistica che hanno gestito in autonomia il programma di appuntamenti nei quattro giorni di fiera denominato **L'Irpinia a tavola**, con degustazioni di prodotti tipici, piatti della tradizione con abbinamento vini irpini e birre artigianali, utilizzando i prodotti degli espositori per offrire ai visitatori dello stand camerale un'occasione preziosa per poter assaporare le specialità di una terra tutta da scoprire.

L'obiettivo dell'iniziativa è stato quello di offrire agli studenti irpini, attraverso la partecipazione ad una manifestazione di livello internazionale quale il Cibus di Parma, un'opportunità per potenziare l'efficacia della didattica attraverso un'esperienza altamente qualificante, che ha consentito tra l'altro ai ragazzi coinvolti di entrare in contatto con il mondo dell'imprenditoria locale e nazionale.

Oltre alle due manifestazioni fieristiche programmate nel bilancio di previsione sono state attivate ulteriori due partecipazioni collettive su istanza degli operatori interessati.

Nel dettaglio, con nota del 18 giugno 2018 n. 22 aziende della provincia di Avellino hanno richiesto alla CCIAA di Avellino di organizzare una partecipazione collettiva alla fiera **Gusto Mediterraneo in programma presso il Centro fieristico di Ariano Irpino dal 12 al 14 ottobre 2018**, inserita nel calendario nazionale delle fiere approvato dalla Conferenza Stato Regioni.

Con deliberazione di Giunta in data 17 luglio è stata disposta la partecipazione collettiva alla suddetta fiera.

Successivamente, il 20 luglio 2018, è stato approvato l'avviso pubblico per la partecipazione alla fiera nazionale Gusto Mediterraneo rivolto a n. 22 imprese irpine della provincia di Avellino con termine di scadenza il 10 settembre 2018. Entro i termini di scadenza dell'avviso sono pervenute n. 39 domande da parte di altrettante imprese nonché ulteriori n. 2 domande oltre il termine di scadenza del 10 settembre 2019.



All'esito dell'istruttoria amministrativa delle domande e sulla base dell'ordine cronologico sono state così ammesse a partecipare **n. 22 imprese della provincia** che hanno partecipato alla fiera di Ariano Irpino usufruendo di uno stand preallestito di circa 12 mq.

Anche per **L'Artigiano in Fiera in programma a Fieramilano Rho dal 1° al 9 dicembre 2018** è pervenuta una manifestazione d'interesse da parte di 17 imprese della provincia di Avellino a partecipare alla mostra-mercato nazionale sull'artigianato.

Con deliberazioni n. 3/32 del 9 luglio 2018 e n. 4/36 in data 17 luglio 2018 la Giunta camerale ha disposto la partecipazione collettiva alla fiera in oggetto stabilendo i criteri di selezione.

In data 20 luglio 2018 è stato approvato l'avviso pubblico per la partecipazione alla fiera AF 2018 **L'Artigiano in Fiera 23ma Mostra Mercato Internazionale per l'Artigianato in programma presso Fieramilano Rho dal 1° al 9 dicembre 2018** rivolto a n. 15 imprese con laboratorio produttivo in provincia di Avellino operanti nel settore dell'artigianato artistico e/o tradizionale compreso il settore alimentare, con termine di scadenza il 20 settembre 2018 e quota di partecipazione onnicomprensiva di 1.500,00 euro.

Sono pervenute n. 17 domande e all'esito dell'istruttoria **15 imprese sono state ammesse** a partecipare a **L'Artigiano in Fiera** in programma a Rho-Però dal 1° al 9 dicembre 2018 e che hanno fruito di uno stand preallestito di 14,5 mq nella collettiva camerale presente nel padiglione 1 Campania nonché della presenza ad **Artimondo**, piattaforma di commercio elettronico gestito da Ge.FI. società organizzatrice della fiera che consente di consolidare il rapporto con i propri clienti e di estendere l'azione di marketing e vendita nel mercato europeo (lo shop online è attivo in cinque lingue: italiano, tedesco, inglese, spagnolo e francese).

Sfruttando lo stand istituzionale è stata inoltre data l'opportunità ad ulteriori artigiani irpini, non presenti in fiera e che non conoscevano la manifestazione, di essere per un giorno all'AF 2018 e presentare le proprie produzioni, allestendo laboratori dimostrativi, vetrine espositive, degustazioni di prodotti di eccellenza. In data 30 ottobre 2018 è stato emanato un apposito avviso al quale hanno aderito quattro imprese che hanno partecipato alla manifestazione utilizzando lo stand camerale per esporre e promuovere i loro prodotti.

Passando alle attività formative si riferisce che nell'ambito del citato programma promozionale 2018 è stato previsto di organizzare **iniziative anche di tipo seminari**



**in materia di ambiente** ed energia anche alla luce del decreto legislativo n. 219/2016 di riordino delle funzioni degli Enti camerali che prevede che alle Camere di Commercio spettano funzioni derivanti dalle competenze in materia ambientale attribuite dalla normativa nonché supporto alle pmi per il miglioramento delle condizioni ambientali.

Sono stati così organizzati i seguenti seminari con l'obiettivo di fornire indicazioni circa gli adempimenti previsti dalla normativa che disciplina il settore rifiuti in relazione alla dichiarazione MUD e alle scritture ambientali che hanno visto una diffusa partecipazione come di seguito dettagliato:

<b>titolo seminario ambiente</b>	data seminario	n° partecipanti
Il Modello Unico di Dichiarazione Ambientale per l'anno 2018	30/3/2018	58
Registri e formulari: dalla normativa alla compilazione	20/9/2018	65
Totale partecipanti seminari ambiente		<b>123</b>

Con riferimento ai progetti specialistici, con nota del 26/1/2018 Unioncamere ha comunicato l'avvio della **gestione progettuale del Fondo di perequazione** approvando i quattro programmi d'intervento (E-government, Orientamento al lavoro, Valorizzazione turismo, Sostegno all'export) a tutti i quali le Camere di commercio (anche per il tramite delle Unioni regionali) possono aderire, destinandovi le risorse delle annualità 2015 e 2016 del Fondo, per un importo complessivo di 13 milioni di euro.

L'Ente camerale, con delibera n. 1/14 del 31 gennaio 2018, ha aderito a tre progetti, viceversa per quanto riguarda il quarto relativo alla valorizzazione e promozione turistica di livello regionale l'Ente camerale ha aderito all'iniziativa tramite Unioncamere Campania:

- Potenziamento e **diffusione presso le imprese delle attività di EGovernment** delle Camere di Commercio;
- **Alternanza scuola-lavoro**, orientamento al lavoro e placement;
- **Sostegno all'export delle PMI;**
- **Valorizzazione del patrimonio culturale e del turismo.**

Unioncamere, con nota del 10/05/2018, ha comunicato l'approvazione delle adesioni della Camera di Commercio.

La scadenza per la realizzazione dei progetti è fissata da Unioncamere al 31/07/2019 escludendo ogni possibilità di proroga.



A seguito dell'anticipazione del 50% sui contributi assegnati, la Camera di Commercio ha avviato le attività entro i termini previsti, aderendo al piano esecutivo del progetto producendo la scheda di pianificazione prevista per ciascun programma nella piattaforma Unioncamere.net ed inviando per pec una comunicazione in tal senso a firma del Segretario Generale.

**Il presidio del Punto Impresa Digitale presso la CCIAA è stato attivato** entrando nella fase operativa ed il progetto terminerà a marzo 2020.

Il 17 settembre 2018 è stato emanato il **bando per la concessione alle PMI di voucher I 4.0** sulla base del format elaborato da Unioncamere con particolare riferimento agli ambiti tecnologici di innovazione 4.0 per i quali finanziare l'acquisto di servizi di consulenza e formazione e – per un massimo del 40% dell'intero progetto – l'acquisto di beni e servizi tecnologici da parte delle MPMI della provincia di Avellino, in attuazione del Regolamento per la concessione di aiuti alle PMI in tema di digitalizzazione (Aiuti di stato SA49447).

Con uno stanziamento di 80.000,00 euro mediante il bando è stato previsto di accordare a ciascuna impresa richiedente un voucher pari al 50% delle spese ammissibili, fino ad un massimo di euro 5.000,00 e di presentare la domanda in modo telematico attraverso la piattaforma Telemaco a partire dalle ore 9.00 del 1 ottobre 2018 e fino al 21 dicembre 2018.

Sono pervenute **n. 33 domande** per un importo complessivo di **154.825,56 euro** con la prima ammissione sono state **ammessi solo 3 progetti presentati**.

In tema di digitalizzazione Unioncamere ha attivato in data 30/05/2018 la realizzazione di una nuova edizione del progetto "**Eccellenze in digitale**" promosso dal sistema camerale e Google già da diversi anni, attraverso azioni di orientamento e assistenza volte a migliorare il posizionamento on line delle PMI. Il 7/6/2018 è stato deciso di aderire al progetto . Il servizio di supporto alla digitalizzazione delle PMI Eccellenze in digitale della Camera di Commercio di Avellino è stato finalizzato ad assicurare la digitalizzazione territoriale, perseguendo le seguenti attività:

- Accelerare la digitalizzazione delle PMI, fornendo loro competenze e strumenti digitali;
- Promuovere, informare e sensibilizzare le piccole imprese nel cogliere le opportunità legate alle tecnologie digitali, supportandole nell'adozione di soluzioni innovative ed



accompagnandole nel processo di upgrade – sia delle competenze aziendali, sia dell'organizzazione aziendale;

- Realizzazione di eventi di informazione, formazione e assistenza a livello locale.

In data 15 ottobre è stata avviata l'attività di Eccellenze in digitale presso la CCIAA; a seguito di un apposito avviso **hanno già aderito alle attività progettuali n. 23 imprese** richiedendo supporto per la digitalizzazione aziendale. In data **15 novembre** è stata programmata presso la Camera di Commercio la nuova iniziativa ideata in collaborazione con Google denominata "**Digital Training**" articolata in una prima parte di formazione in aula e successivamente con un'attività di coaching con un pool di digitalizzatori esperti per supportare le imprese partecipanti.

In tema di **turismo** e di **promozione territoriale** con delibera del 23 aprile 2018 la Giunta camerale ha aderito alla proposta del Consorzio Medianetwork per la realizzazione di una **campagna di comunicazione La mia Irpinia** sul circuito TV **Videometro News Network della Metropolitana di Napoli** e del Sistema di Metropolitana Regionale, della durata di 6 mesi, prevedendo la produzione di circa 30 video da 60 secondi volti a valorizzare le eccellenze territoriali, produttive ed imprenditoriali della provincia di Avellino, in considerazione che il circuito della Metropolitana di Napoli e regionale è tra i più frequentati dai turisti sia italiani che stranieri, tenendo conto che gli stessi video potranno essere utilizzati quali strumenti di comunicazione anche in altri contesti a partire dalle manifestazioni fieristiche. Sarà elaborata anche una **piattaforma web "La mia Irpinia"** in cui saranno caricati i video realizzati unitamente a contenuti testuali descrittivi delle eccellenze del territorio e degli eventi più importanti programmati in provincia. Per la creazione dei video sono stati individuati potenziali testimonials della campagna di comunicazione in oggetto per sostenere con autorevolezza ed efficacia comunicativa le ragioni che spingono a fare turismo e ad investire in Irpinia, stimolando soprattutto chi non la conosce a visitare la nostra provincia, con l'obiettivo di realizzare uno spot di promozione territoriale e turistica da veicolare su un circuito di grande visibilità.

In occasione della manifestazione TTG di Rimini 2018, Unioncamere Campania e le Camere di Commercio delle province interessate organizzano un **post tour nelle aree interne della Campania** che si è svolto al termine della fiera e al quale hanno



partecipato 30 tour operators esteri provenienti da diversi paesi (Stati Uniti, Brasile, Canada, Russia, Corea del Sud, Cina, Australia, Danimarca, Israele, Francia, ecc.) selezionati da Fiera di Rimini per conto di Regione Campania.

**Il tour**, con l'obiettivo di realizzare un'azione di promozione dei territori meno noti negli itinerari turistici internazionali e favorire occasioni di business per gli operatori del settore, **si è tenuto in Irpinia domenica 14 ottobre 2018** per l'intera giornata nell'ambito della quale è stata proposta alla delegazione estera una giornata tipo che un turista può trascorrere nel nostro territorio con diverse esperienze da poter vivere con visite guidate in cantine storiche, borghi medievali, degustazioni enogastronomiche, sagre e feste tradizionali, percorsi naturalistici, incontrando un forte interesse da tutti i partecipanti.

La Camera di Commercio di Avellino il 23 novembre 2018 ha aderito alla convenzione con il Laboratorio Chimico, Azienda speciale della Camera di Commercio di Torino, per la realizzazione del progetto "**Sportello Etichettatura e Sicurezza Alimentare**", tenendo conto che il servizio sarà operativo fino al 31 dicembre 2019 e potrà essere rinnovato con l'accordo delle parti. La convenzione prevede la realizzazione dei seguenti servizi:

- Guida dello Sportello Etichettatura e Sicurezza Alimentare" comprensiva, oltre ai contenuti comuni, di 3 schede di prodotti legati al territorio di competenza
- Servizio tecnico "Sportello Etichettatura e Sicurezza Alimentare" per ciascuna richiesta pervenuta tramite lo sportello, che comprende la presa in carico del quesito e la relativa preparazione della risposta da presentare all'impresa richiedente;
- Formazione interna per il personale camerale in materia di etichettatura e sicurezza alimentare;
- Realizzazione del "Portale Etichettatura e Sicurezza Alimentare" comprensivo di tutti i servizi e di ulteriori 3 schede dei prodotti legati al territorio, per un totale di 6 schede prodotti
- n. 2 seminari tecnici sulle tematiche dell'etichettatura e sicurezza alimentare per le imprese presso la sede camerale.

Sono pervenuti entro fine 2018 cinque quesiti da parte di altrettante imprese alle quali è stata fornita una risposta tecnica a cura dello Sportello Etichettatura.

Nell'ultimo triennio la CCIAA di Avellino ha molto investito sul tema della Legalità, cercando di intervenire su più fronti. Negli scorsi anni è stato sottoscritto un Protocollo d'Intesa con la locale Prefettura, allo scopo di fornire a tutte le forze dell'Ordine, in



maniera gratuita, quegli strumenti informativi di cui il sistema camerale dispone e che possono essere di ausilio nelle azioni di contrasto alla criminalità organizzata in senso lato. La disponibilità delle informazioni, infatti, consente una migliore conoscenza del territorio e permette di mettere in campo le strategie più appropriate sia per il controllo del territorio sia per l'attuazione di politiche di crescita e sviluppo economico.

Al tempo stesso, è stato sottoscritto un Protocollo d'Intesa con l'Associazione "Libera" finalizzato all'attivazione presso la Camera di Commercio di uno sportello a supporto delle vittime di usura e racket: ovviamente lo sportello ha sempre agito nell'assoluto rispetto dell'anonimato ed ha orientato le vittime rispetto alla conoscenza di quegli istituti previsti per la protezione personale di se stessi e dei propri familiari. L'operatore, formato e competente ha svolto, nel tempo, una importante funzione di supporto anche rispetto alla conoscenza del Fondo nazionale per le vittime di usura ed estorsione.

Un altro importante tassello, realizzato sempre con la collaborazione di "Libera" è stato quello della c.d. "**Scuola per animatori di legalità**", della quale si sono svolte ben tre edizioni. La partecipazione era riservata agli allievi del triennio di tutte le Scuole superiori della Provincia e che si mostrassero particolarmente sensibili al tema della Legalità; naturalmente la selezione era affidata ai docenti referenti di legalità, ai quali veniva fatta una giornata di formazione dedicata prima che iniziasse il percorso.

Ciascuna edizione della Scuola, considerata valida anche ai fini dell'ottenimento di crediti formativi oltre che ai fini dell'Alternanza Scuola Lavoro, era articolata in 10 incontri, la cui "regia" era affidata a docenti universitari, specialisti in determinate materie ma anche a "testimoni", tanto per fare un esempio la moglie e la figlia di due vittime innocenti. Il percorso annuale si concludeva con la visita a luoghi del territorio "simbolo" della lotta alla criminalità organizzata, luoghi in cui "lo Stato ha vinto", come il "maglificio 100Quindicipassi" realizzato a Quindici (AV) nella ex villa bunker del clan Graziano o al caseificio dedicato a Don Peppe Diana, realizzato a Caserta in un'azienda agricola confiscata alla criminalità organizzata.

L'ultimo incontro, con cui si è conclusa la III edizione della Scuola, ha visto la partecipazione come "docente" di don Luigi Ciotti che ha intrattenuto i ragazzi su molte



questioni ed ha risposto a tanti loro dubbi ed interrogativi. E' evidente che, per i ragazzi che vi hanno preso parte, è stato un momento formativo prezioso e di forte condivisione.

Sono stati organizzati degli eventi sulla gestione della crisi da sovraindebitamento in collaborazione con l'AIGA, sulla base del presupposto che, spesso, le difficoltà economiche, non solo per le imprese ma anche per i privati, possono facilitare il ricorso a strumenti illegali di risoluzione delle problematiche.

Nel corso del 2018 c'è stato un incremento molto significativo del numero di pratiche inviate al Registro Imprese, al netto delle pratiche di deposito sono pervenute 25.661 pratiche, a fronte delle 21.161 del 2017, quindi 4.500 pratiche in più, oltre il 25 %. Nonostante i numeri più elevati, l'Ufficio è riuscito addirittura a migliorare i tempi di evasione, riportando una media del 70% delle pratiche evase nei 5 giorni lavorativi e con un tempo medio di evasione di poco superiore agli 8 giorni lavorativi.

E' stato implementato l'Ufficio AQI, che ha supportato in tutte le fasi la costituzione di 20 Srl Start up innovative e molto si è fatto sul tema della qualità del dato iscritto, istituendo un Ufficio ad hoc nell'ambito dell'Area Anagrafica, Ufficio che ha cominciato a trattare in maniera strutturata le diverse anomalie, provvedendo a contattare le singole imprese per indirizzarle verso gli adempimenti più corretti ed appropriati.

Nel mese dicembre sono state avviate le attività relative alla cancellazione d'ufficio di imprese non più operative, ai sensi del DPR 247/2004 per imprese individuali e società di persone e dell'art. 2490 c.c. Per le società di capitale in liquidazione. Oltre 100 Comuni su 118 utilizzano in Irpinia il c.d. "Suap Camerale", si tratta della percentuale più alta in Campania e, solo nel 2018, sono state ben 4.050 le pratiche gestite, senza contare l'assistenza e la formazione erogata costantemente in favore dei responsabili Suap dei Comuni della Provincia. Sono stati sottoscritti Protocolli d'Intesa per la realizzazione di percorsi di formazione economico-finanziaria con una decina di Istituti della Provincia e sottoscritto, da ultimo, un Protocollo d'Intesa per la formazione degli studenti in materia di salute e sicurezza sui luoghi di lavoro. E' stato avviato il rilascio dello SPID e la promozione e diffusione del cassetto digitale dell'impresa. Sul versante della Giustizia Alternativa un nuovo progetto potrà arrivare da una recente convenzione stipulata tra il Ministero dello sviluppo economico e l'Unioncamere, che prevede la realizzazione di iniziative comuni di formazione per mediatori e conciliatori, con l'obiettivo di arricchire e rinnovare le



professionalità presenti negli elenchi delle CCIAA e al fine di incentivare gli organismi camerali ad iscriversi nel Registro degli organismi di conciliazione specializzati per il consumo. Rispetto al tema più generale della giustizia alternativa, sicuramente l'esperienza della CCIAA di Avellino si può considerare "virtuosa" e meriterebbe di essere condivisa ed "allaragata", in quanto sono ancora poche, a livello nazionale, le Camere che si orientano in questo modo: ci si intende qui riferire alla possibilità di formare mediatori professionali al proprio interno scegliendoli tra i funzionari in possesso dei requisiti previsti e che risultino motivati rispetto alla funzione da svolgere; l'impiego di mediatori "interni", soprattutto in quelli che sono i cc.dd. "primi incontri" ha il duplice vantaggio di assicurare sempre una competenza adeguata, perchè costantemente monitorata, ed un significativo risparmio economico, che si aggiungono alla possibilità per i funzionari di arricchire il proprio bagaglio di conoscenze e di esperienze, generando un patrimonio informativo e formativo a vantaggio dell'Ente e che non rischia di andare disperso. Solo per dare un ordine di grandezza, ad Avellino nel 2017 sono state gestite, con conciliatori interni, 71 procedure conciliative in materia di telecomunicazioni, nel 2018, 53 procedure conciliative in materia di telecomunicazioni e, in via sperimentale, sempre nel 2018 sono state affidate anche le mediazioni civili e commerciali a funzionari interni, gestendo 33 procedure. Ciò ha determinato minori spese per circa 15.000,00 euro.



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 quattro 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 2017/2019 approvato con delibera dell'Ente n. 9/63 del 13/12/2016).

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

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



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

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



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



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

OBIETTIVI STRATEGICI	OBIETTIVI OPERATIVI		
<b>IV A) ORIENTAMENTO AL LAVORO E ALLE PROFESSIONI – SUPPORTO ALL'ALTERNANZA SCUOLA LAVORO</b>	<b>Sviluppare modelli e percorsi in alternanza, incentrati su tirocini formativi e di orientamento</b>	<b>Obiettivo raggiunto</b>	
	<b>Orientare, facilitare e agevolare la transizione dei giovani in uscita dai percorsi formativi</b>	<b>Obiettivo non raggiunto</b>	
<b>IV B) TENUTA E PROMOZIONE DEL REGISTRO NAZIONALE ALTERNANZA SCUOLA LAVORO</b>	<b>Realizzare accordi di collaborazione a livello locale per valorizzare il ruolo del RASL</b>	<b>Obiettivo raggiunto</b>	



	<b>Promuovere il RASL attraverso iniziative di comunicazione locale</b>	<b>Obiettivo raggiunto</b>	
--	---	--------------------------------	---

In totale su 25 obiettivi operativi, 2 non raggiunti, 3 sono stati parzialmente raggiunti, mentre per tutti gli altri il risultato è stato raggiunto.



### 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 2018, il Piano della performance della CCIAA di Avellino è stato redatto in linea con la volontà del legislatore prevedendo che tra ciclo di gestione della performance e attività di programmazione e rendicontazione economico – finanziaria esista una connessione e condivisione di intenti, piani ed obiettivi.

L'Amministrazione camerale ha posto al centro della sua attenzione il sistema delle imprese e lo sviluppo dell'economia locale, secondo la *mission* camerale individuata dalla legge 580/93 , come riformata dal Decreto Legislativo n. 23 del 15.02.2010.

La *mission* può essere così sintetizzata "L'Ente è sempre più vicino 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.



### **3.3 Obiettivi e piani operativi**

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



### 3.4 Obiettivi individuali

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

#### ELENCO OBIETTIVI DEL SEGRETARIO GENERALE ANNO 2018

LINEA PRIORITARIA	OBIETTIVO STRATEGICO	OBIETTIVI OPERATIVI	PESO	RISULTATI RAGGIUNTI	
<b>I</b>	<b>IA, IB, IC</b>	Promozione delle infrastrutture, della ricerca e dell'innovazione e valorizzazione del ruolo della CCIAA quale strumento di semplificazione amministrativa e di dialogo tra imprese	20%	100%	<b>Obiettivo raggiunto</b>
<b>II</b>	<b>II A, IIB</b>	Attuazione del programma promozionale, sostegno alla crescita della struttura economica locale con particolare riguardo ai temi dell'internazionalizzazione delle imprese e allo sviluppo di una cultura sostenibile	20%	100%	<b>Obiettivo raggiunto</b>
<b>II</b>	<b>II C</b>	Valorizzazione risorse turistiche, culturali e ambientali come fattore di sviluppo economico	5%	100%	<b>Obiettivo raggiunto</b>
<b>III</b>	<b>IIIA, IIIB</b>	Miglioramento qualità dei servizi, innovazione della Camera	40%	75%	<b>Obiettivo parzialmente raggiunto</b>
<b>IV</b>	<b>IV A, IV B</b>	Orientamento, agevolazione dei percorsi formativi dei giovani e promozione del ruolo del Registro Nazionale Alternanza	15%	100%	<b>Obiettivo raggiunto</b>



		Scuola Lavoro			
		<b>TOTALE</b>	<b>100%</b>	<b>90 %</b>	

LINEA PRIORITARIA	OBIETTIVO STRATEGICO	OBIETTIVO OPERATIVO	RISULTATO RAGGIUNTO	INDICATORE
<b>I</b>	<b>I A I B I C</b>	Promozione delle infrastrutture, della ricerca e dell'innovazione e della formazione per le imprese	<b>100%</b>	Sviluppo di n.2 iniziative in attuazione del programma nazionale "industria 4.0" e relativa attività di comunicazione
<b>II</b>	<b>II A II B II C II A</b>	Attuazione del programma promozionale, sostegno alla crescita della struttura economica locale con particolare riguardo ai temi dell'internazionalizzazione delle imprese e allo sviluppo di una cultura sostenibile	<b>100%</b>	- Implementazione delle iniziative promozionali deliberate dalla Giunta  - Partecipazione ad almeno 2 fiere collettive
<b>II</b>	<b>II C</b>	Valorizzazione risorse turistiche, culturali e ambientali come fattore di sviluppo economico	<b>100%</b>	- Proposta di iniziativa sperimentale su turismo e cultura da sottoporre alla Giunta
<b>III</b>	<b>III A III B</b>	Miglioramento qualità dei servizi, innovazione della Camera	<b>75%</b>	- Tutela del whistleblower (attivazione di una procedura per la tutela del dipendente che segnala illeciti)



				<ul style="list-style-type: none"><li>- completamento procedure nuovi organi camerali e invio della documentazione e dei dati elaborati alla Regione Campania</li><li>- avvio procedure per associare i servizi delle due Camera</li><li>- Organizzazione n.2 iniziative seminari per la promozione del servizio AQI</li></ul>
<b>IV</b>	<b>IV A</b> <b>IV B</b>	<b>Orientamento, agevolazione dei percorsi formativi dei giovani e promozione del ruolo del Registro Nazionale Alternanza Scuola Lavoro</b>	<b>100%</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- proposta di un'iniziativa per l'integrazione tra mondo della scuola e del lavoro</li></ul>
			90%	



## 4.1 Gli indicatori di salute organizzativa: il sistema informativo Pareto

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

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

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

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

Di seguito i principali indicatori Pareto utilizzati a livello di Sistema Camerale calcolati sulla base dei risultati del bilancio consuntivo 2017 approvato della Camera di Commercio di Avellino nel corso del 2018.

### 1. INTERVENTI ECONOMICI E NUOVI INVESTIMENTI

COSA MISURA	FORMULA	2017
Misura il valore medio di interventi economici e nuovi investimenti in immobilizzazioni materiali, immateriali e finanziarie per impresa attiva	$\frac{\text{INTERVENTI ECONOMICI} + \text{INVESTIMENTI}}{\text{IMPRESE ATTIVE}}$	46,54

### 2. COSTI PER PROMOZIONE PER IMPRESA ATTIVA

COSA MISURA	FORMULA	2017
Misura il valore medio dei costi promozionali per impresa attiva	$\frac{\text{INTERVENTI ECONOMICI}}{\text{IMPRESE ATTIVE}}$	46,63

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

COSA MISURA	FORMULA	2017
Misura l'incidenza delle entrate da diritto annuale sul totale dei proventi correnti	$\frac{\text{DIRITTO ANNUALE}}{\text{PROVENTI CORRENTI}}$	68,67%



--	--	--

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

COSA MISURA	FORMULA	2017
Misura l'incidenza di contributi, trasferimenti e altre entrate	CONTRIBUTI, TRASFERIMENTI E ALTRE ENTRATE/ PROVENTI CORRENTI	4%

#### 5. ECONOMICITA' DEI SERVIZI

COSA MISURA	FORMULA	2017
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)	6%

#### 6. MARGINE DI TESORERIA

COSA MISURA	FORMULA	2017
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	10,82

#### 7. CASH FLOW

COSA MISURA	FORMULA	2017
Misura la liquidità netta prodotta o consumata nell'esercizio in rapporto ai proventi correnti	(Cassa finale 31/12/ T - Cassa iniziale)/ PROVENTI CORRENTE	9,12%



## **Il Processo di redazione della relazione sulla performance**

Il processo di redazione della Relazione della Performance s'inserisce, 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 mette un punto fermo sul lavoro realizzato dall'Ente e già formalizzato nei diversi documenti di programmazione 2018 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 legislazione, analisi normativa e delle linee guida del Dipartimento della Funzione Pubblica**

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

#### **II FASE**

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



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

- Responsabile Area I per i dati relativi al raggiungimento degli obiettivi strategici assegnati;
- Responsabile Area II per i dati relativi al raggiungimento degli obiettivi strategici assegnati;
  
- Responsabile Area III per i dati relativi al raggiungimento degli obiettivi strategici assegnati

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

Segretario Generale, Responsabile Area I;

**III FASE**

**Stesura e redazione della Relazione sulla performance**

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

**IV FASE**

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

Soggetti responsabili: Segretario Generale.

**V FASE**

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

Soggetto responsabile: OIV.

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

Soggetto responsabile: Giunta.

**IL SEGRETARIO**  
**(Dott.ssa Marianna Venuti)**

**IL PRESIDENTE**  
**(Ing. Oreste Pietro Nicola La Stella)**

## OBIETTIVI E PIANI OPERATIVI – ALLEGATO ALLA RELAZIONE DELLA PERFORMANCE 2018

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

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

<b>Target 2018</b>	<b>Risultati 2018</b>	<b>Raggiungimento obiettivo</b>
<b>6</b>	<b>6</b>	<b>Obiettivo raggiunto</b>

obiettivi operativi 2018	programmi 2018	progetti/azioni 2018	indicatori	target	Risultati ottenuti	Raggiungimento obiettivo
Rendere più efficace la comunicazione esterna della Camera per essere più vicini alle imprese e cittadini e migliorare il livello di digitalizzazione dei servizi resi dall'Ente	Miglioramento comunicazione sul web	1) Attività di comunicazione sui servizi camerali (iniziative di comunicazione sul R.I. entro l'anno); 2) Realizzazione PID (entro ottobre 2018)	Numero servizi offerti online	<b>6</b>	<b>6</b>	

<b>AREA</b>	<b>AREA STRATEGICA I – SOSTEGNO ALL'INNOVAZIONE, SEMPLIFICAZIONE E MIGLIORAMENTO CONTINUO DEI SERVIZI PER FAVORIRE LE IMPRESE</b>
<b>Obiettivo strategico</b>	<b>I B . Semplificazione dell'azione amministrativa ed e-government</b>
<b>Indicatore obiettivo strategico:</b>	<b>Grado di diffusione dei servizi telematici presso il tessuto economico locale</b>

Target 2018		Risultati 2018	Raggiungimento obiettivo			
<b>85%</b>		<b>85%</b>	<b>Obiettivo raggiunto</b>			
obiettivi operativi 2018	programmi 2018	progetti/azioni 2018	indicatori	target	Risultati ottenuti	Raggiungimento obiettivo
<b>Dar piena attuazione alle nuove normative in tema di e-government valorizzando il ruolo della CCIAA quale strumento per la semplificazione amministrativa e di dialogo tra imprese e PA</b>	<b>Miglioramento servizi della Comunicazione Unica per la nascita dell'impresa e del SUAP</b>	<b>INIZIATIVE:</b> 1) Progetto fascicolo d'impresa (piena operatività entro settembre); 2) utilizzo della mail <a href="mailto:registro.impres@av.camcom.it">registro.impres@av.camcom.it</a> per rispondere alle richieste dell'utenza (incremento del 10% entro l'anno); Aggiornamento formazione specifica conciliatori e mediatori (entro l'anno); 3) Verifica dinamica requisiti agenti di commercio e intermediazione (entro l'anno); 4) Servizio multicanale web, telefono e social network (entro luglio);	N° incontri con Enti terzi	<b>3</b>	<b>3</b>	
			Rispetto dei tempi di evasione (5 giorni) delle pratiche Registro Imprese in termini percentuali	<b>70%</b>	<b>70%</b>	
			N° servizi erogati o gestiti on line	<b>3</b>	<b>3</b>	
			Grado di diffusione dei servizi telematici presso il tessuto economico locale in termini percentuale	<b>85%</b>	<b>85%</b>	
<b>Miglioramento e promozione della qualità delle banche dati.....incrementando il valore della loro piena fruibilità</b>	<b>Multicanalità dei servizi amministrativi per le imprese</b>		Tempi medi di lavorazione delle pratiche telematiche Registro Imprese	<b>7.5 gg</b>	<b>8 gg</b>	

<b>Partecipare a progetti di e-government per la PA digitale, anche a livello europeo</b>	<b>Progetti di e-government</b>		<b>Imprese/ organizzazioni/enti partecipanti</b>	<b>30</b>	40	
---	---------------------------------	--	--	-----------	----	---

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

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

<b>Target 2018</b>	<b>Risultati 2018</b>	<b>Raggiungimento obiettivo</b>
<b>+ 50%</b>	<b>+ 50 %</b>	<b>Obiettivo raggiunto</b>

<b>obiettivi operativi 2018</b>	<b>programmi 2018</b>	<b>progetti/azioni 2018</b>	<b>indicatori</b>	<b>target</b>	<b>Risultati ottenuti</b>	<b>Raggiungimento obiettivo</b>
<b>Iniziative per la promozione dei sistemi alternativi di risoluzione delle controversie e gli altri strumenti di regolazione del mercato</b>	<b>Conciliazione, mediazione e arbitrato</b>	<b>CORSI DI FORMAZIONE DA ATTIVARE ENTRO L'ANNO:</b> 1) Aggiornamento formazione specifica conciliatori e mediatori;  <b>INIZIATIVE:</b> 1) Aggiornamento del regolamento di conciliazione dell'Ente (entro l'anno); 2) Potenziamento del servizio di vigilanza (10% di ispezioni in più rispetto al 2017); 3) Potenziamento progetto ravvedimento operoso.	<b>Livello di diffusione del servizio di Conciliazione/ Mediazione in termini percentuali</b>	<b>+50%</b>	<b>+ 50%</b>	
	<b>Promozione intensificazione delle attività di ADR e vigilanza</b>		<b>Ore settimanali di apertura garantite al pubblico dello sportello Arbitrato e Mediazione</b>	<b>21,5</b>	<b>21,5</b>	
			<b>Diffusione delle visite metrologiche di controllo sul tessuto economico provinciale</b>	<b>+ 5%</b>	<b>+ 7%</b>	

<b>AREA</b>	<b>AREA STRATEGICA II - FAVORIRE IL CONSOLIDAMENTO E LO SVILUPPO DEL SISTEMA ECONOMICO LOCALE</b>
<b>Indicatore obiettivo strategico</b>	<b>Grado di utilizzo delle risorse stanziato per gli interventi economici della Camera di Commercio</b>

<b>Target 2018</b>	<b>Risultati alla luce dell'ultimo bilancio consuntivo approvato</b>	<b>Raggiungimento obiettivo</b>
<b>76%</b>	<b>85%</b>	<b>Obiettivo raggiunto</b>

obiettivi operativi 2018	programmi 2018	progetti/azioni 2018	indicatori	target	Risultati ottenuti	Raggiungimento obiettivo
<b>Sostegno alla crescita della cultura economica locale</b>	<b>Iniziative per incrementare la solidità della struttura economica locale</b>	<b>CORSI DI FORMAZIONE DA REALIZZARSI ENTRO L'ANNO:</b>  1) Seminari e giornate formative aventi ad oggetto la cultura di impresa (almeno 2 iniziative nell'anno)	<b>Numero imprese complessive iscritte assiste dalla CCIAA</b>	<b>550</b>	<b>520</b>	
<b>Azioni per mantenere il tasso di sviluppo imprenditoriale in linea con i livelli regionali e nazionali</b>	<b>Nuove imprese iscritte/imprese attive in termini percentuali</b>	<b>INIZIATIVE:</b>  2) Favorire i percorsi di digitalizzazione delle imprese (realizzare l'iniziativa entro l'anno);	<b>Nuove imprese iscritte /imprese attive in termini percentuali</b>	<b>9%</b>	<b>3%</b>	
<b>Sostegno allo sviluppo di imprese ad alto potenziale di crescita e delle reti d'impresa nei settori produttivi rilevanti per il territorio</b>	<b>Imprese partecipanti a corsi di formazione, workshop e seminari</b>	3) Concessione di contributi per imprese che investono in innovazione tecnologica, sicurezza sul posto di lavoro e gestione ecologica dei rifiuti (realizzare l'iniziativa entro fine anno);	<b>Sostegno delle imprese ad alto potenziale con particolare riferimento alle reti di impresa</b>	<b>100</b>	<b>160</b>	

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

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

<b>Target 2018</b>	<b>Risultati alla luce dell'ultimo bilancio consuntivo approvato</b>	<b>Raggiungimento obiettivo</b>
<b>76%</b>	<b>85%</b>	<b>Obiettivo raggiunto</b>

<b>obiettivi operativi 2018</b>	<b>programmi 2018</b>	<b>progetti/azioni 2018</b>	<b>indicatori</b>	<b>target</b>	<b>Risultati ottenuti</b>	<b>Raggiungimento obiettivo</b>
<b>Sviluppo delle capacità di attrarre finanziamenti da programmi Comunitari, Nazionali e Regionali sul territorio provinciale</b>	Promozione dei programmi di finanziamento	<b>CORSI DI FORMAZIONE DA REALIZZARSI ENTRO L'ANNO:</b>  1) Seminari su sviluppo sostenibile delle imprese (ambiente ed energie alternative); 2) Workshop e seminari sul tema dell'internazionalizzazione;  <b>INIZIATIVE:</b>  1) Emanazione di bandi sul tema dell'internazionalizzazione (almeno 2 iniziative entro dicembre); 2) Partecipazione ad almeno 1 iniziativa del sistema camerale sul tema dell'internazionalizzazione; 3) Verifiche sui contributi erogati alle aziende negli anni precedenti (almeno n. 20 verifiche entro l'anno);	<b>Durata settimanale del relativo sportello della Camera</b>	<b>21,5 ore</b>	21,5 ore	
<b>Azioni per favorire la capacità di innovazione delle imprese</b>	Iniziative per l'innovazione tecnologica. Partecipazione a progetti di sviluppo condivisi		<b>Durata di apertura al pubblico dello sportello brevetti e marchi</b>	<b>21,5 ore</b>	21,5 ore	
<b>Sviluppo dell'internazionalizzazione delle imprese provinciali</b>	Sviluppo di strumenti informativi e di servizi a supporto dei processi di internazionalizzazione		<b>Numero attività, workshop e seminari realizzati sul tema dell'internazionalizzazione</b>	<b>10</b>	10	
	Sostenere il programma di sviluppo dell'internazionalizzazione		<b>Beneficiari contributi missioni all'estero</b>	<b>50</b>	60	
<b>Azioni per favorire la diffusione di una cultura dello sviluppo sostenibile e della responsabilità sociale</b>	Risorse stanziare nell'anno		<b>Risorse stanziare nell'anno</b>	<b>200000</b>	300000	

<b>dell'impresa (emissione di bandi)</b>						
--	--	--	--	--	--	--

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

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

<b>Target 2018</b>	<b>Risultati alla luce dell'ultimo bilancio consuntivo approvato</b>	<b>Raggiungimento obiettivo</b>
<b>68%</b>	<b>74,41%</b>	<b>Obiettivo raggiunto</b>

<b>obiettivi operativi 2018</b>	<b>programmi 2018</b>	<b>progetti/azioni 2018</b>	<b>indicatori 2018</b>	<b>Target</b>	<b>Risultati raggiunti</b>	<b>Raggiungimento obiettivo</b>
<b>Sostegno alle produzioni artigianali ed agroalimentari tipiche della provincia e loro valorizzazione</b>	<b>Artigianato ed agroalimentare tipico e promozione delle produzioni tradizionali</b>	<b>INIZIATIVE:</b> 1) Organizzazione di una collettiva di imprese per la fiera CIBUS; 2) Progetti di qualificazione aziendale attraverso certificazioni, tracciabilità e valorizzazione delle produzioni ( 1 iniziativa entro l'anno) ; 3) Organizzazione della collettiva camerale per Vinitaly 2018; 4) Turismo enogastronomico e culturale (almeno 2 iniziative entro l'anno);	<b>Imprese partecipanti ai programmi camerale sulle Eccellenze locali</b>	<b>100</b>	<b>130</b>	
<b>Sostegno alla valorizzazione delle risorse culturali e ambientali del territorio come fattore di sviluppo economico</b>	<b>Azioni di valorizzazione e promozione del territorio.</b>		<b>Partecipanti mostre/fiere/incontri B2B (commercio interno)</b>	<b>100</b>	<b>120</b>	
			<b>Iniziativa realizzate per promozione economica del settore turistico</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	

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

Target 2018		Risultati 2018	Raggiungimento obiettivo			
<b>11</b>		<b>11</b>	<b>Obiettivo raggiunto</b>			
obiettivi operativi 2018	programmi 2018	progetti/azioni 2018	indicatori 2018	Target	Risultati raggiunti	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	<b>INIZIATIVE:</b> 1) Pubblicazioni di carattere economico – statistico (realizzazione di n. 4 pubblicazioni entro l'anno); 2) Organizzazione della giornata dell'economia (non realizzata)	<b>Report di interesse economico – statistico prodotti</b>	4	4	
	Bollettino informativo economico statistico periodico di tipo elettronico			4	4	
Iniziative per approfondire la conoscenza di metodologie e sistemi di rilevazione per l'analisi di tematiche non sufficientemente studiate e azioni per consolidare il ruolo dell'ente come propositore e partner di politiche di programmazione del territorio	L'osservazione economica attraverso studi ed analisi			3	3	

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

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

Target 2018		Risultati alla luce dell'ultimo bilancio consuntivo approvato	Raggiungimento obiettivo			
80%		86%	Obiettivo non raggiunto			
obiettivi operativi 2018	programmi 2018	progetti/azioni 2018	indicatori 2018	Target	Risultati raggiunti	Raggiungimento obiettivo
<b>Azioni per migliorare il benessere organizzativo e rafforzare l'identità e il senso di appartenenza all'Ente</b>	<b>Benessere organizzativo</b>	<b>INIZIATIVE:</b> 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	
<b>Accrescere le competenze professionali del personale: tecniche, gestionali, comunicative</b>	<b>Formazione camerale</b>	Sistema professionale delle competenze e formazione continua del personale	Numero di dipendenti a tempo indeterminato partecipanti a corsi di formazione nell'anno	20	30	

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

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

<b>Target 2018</b>	<b>Risultati alla luce dell'ultimo bilancio consuntivo approvato</b>	<b>Raggiungimento obiettivo</b>
<b>30%</b>	<b>31%</b>	<b>Obiettivo parzialmente raggiunto</b>

<b>obiettivi operativi 2018</b>	<b>programmi 2018</b>	<b>progetti/azioni 2018</b>	<b>indicatori 2018</b>	<b>Target</b>	<b>Risultati raggiunti</b>	<b>Raggiungimento obiettivo</b>
<b>Attuazione degli adempimenti normativi e razionalizzazione della struttura e dei servizi</b>	<b>Recepimento ed implementazione degli adempimenti normativi e riorganizzazione</b>	<b>CORSI DI FORMAZIONE DA ATTIVARE ENTRO L'ANNO:</b> 1) Formazione e sensibilizzazione sulla trasparenza  <b>INIZIATIVE</b> 2) Monitoraggio sullo stato di attuazione del piano di prevenzione della corruzione secondo la tempistica del piano;  3) Implementazione della sezione "dati ulteriori" in Amministrazione trasparente  4) Verifica semestrale sezione "Amministrazione Trasparente" ;	<b>Percentuali di fatture passive ricevute e pagate entro 30 giorni nell'anno "n"</b>	<b>70%</b>	<b>83%</b>	
<b>Miglioramento dell'efficienza organizzativa della Camera per migliorare i servizi forniti</b>	<b>Percentuale di fatture passive ricevute e pagate entro 30 giorni nell'anno "n"</b>  <b>Ore settimanali di apertura garantite al pubblico dello sportello Diritto annuale</b>		<b>Ore settimanali di apertura garantite al pubblico dello sportello Diritto annuale</b>	<b>21,5 ore</b>	<b>21,5 ore</b>	
<b>Avere una costante attenzione verso l'eccellenza qualitativa dei servizi</b>	<b>N. documenti inerenti il Ciclo di Gestione della Performance approvati nell'anno</b>		<b>N° documenti ciclo di Gestione della Performance approvati nell'anno</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	
	<b>Automazione dei servizi camerali</b>  <b>Archivio e protocollo</b>					

<b>AREA</b>	<b>AREA STRATEGICA IV - SOSTEGNO ALL'OCCUPAZIONE E ALL'ALTERNANZA SCUOLA LAVORO</b>				
<b>Obiettivo strategico</b>	<b>IV A / IV B.</b>				
<b>Indicatore obiettivo strategico:</b>	<b>Numero di imprese iscritte al Registro Nazionale Alternanza Scuola - Lavoro</b>				
<b>Target 2018</b>	<b>Valore</b>	<b>Raggiungimento obiettivo</b>			
<b>+40</b>	<b>320</b>	<b>Obiettivo raggiunto</b>			
<b>obiettivi operativi 2018</b>	<b>progetti/azioni 2018</b>	<b>indicatori 2018</b>	<b>Target</b>	<b>Risultati raggiunti</b>	<b>Raggiungimento obiettivo</b>
<b>Sviluppare modelli e percorsi in alternanza, concentrati su tirocini formativi e orientamento</b>	<b>INIZIATIVE</b> 1) progetti tesi all'integrazione tra mondo della scuola e del lavoro (due iniziative entro l'anno); 2) realizzazione di accordi a livello locale con le associazioni imprenditoriali, il no profit, gli enti locali e i soggetti del mondo della formazione per valorizzare il Registro Nazionale Alternanza Scuola Lavoro; 3) Aumento di almeno il 5 % entro dicembre delle imprese iscritte al RASL; 4) Iniziative di comunicazione locale (almeno 2 campagne di comunicazione entro l'anno)	Iniziative per favorire integrazione scuola lavoro	<b>2</b>	<b>2</b>	
<b>Orientare, facilitare e agevolare la transizione dei giovani in uscita dai percorsi formativi</b>		Accordi a livello locale con associazioni imprenditoriali	<b>1</b>	<b>0</b>	
<b>Realizzare accordi di collaborazione a livello locale per valorizzare il ruolo del RASL</b>		Aumento di almeno 10 % delle imprese iscritte RASL	<b>40</b>	<b>280</b>	
<b>Promuovere il RASL attraverso iniziative di comunicazione locale</b>		Iniziative di comunicazione locale	<b>2</b>	<b>1</b>	