

Allegato alla deliberazione del Consiglio camerale n. 11 del 30 novembre 2016



Camera di Commercio
Salerno

PROGRAMMA PLURIENNALE 2016-2021



INDICE

⇒ PREMESSA

⇒ PARTE PRIMA - Il quadro generale

- La riforma del sistema camerale e le sfide future
- Il contesto esterno: profilo socio-economico della provincia di Salerno
- Il contesto interno: la struttura organizzativa

⇒ PARTE SECONDA - Le linee di indirizzo strategico:

1. *Valorizzazione del patrimonio informativo*
2. *La comunicazione e la trasparenza*
3. *Registro Imprese – PA verso le imprese: informatizzare e semplificare*
4. *Regolazione del mercato e tutela del consumatore*
5. *Orientamento al lavoro*
6. *Sostegno all'imprenditorialità*
7. *Supporto alle imprese per l'apertura internazionale*
8. *Promozione del turismo e valorizzazione del patrimonio culturale*
9. *Digitalizzazione, qualificazione aziendale e dei prodotti*
10. *Miglioramento dell'efficienza interna e incremento delle entrate*



PREMESSA

Ogni attività di pianificazione strategica contiene in se elementi di complessità dovuti a molteplici cause. Pianificare significa innanzitutto visualizzare il futuro, cosa certamente non facile sia perché viviamo in un mondo in continua evoluzione le cui dinamiche spesso sfuggono a qualsiasi sforzo di previsione, sia perché troppo spesso si pianifica limitandosi a immaginare il futuro come una semplice riproposizione del passato o, peggio ancora, come si vorrebbe che fosse.

Se alle difficoltà insite in un qualsiasi processo di pianificazione strategica si aggiungono quelle legate al contesto esterno, come nel caso degli Enti camerali che sono interessati da una profonda riforma, si può ben intuire come sia particolarmente impegnativo l'attuale ciclo di pianificazione strategica che la Camera di Commercio di Salerno si appresta a delineare nel presente documento. Ciò nonostante, l'Ente non può e non deve sottrarsi da un siffatto sforzo di pianificazione nell'interesse innanzitutto del sistema imprenditoriale locale di cui è espressione, ma anche per contribuire nel prossimo futuro a creare, seppur nel rinnovato quadro istituzionale, le premesse per lo sviluppo del territorio rappresentato.

Va ricordato che a livello centrale, nell'ambito di un quadro economico che fa registrare dei progressi dell'economia italiana che sembrano farsi gradualmente più evidenti, ma che stentano a coinvolgere le regioni del Mezzogiorno, l'intero sistema camerale è impegnato in un percorso volto a far convergere gli sforzi verso precisi obiettivi strategici, tenendo conto sia del riordino delle competenze camerali, sia della diminuzione delle risorse. Assi portanti di tale cambiamento sono la riorganizzazione della rete camerale sul territorio, la razionalizzazione dei costi delle attività, la valorizzazione delle competenze del capitale umano anche in funzione dello sviluppo di nuovi servizi a beneficio delle economie locali.

Anche la Camera di Commercio di Salerno è quindi parte integrante di questo processo di rinnovamento, che comporta ovviamente la necessità di effettuare scelte adeguate, per evitare che le esigenze di ottimizzazione della struttura e dei costi possano tradursi in un pregiudizio per la qualità e la quantità dei servizi resi all'utenza, ma al contempo pone l'esigenza di individuare scelte flessibili ai cambiamenti.

Pertanto, se da un lato allo scopo di fondare su basi solide la pianificazione strategica di mandato, è necessario prendere spunto dalla riforma delle Camere di Commercio per comprenderne la *ratio* e per definire gli ambiti di azione su cui dovrà spaziare l'attività istituzionale dell'Ente, dall'altro tale pianificazione si fonda sulla consapevolezza che le linee di intervento dovranno necessariamente essere oggetto di rivisitazione una volta che si sarà concluso il predetto *iter* normativo.

Va precisato, inoltre, che tra le varie linee strategiche esistono forti interconnessioni e che, in particolare, le prime due presentano un netto carattere trasversale, in quanto coinvolte in tutte le altre tematiche delineate, così da poter definire "informazione", "comunicazione" e "trasparenza" quali principi imprescindibili che ispirano l'intera azione camerale. Mentre la linea strategica, dedicata al miglioramento dell'efficienza interna, anche attraverso l'adozione di meccanismi adeguati di valutazione delle azioni e delle performance conseguite, accanto all'individuazione di nuove entrate, risulta concludere la disamina della strategia camerale, rappresentando però la sostanziale premessa per l'effettiva attivazione del piano stesso.



La Camera dovrà quindi sforzarsi di ricercare risorse extra-camerale al fine di attuare comunque gli indirizzi di cui al presente documento, attivando anche idonei percorsi formativi per il personale coinvolto.

PARTE PRIMA - IL QUADRO GENERALE

LA RIFORMA DEL SISTEMA CAMERALE E LE SFIDE FUTURE

La riforma del sistema camerale ha preso le mosse dall'art. 28 del D.L. 24 giugno 2014, n. 90, convertito con modificazioni in legge 11 agosto 2014, n. 114, che si propone testualmente:

“1. Nelle more del riordino del sistema delle camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura, l'importo del diritto annuale di cui all'art. 18 della legge 29 dicembre 1993, n. 580, e successive modificazioni, come determinato per l'anno 2014, è ridotto, per l'anno 2015, del 35 per cento, per l'anno 2016, del 40 per cento e, a decorrere dall'anno 2017, del 50 per cento.

2. Le tariffe e i diritti di cui all'art. 18, comma 1, lettere b), d) ed e), della legge 29 dicembre 1993, n. 580, e successive modificazioni, sono fissati sulla base di costi standard definiti dal Ministero dello sviluppo economico, sentite la Società per gli studi di settore (SOSE) Spa e l'Unioncamere, secondo criteri di efficienza da conseguire anche attraverso l'accorpamento degli enti e degli organismi del sistema camerale e lo svolgimento delle funzioni in forma associata.

3. Dall'attuazione del presente articolo non devono derivare nuovi o maggiori oneri a carico della finanza pubblica.”

A questo punto, si ritiene utile un seppur breve commento. Innanzitutto, il legislatore ha confermato l'obiettivo del dimezzamento del diritto annuale, sia pure in maniera graduale, ponendo al secondo comma le premesse per una revisione complessiva del sistema di finanziamento delle Camere di Commercio attraverso l'introduzione del costo standard quale criterio guida per la determinazione dei diritti di segreteria e delle tariffe applicate sui servizi a richiesta individuale. Il costo standard dovrà, a sua volta, ispirarsi a criteri di efficienza che, nelle more della riforma complessiva del sistema camerale, dovranno essere conseguiti con gli strumenti esistenti a legislazione vigente: esercizio associato delle funzioni (art. 2, comma 1, legge 580/93), accorpamento degli enti camerale (art. 1, comma 5, legge 580/93) e degli organismi del sistema camerale (società del sistema camerale, aziende speciali).

La riduzione del diritto annuale ha quindi segnato la prima tappa del processo di riforma delle Camere di Commercio. Con l'avvio, nel mese di settembre del 2014, della discussione parlamentare relativa ai criteri generali della delega al Governo per il riordino dell'intera PA italiana, si è avviata la seconda fase della riforma. Si è aperta, quindi, una fase transitoria durante la quale le Camere di Commercio nelle more dell'approvazione della legge di riforma hanno in modo autonomo e volontario avviato un processo di autoriforma, caso unico nel panorama della pubblica amministrazione italiana, basato su accorpamenti di Camere di



Commercio tesi al raggiungimento di enti con una soglia dimensionale di almeno 75.000 imprese iscritte o annotate nel Registro delle imprese. Con legge n. 124/2015 è stata, quindi, approvata la delega al Governo in tema di riforma che all'art. 10 per quanto riguarda le Camere di Commercio prevede testualmente:

“1. Il Governo e' delegato ad adottare, entro dodici mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, un decreto legislativo per la riforma dell'organizzazione, delle funzioni e del finanziamento delle camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura, anche mediante la modifica della legge 29 dicembre 1993, n. 580, come modificata dal decreto legislativo 15 febbraio 2010, n. 23, e il conseguente riordino delle disposizioni che regolano la relativa materia. Il decreto legislativo e' adottato nel rispetto dei seguenti principi e criteri direttivi:

a) determinazione del diritto annuale a carico delle imprese tenuto conto delle disposizioni di cui all'articolo 28 del decreto-legge 24 giugno 2014, n. 90, convertito, con modificazioni, dalla legge 11 agosto 2014, n. 114;

b) ridefinizione delle circoscrizioni territoriali, con riduzione del numero dalle attuali 105 a non più di 60 mediante accorpamento di due o più camere di commercio; possibilità di mantenere la singola camera di commercio non accorpata sulla base di una soglia dimensionale minima di 75.000 imprese e unità locali iscritte o annotate nel registro delle imprese, salvaguardando la presenza di almeno una camera di commercio in ogni regione, prevedendo la istituibilità di una camera di commercio in ogni provincia autonoma e città metropolitana e, nei casi di comprovata rispondenza a indicatori di efficienza e di equilibrio economico, tenendo conto delle specificità geo-economiche dei territori e delle circoscrizioni territoriali di confine, nonché definizione delle condizioni in presenza delle quali possono essere istituite le unioni regionali o interregionali; previsione, fermo restando il predetto limite massimo di circoscrizioni territoriali, dei presupposti per l'eventuale mantenimento delle camere di commercio nelle province montane di cui all'articolo 1, comma 3, della legge 7 aprile 2014, n. 56, e, anche in deroga alle soglie dimensionali minime, nei territori montani delle regioni insulari privi di adeguate infrastrutture e collegamenti pubblici stradali e ferroviari; previsione di misure per assicurare alle camere di commercio accorpate la neutralità fiscale delle operazioni derivanti dai processi di accorpamento e dalla cessione e dal conferimento di immobili e di partecipazioni, da realizzare attraverso l'eventuale esenzione da tutte le imposte indirette, con esclusione dell'imposta sul valore aggiunto;

c) ridefinizione dei compiti e delle funzioni, con particolare riguardo a quelle di pubblicità legale generale e di settore, di semplificazione amministrativa, di tutela del mercato, limitando e individuando gli ambiti di attività nei quali svolgere la funzione di promozione del territorio e dell'economia locale, nonché attribuendo al sistema camerale specifiche competenze, anche delegate dallo Stato e dalle regioni, eliminando le duplicazioni con altre amministrazioni pubbliche, limitando le partecipazioni societarie a quelle necessarie per lo svolgimento delle funzioni istituzionali nonché per lo svolgimento di attività in regime di concorrenza, a tal fine esplicitando criteri specifici e vincolanti, eliminando progressivamente le partecipazioni societarie non essenziali e gestibili secondo criteri di efficienza da soggetti privati;

d) riordino delle competenze relative alla tenuta e valorizzazione del registro delle imprese presso le camere di commercio, con particolare riguardo alle funzioni di promozione della trasparenza del mercato e di pubblicità legale delle imprese, garantendo la continuità operativa del sistema informativo nazionale e l'unitarietà di indirizzo applicativo e interpretativo attraverso il ruolo di coordinamento del Ministero dello sviluppo economico;



e) definizione da parte del Ministero dello sviluppo economico, sentita l'Unioncamere, di standard nazionali di qualità delle prestazioni delle camere di commercio, in relazione a ciascuna funzione fondamentale, ai relativi servizi ed all'utilità prodotta per le imprese, nonché di un sistema di monitoraggio di cui il Ministero dello sviluppo economico si avvale per garantire il rispetto degli standard;

f) riduzione del numero dei componenti dei consigli e delle giunte e riordino della relativa disciplina, compresa quella sui criteri di elezione, in modo da assicurare un'adeguata consultazione delle imprese, e sul limite ai mandati, nonché delle unioni regionali, delle aziende speciali e delle società controllate; individuazione di criteri che garantiscano, in caso di accorpamento, la rappresentanza equilibrata negli organi camerali delle basi associative delle camere di commercio accorpate, favorendo il mantenimento dei servizi sul territorio; riordino della disciplina dei compensi dei relativi organi, prevedendo la gratuità degli incarichi diversi da quelli nei collegi dei revisori dei conti; definizione di limiti al trattamento economico dei vertici amministrativi delle camere di commercio e delle aziende speciali;

g) introduzione di una disciplina transitoria che tenga conto degli accorpamenti già deliberati alla data di entrata in vigore della presente legge;

h) introduzione di una disciplina transitoria che assicuri la sostenibilità finanziaria, anche con riguardo ai progetti in corso per la promozione dell'attività economica all'estero, e il mantenimento dei livelli occupazionali e che contempili poteri sostitutivi per garantire la completa attuazione del processo di riforma, anche mediante la nomina di commissari in caso di inadempienza da parte delle camere di commercio.

2. Il decreto legislativo di cui al comma 1 e' adottato su proposta del Ministro dello sviluppo economico, di concerto con il Ministro delegato per la semplificazione e la pubblica amministrazione e con il Ministro dell'economia e delle finanze, previa acquisizione del parere della Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, e del parere del Consiglio di Stato, che sono resi nel termine di quarantacinque giorni dalla data di trasmissione dello schema di decreto legislativo, decorso il quale il Governo può comunque procedere. Lo schema di decreto legislativo e' successivamente trasmesso alle Camere per l'espressione dei pareri delle Commissioni parlamentari competenti per materia e per i profili finanziari, che si pronunciano nel termine di sessanta giorni dalla data di trasmissione, decorso il quale il decreto legislativo può essere comunque adottato. Se il termine previsto per il parere cade nei trenta giorni che precedono la scadenza del termine previsto al comma 1 o successivamente, la scadenza medesima e' prorogata di novanta giorni. Il Governo, qualora non intenda conformarsi ai pareri parlamentari, trasmette nuovamente il testo alle Camere con le sue osservazioni e con eventuali modificazioni, corredate dei necessari elementi integrativi di informazione e motivazione. Le Commissioni competenti per materia possono esprimersi sulle osservazioni del Governo entro il termine di dieci giorni dalla data della nuova trasmissione. Decorso tale termine, il decreto può comunque essere adottato. 3. Entro dodici mesi dalla data di entrata in vigore del decreto legislativo di cui al comma 1, il Governo può adottare, nel rispetto dei principi e criteri direttivi e della procedura di cui al presente articolo, uno o più decreti legislativi recanti disposizioni integrative e correttive."

Ciò premesso, l'art. 10 chiarisce la portata dell'intervento riformatore. Infatti, il comma 1 precisa che l'ambito dell'intervento legislativo dovrà concentrarsi sugli aspetti dell'organizzazione, del riordino delle funzioni e, naturalmente, sul sistema di finanziamento. Per quanto riguarda gli aspetti organizzativi, appare chiaro che il legislatore intende intervenire sia sul sistema camerale nel suo complesso, attraverso la riduzione del numero delle circoscrizioni territoriali, la razionalizzazione degli organismi appartenenti al sistema camerale (unioni regionali, aziende



speciali, società in house) e delle partecipate, sia sui meccanismi di governance della singole camere di commercio, mediante la riduzione del numero dei componenti di Consigli e Giunte e l'introduzione di meccanismi di scelta dei consiglieri basati sulla consultazione delle imprese.

Per quanto riguarda le funzioni, inoltre, vengono confermate le attribuzioni di carattere amministrativo, tra cui la tenuta del registro delle imprese, mentre sembra profilarsi un ridimensionamento di quelle di carattere promozionale. In merito al sistema di finanziamento, l'art. 10 conferma il taglio del diritto annuale contenuto nell'art. 28 della legge n. 114/2014. I principi ai quali il Governo dovrà, poi, attenersi nell'adozione del decreto legislativo vengono specificati nelle lettere da a) a g) del primo comma dell'art. 8. Proprio in merito al diritto annuale, e in generale sul sistema delle fonti di finanziamento, la questione della sostenibilità delle Camere di Commercio sarà tutta incentrata sui meccanismi di determinazione, sulla base dei costi standard, dei diritti di segreteria e delle tariffe applicati ai servizi a richiesta individuale, il cui gettito, almeno in parte, dovrebbe compensare il minor introito da diritto annuale. Anche la norma che prevede la riduzione del numero delle Camere dalle 105 attuali alle 60 a regime, è ispirata alla logica di creare le condizioni strutturali per enti più efficienti e meno costosi.

Nel corso della seduta del Consiglio dei Ministri del 26 agosto 2016, il Governo in attuazione della delega di cui all'art. 10 della legge n. 124/2015 ha quindi varato lo schema di decreto legislativo.

Successivamente, un nuovo schema di decreto è stato adottato dal Consiglio dei ministri nella seduta del 9 novembre scorso, a seguito dell'acquisizione dei prescritti pareri del Consiglio di Stato, della Conferenza Unificata e delle Commissioni parlamentari competenti.

Infine, è stato approvato il testo definitivo, con il decreto legislativo del 25 novembre 2016 n. 219 "Attuazione della delega di cui all'articolo 10 della legge 7 agosto 2015, n. 124, per il riordino delle funzioni e del finanziamento delle camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura.", pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale (GU Serie Generale n.276 del 25-11-2016).

Del nuovo decreto si propone solo la parte riguardante la nuova formulazione dell'art. 2 della 580/90 in tema di funzioni:

Le camere di commercio, singolarmente o in forma associata, nell'ambito della circoscrizione territoriale di competenza, svolgono le funzioni relative a:

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

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

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

d) sostegno alla competitività delle imprese e dei territori tramite attività d'informazione economica e assistenza tecnica alla creazione di imprese e start up, informazione, formazione,



supporto organizzativo e assistenza alle piccole e medie imprese per la preparazione ai mercati internazionali nonché collaborazione con ICEAgenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, SACE, SIMEST e Cassa depositi e prestiti, per la diffusione e le ricadute operative alivello aziendale delle loro iniziative; sono in ogni caso escluse dai compiti delle Camere di commercio le attività promozionali direttamente svolte all'estero;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

3) dopo il comma 2 è aggiunto il seguente:

“2-bis. Fermo restando quanto previsto dall'articolo 18, comma 3, per le attività di cui al comma 2, lettere a), b), c), d), e), numeri 2), 3), 4), g) non possono essere richiesti oneri aggiuntivi alle imprese al di fuori dei diritti di segreteria di cui all'articolo 18.”;



IL CONTESTO ESTERNO: PROFILO SOCIO-ECONOMICO DELLA PROVINCIA DI SALERNO

La conoscenza del territorio, attraverso l'approfondimento delle caratteristiche della struttura socio-economica, con particolare attenzione alla realtà imprenditoriale e occupazionale, è essenziale per avviare una consapevole programmazione a beneficio del territorio medesimo.

Tratteggiare il profilo sociale ed economico-statistico della provincia di Salerno richiede, innanzitutto, di operare un cambiamento concettuale: non è più possibile procedere solo mediante l'adozione di indicatori macroeconomici, ma è necessario rifarsi ad un insieme articolato di dimensioni e tematiche, come ad esempio lavoro e formazione, internazionalizzazione, cultura e turismo, che ne definiscono le linee di sviluppo attuale ma che rappresentano anche e soprattutto fondamento degli asset strategici per la progettazione di nuovi percorsi di crescita e di rilancio del sistema locale nei prossimi anni.

Risulta poi necessario anche un cambiamento di prospettiva, per affrontare e superare la complessità dell'attuale situazione congiunturale che porta con sé gli strascichi di una crisi economica e sociale perdurante e che ha reso alquanto aleatoria la proiezione di scenari di sviluppo futuri. A ciò si associa una quotidiana trasformazione strutturale del territorio, atteso che lo stesso è parte di un sistema geografico, sociale ed economico ben più complesso e interdipendente, e solo grazie al confronto territoriale è possibile analizzare e comprendere le dinamiche di sviluppo locali attuali e progettare ipotesi future.

LO SCENARIO NAZIONALE¹

Tra il 2015 e il 2016, l'economia mondiale ha risentito delle tensioni e delle incertezze del quadro politico internazionale e la sua crescita si è rivelata, quindi, più fragile e più carica di incognite in confronto alle aspettative. Una serie di fattori sta concretizzando, anche nelle aree geo-economiche considerate più dinamiche, la temuta stagnazione: rallentamento e invecchiamento demografici, minori guadagni di produttività generati dalle attuali innovazioni, dispersione di capitale umano a causa dell'alta disoccupazione, ridotto tasso di accumulazione del capitale, fisiologico rallentamento dei paesi emergenti (Cina in testa), strisciante protezionismo.

In tale contesto di accresciuta turbolenza globale, l'economia italiana presenta una debolezza superiore all'atteso. Secondo le previsioni, il 2016 rischia di chiudersi con una crescita del Pil più contenuta rispetto alle aspettative e compresa tra +0,7% e +0,8%, mentre le attese per il prossimo anno vedono un incremento di poco superiore al mezzo punto percentuale, a causa di una domanda interna che stenta ancora a decollare.

Tutto questo fa riemergere con forza la questione del divario di crescita tra l'Italia e gli altri paesi europei, che pure in media non sono brillanti. Nel medio termine, la crescita italiana è risultata più lenta dei nostri competitors: tra 2000 e 2015 il Pil italiano è sceso dello 0,5%, quelli tedesco e francese sono aumentati del 18% e lo spagnolo del 24%.

In questo panorama emergono comunque segnali positivi, il registro imprese delle CCAA segnala un ritorno del ritmo di crescita ai livelli pre-crisi del 2007 (+0,75%), le esportazioni verso i mercati europei segnato una percentuale positiva (+2,1% su base annua), gli occupati sono aumentati di 770mila dal punto minimo dell'estate 2013 ed il tasso di occupazione è tornato ai livelli di metà 2009 e negli ultimi mesi anche la disoccupazione giovanile sembra vedere una riduzione.

TERRITORIO E POPOLAZIONE

La provincia di Salerno si estende su una superficie di 4.954 kmq e comprende 158 comuni con una popolazione di oltre 1,1 milioni di abitanti, di cui oltre la metà residente nei soli 14 comuni

¹ Unioncamere – Programma di attività per l'anno 2017



della provincia che presentano almeno 20mila abitanti. L'andamento demografico degli ultimi anni si caratterizza per una dinamica positiva, determinata soprattutto dalla popolazione straniera che si è attestata sulle 5.000 unità, rappresentando il 4,6% della popolazione complessiva. Il tasso naturale - dato dal saldo fra nascite e morti, rapportato ai residenti - resta invece negativo, pesando su di esso la ridotta natalità ed il conseguente invecchiamento della popolazione. Solo nel corso del 2015 è stato registrato un leggero calo complessivo del numero dei residenti, analogamente a quanto emerso a livello nazionale.

LE CARATTERISTICHE DELLA RICCHEZZA

L'andamento dell'economia di un territorio può essere esaminato analizzando la produzione di ricchezza, misurabile attraverso il PIL, che rappresenta l'indicatore della produzione finale, o il valore aggiunto che si differenzia dal primo per essere contabilizzato al netto delle imposte indirette e sui prodotti; l'osservazione del valore aggiunto consente di compiere analisi per settori e branche di attività fornendo, quindi, un quadro d'insieme più dettagliato.

Nel territorio della provincia di Salerno è stata generata ricchezza, nel 2014, per 16,6 miliardi di euro, ossia circa il 18,9% del totale complessivamente prodotto in regione nello stesso periodo di riferimento. La sua produzione deriva soprattutto dal comparto degli altri servizi che da solo genera oltre il 53,7% del valore aggiunto provinciale. Segue per importanza il comparto del commercio, turismo, comunicazione e informazione che produce oltre 3 miliardi di euro di valore aggiunto, ovvero il 23,9% del totale. Complessivamente quindi il 77,6% del valore aggiunto del territorio proviene dal terziario; si tratta di un terziario "misto" in cui accanto ai servizi tradizionali alla persona (commercio, turismo, sanità, servizi sociali, attività culturali e di intrattenimento) sono presenti numerose attività del cosiddetto terziario avanzato o "di sistema" (credito, assicurazioni, trasporti e logistica, informatica e innovazione), che hanno un ruolo molto importante per il supporto che forniscono non solo alle imprese ma all'intero sistema economico.

All'interno del terziario si inserisce anche il valore aggiunto prodotto dalla Pubblica Amministrazione che a Salerno, al pari del Mezzogiorno, presenta un peso particolarmente elevato, contribuendo per circa un quinto alla produzione di ricchezza del territorio.

Decisamente più contenuto è il contributo dell'industria in senso stretto che pesa per l'11,5% ed è concentrato in larga misura in attività manifatturiere tradizionali ma di elevata qualità.

Il terzo settore in termini di contributo alla produzione di valore aggiunto è quello dell'edilizia (il 6,3%) che ha registrato nel decennio precedente alla crisi una crescita particolarmente sostenuta, trainata dagli investimenti nel mercato immobiliare e nelle opere pubbliche, con effetti positivi in termini di dimensioni del tessuto imprenditoriale e ricadute occupazionali.

L'ultimo comparto in termini di contributo alla produzione di valore aggiunto è l'agricoltura che, nonostante presenti apparentemente un peso contenuto (il 4,6%), ha un ruolo molto importante per i suoi "legami" con numerosi comparti dell'industria (alimentare, chimico, meccanica, ecc.) e del terziario (turismo enogastronomico, ristorazione, ecc.).



Valore aggiunto a prezzi correnti per settore di attività - Provincia di Salerno - Anno 2014

Agricoltura, silvicoltura e pesca	Industria in senso stretto	Costruzioni	Commercio, Trasporti, Alloggio e ristorazione, Informazione e comunicazione	Altri servizi	Totale
<i>valori in milioni di euro</i>					
771	1.912	1.045	3.989	8.944	16.662
<i>incidenza %</i>					
4,6%	11,5%	6,3%	23,9%	53,7%	100,0%

Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Istat

Inoltre, secondo le stime, il valore aggiunto nel 2015 si attesta a circa 16,9 miliardi di euro, permettendo di conseguire rispetto al 2014, un incremento del +1,2%. In questo contesto è opportuno sottolineare che i dati sono espressi in termini correnti, motivo per il quale incorporano l'andamento dei prezzi al consumo che è stato tuttavia particolarmente contenuto nel corso del 2015: 0,1% in Italia e 0,3% in Campania. La variazione effettiva, valutata in valori costanti, risulta, quindi leggermente più modesta mantenendo comunque il segno positivo.

La produzione della ricchezza provinciale è creata per la gran parte dal tessuto di piccole imprese localizzate sul territorio: a concorrere sono infatti per quasi il 70% (l'analogo dato nazionale è di circa il 61%) le imprese con meno di 50 addetti, mentre il 10% è prodotto da quelle con 50-249 addetti e il 20% da quelle con oltre 250 addetti.

In termini di valore medio per abitante di ricchezza prodotta, la provincia presenta un valore pari a oltre 15,2mila euro, che la colloca al 93^a posto nella classifica delle province italiane per valore aggiunto pro capite.

Valore aggiunto ai prezzi correnti procapite Anni 2014-2015.

Valori in euro

	Anno 2014	Anno 2015
Salerno	15.051,52	15.224,87
Campania	15.061,30	15.214,74
Italia	15.900,10	16.047,01

Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Istat

Da segnalare che all'interno della provincia si registrano significative differenze su tale valore medio in relazione alle specifiche caratteristiche territoriale, basti pensare che a fronte di un valore aggiunto per abitante nei comuni litoranei pari a 19,5mila euro si registra un valore di circa 13mila euro in quelli non litoranei.

IL SISTEMA IMPRENDITORIALE E LE NUOVE FRONTIERE DELL'IMPRENDITORIA

Il sistema imprenditoriale salernitano è costituito, a fine 2015, da oltre 119mila imprese registrate, delle quali quasi 100mila attive. Il comparto che conta il più alto numero di imprese è il commercio, con quasi 37mila imprese, seguito dall'agricoltura (oltre 17mila), dall'edilizia (13,5mila) e dal manifatturiero (quasi 10mila). Da segnalare anche il comparto relativo ai servizi di alloggio e ristorazione (9,3 mila) che testimonia l'elevata vocazione turistica di alcune aree



della provincia e l'industria alimentare che rappresenta il primo comparto manifatturiero per numero di imprese.

Totale imprese per settori di attività economica - Provincia di Salerno
Valori assoluti e variazioni percentuali - Anno 2015

SETTORI DI ATTIVITA'	Stock registrate al 31.12.2015	Quota del settore sul totale (%)	Variazione dello stock Anno 2015
Agricoltura, silvicoltura pesca	17.364	14,5%	-1,1%
Estrazione di minerali da cave e miniere	57	0,0%	1,8%
Attività manifatturiere	9.943	8,3%	0,6%
Fornitura di energia elettrica, gas, vapore	112	0,1%	17,9%
Fornitura di acqua; reti fognarie	259	0,2%	5,3%
Costruzioni	13.524	11,3%	0,6%
Commercio	36.786	30,8%	1,0%
Trasporto e magazzinaggio	3.526	3,0%	1,0%
Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	9.334	7,8%	4,3%
Servizi di informazione e comunicazione	2.027	1,7%	1,8%
Attività finanziarie e assicurative	2.038	1,7%	0,9%
Attività immobiliari	1.825	1,5%	5,3%
Attività professionali, scientifiche e tecniche	2.475	2,1%	3,9%
Noleggio, agenzie di viaggio, servizi alle imprese	2.841	2,4%	3,8%
Istruzione	620	0,5%	2,0%
Sanità e assistenza sociale	850	0,7%	4,6%
Attività artistiche, sportive, di intrattenimento	1.663	1,4%	2,6%
Altre attività di servizi	4.184	3,5%	1,3%

Fonte: Infocamere, Movimprese - Elab. Ufficio Studi - Osservatorio Economico - CClAA Salerno

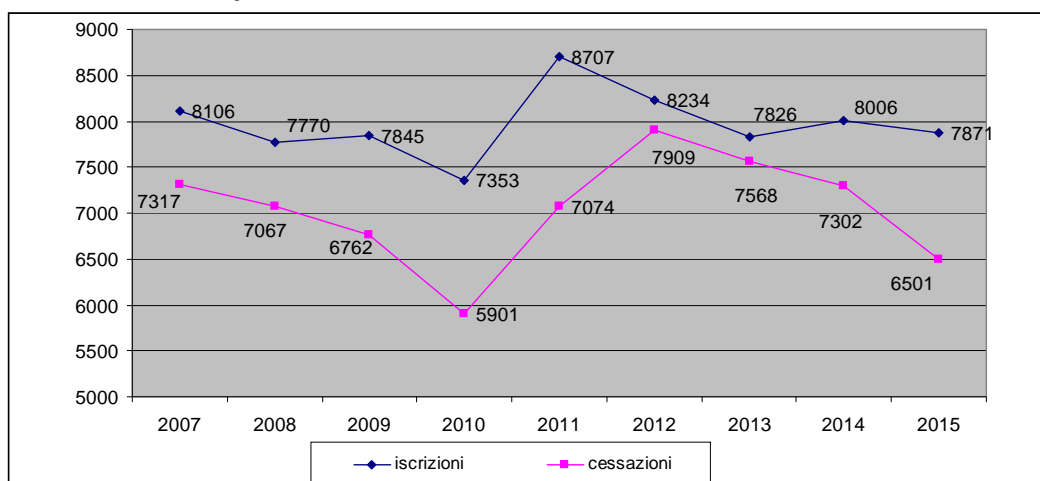
Dal punto di vista territoriale, la presenza di un territorio molto vasto ed eterogeneo nella sua morfologia e la frammentazione comunale hanno condizionato il modello di sviluppo e le vocazioni economiche. Il terziario, pur essendo molto presente sull'intero territorio provinciale, è più sviluppato nel Capoluogo e sul litorale, dove incide la elevata attrattività turistica. Nelle aree di Nocera Inferiore-Gragnano, in quella di Buccino e intorno al fiume Sarno sono presenti concentrazioni manifatturiere di rilievo, mentre l'area di nocerino-sarnese, la Piana del Sele, le aree collinari del Cilento e della Valle di Diano presentano una maggiore vocazione agricola.

In termini dinamici, va evidenziato che la provincia di Salerno si è distinta per aver sempre conseguito, anche negli anni in cui più intensa è stata la crisi, un bilancio demografico imprenditoriale positivo, come evidenziato dal grafico che segue, che sintetizza l'andamento delle iscrizioni e cessazioni per ciascun anno a partire dal 2007.

In particolare risulta migliorare il saldo imprenditoriale nel 2015 (dato dalla differenza tra le imprese iscritte e quelle cessate) che si attesta su un incremento di 1.370 imprese, circa il doppio di quanto si era registrato nell'anno precedente (era 704 il saldo imprenditoriale del 2014) che rappresenta un tasso di crescita dell'1,2%, a fronte dello 0,6% dello scorso anno. Analogamente all'andamento nazionale, anche il tessuto imprenditoriale salernitano ritorna a un ritmo di crescita delle imprese pre-crisi; negli anni a partire dal 2007, infatti, il tasso di crescita dell'imprenditoria salernitana, seppur positivo, non ha superato l'1% con la sola eccezione del periodo 2010-2011. Anche l'andamento registrato nei primi sei mesi del 2016 conferma la tendenza descritta, assestandosi su una crescita pari allo 0,5%.



Numero imprese iscritte e cessate – Salerno – anni 2007-2015



Le variazioni registrate nel 2015 confermano il processo di trasformazione del sistema produttivo in atto da alcuni anni, che investe non solo i settori di attività ma anche la struttura e l'organizzazione del sistema imprenditoriale. Da un lato si accentua la presenza di imprese soprattutto del commercio e dei servizi, con una trasformazione anche all'interno dello stesso manifatturiero di graduale passaggio verso attività a più alto valore aggiunto, dall'altro si registra un aumento delle aziende costituite in forme societarie più organizzate, che evidenziano la tendenza dei nuovi imprenditori ad unire le risorse umane e finanziarie per aumentare il livello di competitività.

Per quanto riguarda le forme giuridiche continuano a presentare un tasso di crescita negativo le imprese individuali (-0,5%) determinato da un saldo tra iscrizioni e cessazioni di -339 imprese. Negativo anche l'andamento delle società di persone (-0,3%).

Risulta invece confermata la crescita delle società di capitale che presentano la crescita più significativa (6,5%), anche maggiore di quella rilevata nell'anno precedente (era +5,8% il tasso di crescita del 2014). Da evidenziare che oltre la metà delle società di capitale nate nell'anno, risulta costituita nella forma giuridica di Srl semplificata, ovvero quelle srl che possono essere costituite senza un capitale sociale iniziale e con modiche spese notarili.

Complessivamente le società di capitale rappresentano ora il 22% del tessuto imprenditoriale salernitano, mentre erano solo il 13% dieci anni fa.

Il numero di start-up innovative, così come definite dal decreto legislativo 179 del 2012, ammonta nella provincia di Salerno a 64 (ad aprile 2016). Dopo il capoluogo di regione, la provincia di Salerno rappresenta l'area con il maggior numero di imprese che soddisfano queste caratteristiche. A dispetto di quanto si evidenzia per la media regionale, nella provincia di Salerno le imprese registrate nella sezione delle start-up innovative quasi si equivalgono tra imprese a conduzione femminile e quelle a conduzione giovanile. Sotto il profilo settoriale, le imprese salernitane registrate nella sezione delle start-up innovative, operano quasi esclusivamente nel comparto degli altri servizi.

Per completare il quadro relativo al tessuto imprenditoriale della provincia, si deve analizzare inoltre un importante strumento normativo: il contratto di rete. Esso rappresenta un istituto legislativo, introdotto nel 2009, che consente di attuare un modello di collaborazione tra imprese differenti, permettendo di realizzare progetti e obiettivi condivisi, pur garantendo il rispetto dell'autonomia e indipendenza di ogni azienda che vi partecipa. La sua stipulazione è pertanto strategica per l'accrescimento della capacità innovativa e competitività delle imprese e dei



territori. Nella provincia di Salerno, sono 270 i soggetti che al primo trimestre 2016, secondo i dati di fonte Infocamere, aderiscono a un contratto di rete. Rispetto alle altre province campane, si evidenzia una maggiore diffusione dello strumento in termini settoriali. Nello specifico, un quarto di questi sono contratti nel comparto degli altri servizi, seguono oltre 50 sia nelle attività della ricettività turistica e ristorazione che nell'industria manifatturiera.

Accanto alla vivacità del tessuto imprenditoriale, è interessante comprendere la capacità dello stesso di sopravvivere, si tratta in sostanza di esaminare se le attività di più recente nascita riescano a rimanere operative negli anni successivi o se, viceversa, chiudano ben presto i battenti. Così come è interessante comprendere se tale capacità di sopravvivenza sia differente a seconda della forma giuridica scelta per l'esercizio dell'attività.

Alla data del 31.12.2015 è possibile esaminare la sopravvivenza delle imprese nate nell'ultimo triennio (2012-2013-2014). Complessivamente risultano sopravvivere il 63% delle imprese nate nel 2012, il 68% di quelle nate nel 2013 e il 72% di quelle nate nel 2014. Le società di persone sono quelle che risultano avere la minore capacità di sopravvivenza; con riferimento a ciascun anno osservato, infatti, riesce a sopravvivere solo una, ogni due società di persone di nuova iscrizione. Presentano valori migliori, seppur con un andamento diverso, le ditte individuali e le società di capitali; sul fronte dell'imprenditoria individuale, risulta alta la sopravvivenza del brevissimo periodo (77% delle imprese nate l'anno precedente), mentre si perdono quasi 14 punti percentuali quando il periodo di riferimento diventa più ampio (risultano sopravvivere a fine 2015 il 63% delle imprese nate tre anni prima).

Al contrario le società di capitali, perdono poco più di due punti percentuali quando si amplia il periodo di riferimento, segnando una sopravvivenza alta a tre anni, pari al 67%. In altre parole ogni n.3 società di capitali nate tre anni fa, ne risultano operative n.2 a fine 2015. Tale dato è ancora più significativo se confrontato con la minore capacità di sopravvivenza delle società di capitali del territorio campano (60% il tasso) e nazionale (63%).

APERTURA AI MERCATI INTERNAZIONALI

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

Il sistema imprenditoriale salernitano è da sempre caratterizzato da una spiccata propensione al commercio estero. La provincia di Salerno ha esportato, nel 2015, secondo i dati di fonte Istat, oltre 2,2 miliardi di euro, contribuendo alla commercializzazione di quasi un quarto del totale delle esportazioni campane che ammontano complessivamente 9,7 miliardi euro; si tratta della seconda provincia campana, dopo Napoli, per valore delle merci esportate sui mercati internazionali. Con poco meno di 2 miliardi di euro di valore di merci importate, la bilancia commerciale della provincia di Salerno è l'unica tra le province campane ad essere in attivo (+332 milioni di euro).

Valore delle esportazioni e importazioni - Salerno - Anni 2014-2015			
	2014	2015	2015/2014
Export (€)	2.215.973.934	2.255.761.438	1,8%
Import (€)	1.777.967.519	1.923.707.583	8,2%

Fonte: Istat, Coeweb - Elab. Ufficio Studi e supporto strategico CCIAA Salerno

Dal punto di vista settoriale, a contribuire alle esportazioni salernitane è soprattutto il comparto alimentare che da solo permette di allocare sui mercati esteri merci per un valore di oltre 1,1



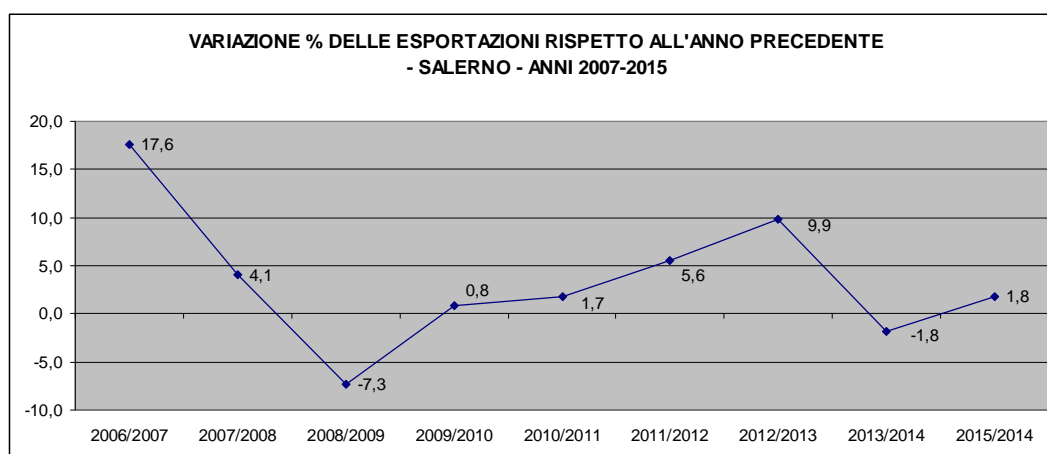
miliardo di euro, ovvero il 50,3% del totale delle esportazioni locali. Segue per valore delle merci esportate nel 2015 il comparto metalmeccanico ed elettronico che, con 543 milioni di euro esportati nel 2015, contribuisce per oltre un quarto alle esportazioni salernitane.

Esportazioni per capitolo merceologico delle merci. Anno 2015.	
Valori assoluti (€) e composizione % sul totale export	
Agricoltura	193.780.001 8,6
Alimentare	1.134.169.784 50,3
Sistema moda	60.743.453 2,7
Legno/carta	42.512.258 1,9
Chimica gomma plastica	185.702.890 8,2
Metalmeccanica ed elettronica	543.173.791 24,1
Altro Industria	95.679.261 4,2
Totale	2.255.761.438 100,0

Fonte: Elab. Istituto G. Tagliacarne su dati Istat

Il principale mercato di sbocco dei prodotti salernitani è l'Europa che assorbe complessivamente il 65,8% delle esportazioni; all'interno del Vecchio Continente è l'Unione Europea ad assumere il peso più rilevante (60,6%) per effetto di una maggiore vicinanza fisica e culturale, all'eliminazione delle barriere e all'utilizzo nella maggior parte dei casi della moneta unica. Al di fuori dell'Europa, la principale area di destinazione è l'Africa (12,8%), seguita dall'Asia (10,2% tra Medio Oriente e altri Paesi asiatici) e dall'America Settentrionale (6,6%), mentre marginale è il peso dell'America Centro-Meridionale (2,3%) e dell'Oceania (2,2%). La distribuzione delle esportazioni salernitane per area di destinazione ricalca in grandi linee quella media nazionale, evidenziando una similitudine dei processi di internazionalizzazione dei sistemi economici.

La dinamica delle esportazioni salernitane nel medio periodo, rispecchia l'andamento dell'economia internazionale, evidenziando un andamento molto positivo negli anni precedenti alla crisi, un rallentamento nel 2008, una contrazione nel 2009 e una ripresa negli anni successivi ad eccezione del 2014. Da segnalare che alla fine del primo semestre 2016 le esportazioni della provincia di Salerno registrano una variazione del -5,1% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.



Nonostante l'andamento positivo delle produzioni locali sui mercati esteri, il contributo delle esportazioni di merci alla formazione del valore aggiunto provinciale risulta ancora modesto, dato che si colloca intorno al 13%, contro un dato medio nazionale superiore al 28%. Ciò dipende essenzialmente sia dalla spiccata terziarizzazione dell'economia, basti pensare che i servizi assorbono complessivamente circa i 3/4 dell'occupazione e del prodotto lordo, sia dalla frammentazione del settore industriale, nel quale continuano a prevalere imprese di piccola e piccolissima dimensione che incontrano maggiori difficoltà ad affrontare il mercato estero.

SCOLARIZZAZIONE E MERCATO DEL LAVORO

Dalla dimensione demografica del territorio salernitano è possibile ricavare elementi di contesto utili alla lettura delle dinamiche occupazionali. Se si considera il peso della componente anziana rispetto a quella giovanile della popolazione, si rileva lo sbilanciamento demografico che determina una contrazione della partecipazione delle classi più giovani all'interno del mercato del lavoro.

Osservando l'indice di vecchiaia (rapporto tra la popolazione con età superiore ai 64 anni e quella di età inferiore ai 15 anni), si nota nella provincia di Salerno un valore pari al 137,9%, inferiore rispetto alla media nazionale (157,7%), ma che risulta comunque elevato, evidenziando uno sbilanciamento della popolazione salernitana verso fasce demografiche più anziane.

Oltre all'indice di vecchiaia è importante utilizzare l'indice di ricambio della popolazione attiva, calcolato come rapporto tra la popolazione di età compresa tra i 60 e i 64 anni e quella di età compresa tra i 15 e i 19. Si tratta di un indicatore che fornisce una misura del rapporto tra la popolazione potenzialmente in uscita e quella in entrata nel mercato del lavoro e che permette di comprendere quanto l'invecchiamento della popolazione gravi sul sistema economico e sociale di un territorio. La popolazione attiva è tanto più giovane, tanto più i valori dell'indicatore si attestano al di sotto del 100. La provincia di Salerno mostra un indice di ricambio che risulta pari, al 2014, al 109,6%, un valore che, sebbene superiore al 100, risulta inferiore alla media nazionale, dove il medesimo indicatore raggiunge quota 126,8%, fotografando anche in questo caso una situazione migliore in provincia ma di non sufficiente ricambio generazionale.

Passando ai processi di istruzione da parte della collettività, va rilevato che in provincia di Salerno si registra un progressivo aumento delle persone con un diploma di laurea, salite in 5 anni di oltre 2mila unità, passando da 119,6mila a oltre 122mila (+2,1%); a tale proposito è opportuno evidenziare come il numero di cittadini con un elevato titolo di studio sia destinato a crescere non solo per effetto della crescente partecipazione della popolazione giovanile ai percorsi di istruzione universitaria, ma anche per effetto dei processi di ricambio generazionale nei quali i giovani laureati tendono a "sostituire" gli anziani che difficilmente presentano un elevato titolo di studio.

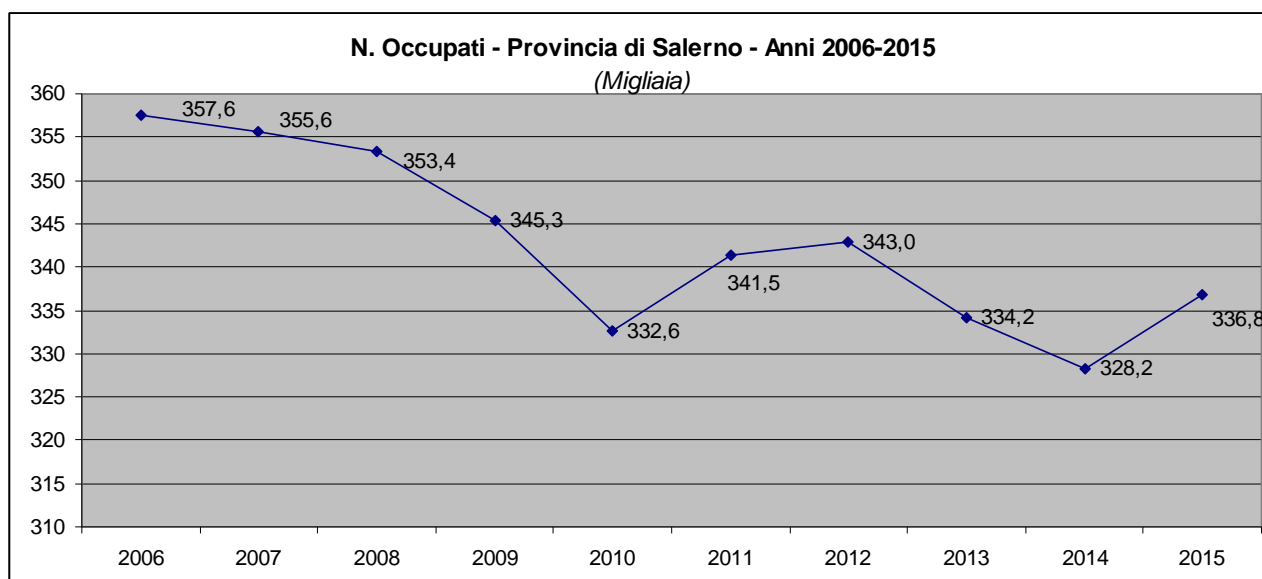


Particolarmente interessante è la quota della popolazione con una laurea rispetto alla popolazione residente con 25 anni e oltre che risulta pari al 14,9%, un dato che non solo è superiore al Mezzogiorno (12,2%) e alla media nazionale (14,3%), ma è anche il miglior risultato tra le province campane.

Anche esaminando il numero medio di anni di studio della popolazione residente, pari nel 2015 a 9,90, la provincia di Salerno conferma il livello medio di istruzione più alto rispetto alle altre province campane. Tale valore risulta in costante crescita per effetto dell'allungamento dei percorsi di istruzione da parte dei giovani rispetto alle generazioni precedenti: nel corso degli ultimi 10 anni la media della durata del percorso di istruzione è salita di quasi un anno, seguendo un andamento che ha caratterizzato l'intero territorio nazionale.

Al di là dei percorsi di istruzione il mercato del lavoro ha registrato nel corso degli ultimi anni alcune difficoltà risentendo degli effetti della crisi economica, con una riduzione dell'occupazione a livello nazionale fino al 2013 e una nuova ripresa nel corso dell'ultimo biennio. In provincia di Salerno trovano impiego, nel 2015, 337 mila individui, di cui 210 mila uomini e 127 mila donne. Dal punto di vista dinamico, rispetto al 2014, dove gli occupati erano pari a 328 mila (9 mila posti di lavoro in più) si assiste ad un incremento del +2,6%; a livello di genere, la componente maschile cresce del +2,8%, mentre quella femminile del +2,3%, evidenziando un processo di crescita più equilibrato di altre province secondo tale punto di vista.

Tale equilibrio si manifesta anche dal punto di vista settoriale in quanto solo l'industria in senso stretto perde occupati nel 2015 (-4,2%); gli altri settori mostrano tutti una crescita della forza lavoro impiegata (agricoltura +11,9%, costruzioni +21,2%, commercio, ricettività +1%, altri servizi +1,9%). Va ricordato che l'elevata vocazione terziaria della provincia salernitana, già indicata, viene confermata dalla distribuzione degli occupati per settore di attività, con quasi 248 mila lavoratori impegnati nei servizi (pari al 73,5% a fronte del 69,6% nazionale). Decisamente più contenuto è il peso dell'industria che conta quasi 43,6mila occupati, pari al 12,9% dell'occupazione provinciale, un dato inferiore alla media nazionale (20,1%) e regionale (13,8%).





L'andamento delle variabili osservate e le dinamiche demografiche condizionano i principali indicatori del mercato del lavoro. In particolare il tasso di occupazione (15-64 anni) risulta inferiore al 50%, il che evidenzia come le persone occupate siano meno di una ogni due in età attiva, attestandosi al 45,1%, molto distante dalla media nazionale (56,3%). Una situazione analoga si rileva anche per il tasso di attività, confermando la correlazione esistente tra dimensione della domanda e dell'offerta di lavoro. Le difficoltà che caratterizzano il mercato del lavoro locale si ripercuotono ovviamente anche sul tasso di disoccupazione pari a 16,6%, un valore nettamente più basso di quanto si evidenzia per la media regionale (19,8%), ma superiore di oltre 5 punti percentuali rispetto alla media nazionale (11,9%). La disoccupazione giovanile (15-24 anni) si attesta al 50,8%; sebbene molto elevata (oltre 10 punti percentuali al di sopra della già consistente media nazionale), risulta inferiore al valore campano (52,7%).

Il mercato del lavoro - Principali indicatori (%) - Anno 2015			
	Salerno	Campania	Italia
Tasso di attività (15-64 anni)	54,2	49,5	64,0
Tasso occupazione (15-64)	45,1	39,6	56,3
Tasso disoccupazione	16,6	19,8	11,9
Tasso disoccupazione giovanile (15-24 anni)	50,8	52,7	40,3

Fonte: Istat

L'analisi congiunta dei principali indicatori del mercato del lavoro sebbene consentano di rilevare per la provincia di Salerno una situazione complessivamente più favorevole rispetto alla media regionale, evidenziano il permanere di elevate difficoltà, con inevitabili effetti diretti e indiretti di natura economica e sociale.

STRUTTURA E DINAMICHE TURISTICHE – IL PATRIMONIO CULTURALE

La provincia di Salerno si distingue per un elevato grado di attrattività turistica. La dotazione ricettiva può contare su n. 2050 esercizi ricettivi e quasi 82,8mila posti letto. Un'offerta, in termini di posti letto, superiore persino alla provincia di Napoli da sempre considerata la principale meta del turismo campano. Tale risultato scaturisce da una forte presenza in provincia della ricettività complementare che rappresenta oltre la metà del totale regionale in termini di posti letto.

Per quanto riguarda la composizione dell'offerta ricettiva salernitana va evidenziato che il segmento complementare corrisponde al 74% delle strutture e il 55% dei posti letto della provincia, mentre continua a risultare meno rilevante l'offerta alberghiera con il 45% dei posti letto totali, a fronte di quasi il 60% regionale.

Nell'ultimo anno il numero di esercizi ricettivi aumenta a Salerno del 12,6%, mentre si contrae il numero di posti letto (-5,4%) analogamente a quanto accade nel territorio regionale. E' il segmento della ricettività complementare quello che da un lato registra una maggiore vivacità in termini di incremento delle strutture (15,3%) e dall'altro riduce il numero di posti-letto (-19,5%). Ciò fa dedurre che tale settore stia crescendo grazie a



piccole o micro-strutture ricettive, più duttili ed adatte, anche per i minori costi fissi, a rispondere alle esigenze di un turista con minori disponibilità economiche.

L'offerta alberghiera salernitana, invece, cresce sia in termini di strutture (5,5%) che in termini di posti letto (20%), in controtendenza con l'andamento regionale, determinato dalla contrazione della dotazione alberghiera registrata dalla provincia di Napoli, facendo rilevare a Salerno spazi di espansione per un turismo tradizionale.

Gli indicatori turisti provinciali, riferiti all'anno 2014, evidenziano positive performance dall'offerta ricettiva locale, in particolare rispetto al turismo di qualità e alla elevata capacità di spesa; infatti la qualità dell'offerta ricettiva alberghiera è di tipo medio alto, considerando che le strutture con 4 stelle e più rappresentano il 41% dell'offerta totale di posti letti, in linea con le caratteristiche della struttura alberghiera regionale che presenta la metà dei posti letti alberghieri in tali strutture. Da segnalare anche l'indice di permanenza media provinciale (4,4 giorni), superiore al risultato italiano nel suo complesso (3,9 giorni).

Risulta in linea con la crescita delle strutture ricettive, l'andamento dei flussi turistici: Salerno registra, nel 2014, oltre 1,2 milione di arrivi e quasi 5,5 milioni di presenze, che corrispondono rispettivamente al 27% degli arrivi totali regionali e ad oltre il 30% delle presenze. Si tratta di un flusso in crescita del 14,3% in termini di arrivi e del 4,3% in termini di presenze, che rappresenta la migliore performance regionale.

Appaiono in ripresa soprattutto gli afflussi di turisti italiani (18,3% in più di arrivi e 5,1% di presenze) e la componente alberghiera (in crescita del 16,9% degli arrivi e del 7,2% delle presenze). In merito al primo aspetto va evidenziato come la componente italiana, che rappresenta ben i due terzi del turismo della provincia, sia risultata quella maggiormente coinvolta nel calo di turisti registrato negli scorsi anni, conseguenza del declino dei consumi interni determinato dalla crisi economica del nostro Paese. Sul secondo ha invece contribuito il trend di trasformazione degli stili di consumo verso soggiorni che prediligono la qualità del pernottamento piuttosto che la durata e la maggiore ripercussione degli effetti della crisi sulla capacità di spesa turistica per le categorie di reddito inferiore.

Secondo i dati di fonte Banca d'Italia, nel 2015 sono 504 mila i turisti stranieri arrivati in provincia di Salerno. Nonostante una flessione registrata in termini congiunturali nel numero di arrivi stranieri pari al -4,7% rispetto al 2014, dal 2011 si è registrato un incremento del numero di turisti stranieri pari ad oltre 65mila arrivi in più.

Complessivamente questo porta nella provincia di Salerno un ammontare di risorse monetarie pari a 342 milioni di euro che corrispondono alle spese effettuate dai turisti stranieri sul territorio e che registrano, rispetto al 2014, un incremento del +10%.

Quando si parla, invece, di Sistema Produttivo Culturale e Creativo si fa riferimento ad una pluralità di attività di produzione e di servizi connessi con la valorizzazione del patrimonio culturale del nostro Paese e delle sue declinazioni territoriali (*vedi rapporto Unioncamere – Symbola “Io sono cultura 2016”*). In questo vasto e articolato sistema coesistono attività diverse che spaziano dall'artigiano artistico, al design, alla produzione letteraria, musicale e cinematografica, alla gestione, conservazione e valorizzazione di siti archeologici, musei, biblioteche, etc.. Vengono poi incluse anche tutte le attività economiche non strettamente riconducibili alla dimensione culturale ma caratterizzate da strette sinergie con il settore (c.d. imprese Creative driven).

L'inclusione di tali attività nasce dall'esigenza di tener conto del processo di culturalizzazione in atto in molti settori produttivi dato dall'impiego di professioni culturali e



creative, così da cogliere al meglio quanto la cultura pervade i processi di creazione di ricchezza del Paese.

Si osserva la presenza del Sistema Culturale nel territorio di Salerno che conta oltre 4,6 mila imprese che rappresentano il 3,9% del sistema produttivo locale. In termini di valore aggiunto prodotto si rileva come il Sistema Produttivo Culturale e Creativo incida per il 4% sul totale a livello provinciale (Italia 6,1%). Tale valore è la risultante del 2,2% delle attività core e dell'1,8% delle imprese creative driven

Analogo il contributo del Sistema culturale alla creazione di lavoro, con il 4,1% degli occupati della provincia nel predetto sistema. Tale incidenza è la risultante del 2,3% di occupazione generata dalle attività Core e dell'1,8% delle imprese creative driven.

L'ILLEGALITA' ECONOMICA E LA SICUREZZA DEL MERCATO

La libertà di impresa, la sicurezza e la trasparenza del mercato sono le precondizioni di una economia sana, basata sulla concorrenza ed in grado di redistribuire con merito le opportunità di lavoro e le risorse prodotte. L'illegalità economica, ancor più se esercitata in forma organizzata e strutturata, distorcendo le normali regole della domanda, dell'offerta, della concorrenza, del lavoro, degli investimenti e del credito, abbatte i potenziali di crescita economica, soprattutto nelle aree del Mezzogiorno, meno aperte ai rapporti economici e sociali con l'esterno e più vulnerabili dal punto vista produttivo e culturale (*Vedi L'illegalità economica e la sicurezza del mercato in Italia - Rapporto 2016. Unioncamere, Istituto Guglielmo Tagliacarne*).

Al fine di monitorare la presenza strutturale dell'illegalità economica, verificare il grado di distorsione dei sistemi produttivi italiani ed esaminare nel dettaglio la sicurezza del mercato all'interno delle province italiane è stata elaborata una matrice statistica di sintesi, utilizzando indicatori indiretti, tra cui due indicatori semplici (presenza strutturale di riciclaggio e rapine, i quali alterano rispettivamente i flussi finanziari, la presenza di moneta circolante ed i prezzi di numerosi beni e servizi ed i comportamenti degli attori economici) e tre complessi (ovvero combinando indicatori semplici a loro volta: illegalità ambientale - indica la presenza di criminalità organizzata per lo più di stampo mafioso e si riverbera sulla spesa pubblica; commerciale - altera le normali relazioni produttive e commerciali; criminalità organizzata - una delle leve di maggior distorsione delle leggi di mercato attraverso la formazione di posizioni dominanti - esclusa l'associazione mafiosa). In tale modello, le province del Centro Sud si caratterizzano quasi tutte per una elevata o medio-alta insicurezza di mercato, anche a seguito di processi di contaminazione virale che evolve sfruttando i principali assi di comunicazione (le infrastrutture) e attrazione mediante assets che consentono un facile riciclo (es. immobili in aree turistiche, per lo più marittime), o mercati caratterizzati da modesto controllo sociale ed economico (es. grandi bacini demografici, aree rurali, aree ad elevati indici di vecchiaia).

Le province campane si collocano nella parte più alta della classifica delle province italiane caratterizzata da minor sicurezza di mercato. Salerno presenta un indice di sintesi perfettamente in linea con la media nazionale, che la pone al 25-esimo posto con una bassa sicurezza determinata dall'illegalità commerciale (n.i. 112,5), illegalità ambientale (n.i. 179,4) e presenza di gruppi di criminalità (non mafiosa; n.i.127,1).

Per quanto riguarda l'analisi a livello provinciale della criminalità organizzata di tipo economico, la provincia di Salerno, con un indice complessivo pari a 129,0 si pone alla decima posizione per presenza di criminalità organizzata, in ragione di un livello di reati direttamente ascrivibili alle associazioni criminali particolarmente consistenti, come anche dei relativi reati spia: estorsioni e usura.



CREDITO BANCARIO E FINANZA LOCALE

Il credito e la finanza locale rappresentano due importanti strumenti di sviluppo che possono agevolare o frenare i processi di crescita di un territorio; relativamente al sistema creditizio è possibile osservare i dati relativi alla presenza del sistema bancario sul territorio, alla consistenza della raccolta e degli impieghi, alle sofferenze e al costo del credito.

A tal proposito, il sistema bancario della provincia di Salerno, vede localizzati sul territorio 346 sportelli nel 2015. Analogamente a quanto si verifica a livello regionale e nazionale, anche nella provincia di Salerno si assiste ad una razionalizzazione del numero di sportelli attivi, pari a -7 punti percentuali rispetto al 2010.

Sul versante degli impieghi, nel 2015, si registra per la provincia di Salerno un incremento del +3,4%, che porta complessivamente a quasi 14,5 miliardi di euro l'erogazione creditizia. Sono soprattutto le società non finanziarie ad essere destinatarie dell'erogazione di finanziamenti, e nello specifico, ricevono, nel 2015, oltre 6,3 miliardi di euro, registrando peraltro un incremento del +0,4% rispetto al 2014. Seguono, per valore degli impieghi concessi, le famiglie consumatrici, che a Salerno ricevono poco meno di 6 miliardi di euro, sperimentando, rispetto all'annualità precedente, un incremento del +8,1%.

Accanto ad un incremento nel valore dei prestiti concessi, si assiste ad un graduale aumento dei crediti in sofferenza, ovvero di quei finanziamenti la cui riscossione è considerata a rischio. Nello specifico, nella provincia di Salerno le sofferenze registrano nel 2015 una variazione del +11,7%, e ammontano ad un valore pari a 2,3 miliardi di euro. Dal punto di vista settoriale, la quota maggiore di crediti bancari in sofferenza si rileva nelle attività terziarie dove ammontano a 623 milioni di euro e nel comparto delle attività industriali dove risultano pari a circa 530 milioni di euro.

Vanno poi osservati i dati relativi ai tassi effettivi sui finanziamenti per cassa che rappresentano un indicatore del costo del credito; come è possibile rilevare, a Salerno, il livello dei tassi di interesse (9,33%) risulta superiore a quello medio nazionale (5,67%) e anche a quello regionale (7,25%) per effetto di numerosi fattori tra i quali, una maggiore insolvenza del sistema economico, una minore offerta di credito da parte del sistema bancario e un ammontare medio dei finanziamenti più contenuto; a tale proposito occorre rilevare che il tasso di interesse applicato alle imprese risulta generalmente inversamente correlato all'ammontare del finanziamento erogato, con le grandi imprese che riescono a "spuntare" tassi di interesse più contenuti.

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

Dalla composizione percentuale delle spese correnti si può trarre come le amministrazioni locali utilizzano le risorse a loro disposizione; a Salerno più della metà delle risorse a disposizione delle Amministrazioni sono in qualche misura restituite al territorio attraverso l'erogazione di servizi (49,7%) o trasferimenti diretti (6,4%), anche se con valori inferiori alla media nazionale.

Infine, è possibile rilevare il grado di pressione tributaria dei Comuni, rappresentata dal rapporto tra le Entrate tributarie e la popolazione residente; in termini complessivi il valore



a Salerno (quasi 550 euro) è inferiore a quello medio nazionale (quasi 583 euro), che sembrerebbe denotare una minore pressione tributaria a carico della popolazione campana rispetto al resto territorio nazionale, anche se può essere in parte determinata da una minore ricchezza media e, quindi, dalla presenza di una più contenuta base imponibile.

IL CONTESTO INTERNO: LA STRUTTURA ORGANIZZATIVA

Nell'affrontare l'analisi della gestione delle risorse umane, è opportuno fornire preliminarmente un quadro delle disposizioni che negli ultimi anni sono state emanate, in modo peraltro disomogeneo e a volte contraddittorio.

● Assunzioni

Il quadro assunzionale è da anni caratterizzato da numerosi vincoli e limitazioni, posti per il contenimento della spesa pubblica. Fino al 2011 la possibilità di assunzione per il sistema camerale era basata sugli indicatori di equilibrio economico – finanziario di cui al D.M. 8/2/2006, definiti in base a parametri strutturali e dimensionali, che consentivano un utilizzo progressivamente più alto delle risorse derivanti dalla cessazioni dal servizio in relazione alla loro percentuale d'incidenza:

- 70% del costo delle cessazioni intervenute nell'anno precedente se l'indice di equilibrio economico-finanziario risultava inferiore a 35;
- 35% del costo delle cessazioni intervenute nell'anno precedente se l'indice di equilibrio economico-finanziario risultava compreso tra 36 e 45;
- 25% del costo delle cessazioni intervenute nell'anno precedente se l'indice di equilibrio economico-finanziario risultava superiore a 45.

Dal 2012 sono subentrate nuove regole per le assunzioni a tempo indeterminato nelle Camere di Commercio, che hanno abbassato il limite percentuale per le nuove assunzioni al 20% della spesa corrispondente alle cessazioni dell'anno precedente, sino al 2014.

Per l'anno 2015 le Camere di Commercio potevano procedere ad assunzioni nel limite del 50% della spesa corrispondente alle cessazioni dell'anno precedente.

L'individuazione dei limiti assunzionali avviene ora complessivamente su base nazionale e la relativa assegnazione alle singole Camere di Commercio delle unità di personale da assumere è stabilita con decreto del Ministero dello Sviluppo Economico sulla base dei criteri individuati da un'apposita commissione costituita presso il medesimo Ministero e composta da cinque componenti: due in rappresentanza del Ministero dello sviluppo economico, dei quali uno in funzione di presidente, uno in rappresentanza del Ministero dell'economia e delle finanze, uno in rappresentanza della presidenza del Consiglio dei Ministri - Dipartimento della funzione pubblica ed uno in rappresentanza di Unioncamere (decreto legge n. 95/2012).

Dal 2016 è previsto un limite assunzionale del 100% della spesa corrispondente alle cessazioni dell'anno precedente, sempre su riparto nazionale.

Inoltre il decreto legge del 31 agosto 2013 n. 101 obbliga le pubbliche amministrazioni di procedere alla rideterminazione del numero delle assunzioni obbligatorie delle categorie protette sulla base delle quote e dei criteri di computo previsti dalla normativa vigente e di procedere, tenendo conto, dell'esito della rideterminazione di cui sopra, all'assunzione, a tempo indeterminato, di un numero di lavoratori pari alla differenza fra il numero come rideterminato e quello allo stato esistente, in deroga ai divieti di nuove assunzioni previsti dalla legislazione vigente, anche nel caso in cui l'amministrazione interessata sia in situazione di soprannumerarietà.



Alcune regole della legge n.68/1999 subiscono modifiche ad opera del correttivo del Jobs Act (D.Lgs. n. 185/2016). In particolare il collocamento obbligatorio. In particolare, il computo della riserva comporta che i disabili non assunti tramite le liste di collocamento speciali possono essere computati nella riserva se la loro disabilità anche pari al 60% e non solo superiore a tale percentuale. Vanno computati nella quota di riserva i lavoratori, già disabili prima della costituzione del rapporto di lavoro ed anche se non assunti tramite il collocamento obbligatorio, purché abbiano una riduzione della capacità lavorativa pari o superiore al 60% (prima la percentuale doveva essere superiore al 60%) o minorazioni ascritte dalla 1^a alla 6^a categoria di cui alle tabelle annesse al T.U. delle norme in materia di pensioni di guerra, approvato con DPR n. 915/78, o con disabilità intellettiva e psichica, con riduzione della capacità lavorativa superiore al 45%, accertata dagli organi competenti.

Viene aumentata la sanzione che le aziende devono pagare (per ogni giorno e per ogni lavoratore) se non assumono disabili. La sanzione per non aver assunto soggetti appartenenti alle categorie protette, entro 60 giorni dalla data in cui insorge l'obbligo, diventa pari ad una somma pari a 5 volte la misura del contributo esonerativo di cui all'articolo 5, comma 3-bis, L. n. 68/99, al giorno, per ciascun lavoratore disabile che risulta non occupato nella medesima giornata.

CONTENIMENTO DELLE SPESE

- **Spese per il personale assunto a tempo determinato**

Dal 2010 il limite complessivo alla spesa per personale a tempo determinato è previsto nella misura del 50% del costo sostenuto per le stesse finalità nell'anno 2009.

- **Spese relative a contratti di somministrazione di lavoro**

Dal 2010 il limite alla spesa per contratti di somministrazione di lavoro è fissato nella misura del 50% del costo sostenuto per le rispettive finalità nell'anno 2009.

- **Riduzione del valore dei buoni pasto**

A decorrere dal 1° ottobre 2012 il valore dei buoni pasto attribuiti al personale, anche di qualifica dirigenziale, non può superare il valore nominale di 7,00 euro. I risparmi di spesa costituiscono economie di bilancio, concorrono al miglioramento dei saldi di bilancio e non possono essere utilizzate per incrementare i fondi per la contrattazione integrativa.

- **Divieto di trattamenti economici sostitutivi delle ferie**

Dal 2012 le ferie, i riposi ed i permessi spettanti al personale, anche di qualifica dirigenziale, sono obbligatoriamente fruiti secondo quanto previsto dai rispettivi ordinamenti e non danno luogo in nessun caso alla corresponsione di trattamenti economici sostitutivi.

- **Riduzione del 50% delle spese per missioni in Italia e all'estero**

A decorrere dal 2011 non si possono effettuare spese per missioni, anche all'estero, per un ammontare superiore al 50% della spesa sostenuta nell'anno 2009, con obbligo di versamento allo Stato della differenza. Dalla disposizione in esame è escluso il personale adibito a funzioni ispettive, nonché il personale impegnato nello svolgimento di funzioni istituzionali relative a compiti di verifica e controllo.

- **Limitazione dell'uso dell'auto propria nelle missioni**

A decorrere dal 2010 sono state introdotte limitazioni all'utilizzo dell'auto personale nelle missioni per servizio. Dalla disposizione in esame è escluso il personale adibito a funzioni ispettive, nonché il personale impegnato nello svolgimento di funzioni istituzionali relative a compiti di verifica e controllo. Con disposizioni di servizio sono stati predisposti gli atti organizzativi interni, necessari per disciplinare l'uso dell'auto propria, richiamando il personale ad attenersi ai principi di contenimento della spesa contenuti nella disposizione in esame, facendo ricorso al mezzo proprio solo qualora risulti economicamente più vantaggioso.



● **Riduzione del 50% delle spese per la formazione**

A decorrere dall'anno 2011 la spesa annua sostenuta per attività esclusivamente di formazione non deve essere superiore al 50% della spesa sostenuta nell'anno 2009, con obbligo di versamento allo Stato della differenza. La norma richiama le amministrazioni al contenimento della spesa, ponendo un limite preciso al finanziamento delle attività esclusivamente formative dei pubblici dipendenti.

● **Blocco dei contratti**

Dal 2010 tra le misure urgenti è stato introdotto il blocco dei contratti, senza possibilità di recupero per il triennio 2010-2012. Per gli anni 2013, 2014 e 2015 si dà luogo alle procedure contrattuali e negoziali per la sola parte normativa e senza possibilità di recupero per la parte economica. E' fatta salva l'erogazione dell'indennità di vacanza contrattuale nelle misure previste a decorrere dall'anno 2010.

● **Limite del fondo per il salario accessorio**

A decorrere dall'anno 2011 l'ammontare complessivo delle risorse destinate annualmente al trattamento accessorio del personale, anche di livello dirigenziale, delle amministrazioni pubbliche, non può superare il corrispondente importo dell'anno 2010 ed è, comunque, automaticamente ridotto in misura proporzionale alla riduzione del personale in servizio.

CRITERI-GUIDA DI INTERVENTO

Gli interventi che si prospettano si pongono quindi nel solco del percorso consolidato nel decennio trascorso, confermando la ricerca e l'attenzione alla spesa, garantendo comunque una gestione razionale ed efficiente, al fine di offrire elevati standard qualitativi nei servizi alle imprese, nonostante i numerosi vincoli imposti.

L'obiettivo strategico che deve guidare questo processo di rinnovamento è quello di ottimizzare le risorse disponibili, mantenendo e/o incrementando la qualità e la quantità dei servizi erogati alle imprese e rafforzando il ruolo della Camera di Commercio come presidio permanente sul territorio a sostegno delle piccole e medie imprese.

A fronte di una drastica riduzione delle risorse economiche, paradossalmente si profila un consolidamento delle competenze camerali, accresciute da ulteriori nuovi servizi, più evoluti, per l'accompagnamento e lo start up di impresa, per la creazione e gestione del fascicolo digitale di impresa, come previsto dalla L.R. 11/2014, e, da ultimo, il profilarsi di un'assegnazione alle Camere di Commercio del ruolo di gestore unico territoriale del SUAP, attualmente frammentato fra le realtà comunali come analiticamente riportate nella sezione appositamente dedicata.

Il quadro normativo vigente prevede che le amministrazioni pubbliche assumano ogni determinazione organizzativa al fine di assicurare l'attuazione dei principi di cui all'articolo 2, comma 1, del D.Lgs. n. 165/2001:

- a) funzionalità rispetto ai compiti e ai programmi di attività, nel perseguimento degli obiettivi di efficienza, efficacia ed economicità;
- b) ampia flessibilità nelle determinazioni operative e gestionali;
- c) collegamento delle attività degli uffici, comunicazione interna ed esterna ed interconnessione mediante sistemi informatici e statistici pubblici;
- d) garanzia di imparzialità e trasparenza dell'azione amministrativa, anche attraverso l'istituzione di strutture per l'informazione ai cittadini e l'attribuzione ad un unico ufficio della responsabilità complessiva del procedimento;
- e) armonizzazione degli orari di servizio e di apertura degli uffici con le esigenze dell'utenza e con gli orari delle amministrazioni pubbliche dei Paesi dell'Unione europea.

La crescente necessità di contenere la spesa pubblica ha posto stringenti **vincoli alle politiche di assunzione** del personale.

In questo quadro, la **valorizzazione e la crescita delle risorse umane** sarà **strategica** e dovrà accompagnare e sostenere il processo di cambiamento che si andrà delineando.



Importante sarà pertanto definire un piano formativo in grado di accompagnare il capitale umano non solo in un'ottica di adeguamento delle capacità e delle conoscenze già presenti, ma anche al fine di adattare le diverse competenze e professionalità rispetto al ruolo della Camera di commercio, sempre più incentrato sulle specifiche esigenze delle imprese e del territorio.

Valorizzare le professionalità interne anche mediante la trasmissione del know-how ed il benessere organizzativo, sia per il tramite della valorizzazione delle professionalità e trasmissione orizzontale e verticale delle competenze, favorire iniziative di "squadra", realizzare azioni volte a garantire il benessere organizzativo (people satisfaction) sono azioni importanti in grado di mettere la struttura ed i propri dipendenti nelle migliori condizioni per operare in un clima costruttivo e coeso che permetta a tutti gli attori del sistema di raccogliere le sfide sempre più ambiziose che ci vengono prospettate.

Le azioni:

- Formazione del personale
- Favorire la crescita delle risorse umane
- Favorire il benessere organizzativo

La pianificazione delle risorse umane dell'Ente ed il monitoraggio, in corso d'anno, del rispetto dei limiti numerici e finanziari imposti dalle norme sulla consistenza del personale, rappresentano uno degli obiettivi dell'Ente camerale, al fine di rispettare al meglio i principi di contenimento della spesa e di ottimale utilizzo del personale nell'ambito dell'organizzazione dell'Ente.

Tali aree di intervento sono poi declinate nel Piano della Performance, previsto dall'art.10 del D.Lgs. n.150/2009, che collega agli obiettivi strategici e operativi precisi indicatori, misurabili e coerenti con i contenuti della programmazione finanziaria, su cui si baserà poi la misurazione, la valutazione e la rendicontazione della performance dell'Ente.

LINEE DI INTERVENTO

Le linee strategiche di intervento prospettate sono necessariamente sinergiche ed interdipendenti tra di loro e troveranno una declinazione operativa in specifiche azioni di intervento annuale, che rappresenteranno gli obiettivi operativi delle Aree di responsabilità e delle unità organizzative in cui si articola l'Ente.

1. Potenziamento dei servizi all'utenza

- copertura equilibrata dei servizi all'utenza;
- razionalizzazione e ricollocazione del personale per il rafforzamento delle strutture sottodimensionate, a vantaggio dei servizi svolti a favore dell'utenza;
- prosecuzione del processo di semplificazione dei procedimenti amministrativi, facilitando l'accesso on-line ai servizi camerali;
- incremento dei flussi informativi e statistici relativi alla realtà economica salernitana.

2. Programmazione dei fabbisogni di personale

- valorizzazione del potenziale professionale dei dipendenti, attraverso percorsi di formazione specifica finalizzati a sviluppare e aggiornare le competenze del personale a supporto delle imprese;
- rilevazione annuale delle eventuali eccedenze di personale, attraverso un'analisi finalizzata all'allineamento dell'assetto organizzativo e della dotazione di personale alle effettive esigenze dell'Ente ed ai processi di innovazione in atto.

3. Riorganizzazione dell'assetto operativo

- revisione della dotazione organica, in funzione delle finalità di razionalizzazione dei costi e di ottimizzazione delle risorse umane;
- promozione di interventi volti al coordinamento dei servizi interni per semplificare e migliorare l'efficienza delle attività;



- implementazione del sistema di anticorruzione, per garantire la massima trasparenza e integrità dell'azione amministrativa;
- monitoraggio delle performance generali e dei risultati specifici della gestione delle risorse umane, al fine di individuare soluzioni che consentano una gestione sempre più razionale ed efficiente;
- utilizzo di indicatori di benchmark per verificare gli indici di equilibrio dimensionale;

4. Razionalizzazione della spesa di personale

- consolidamento delle risorse decentrate, per garantire un'equa politica di gestione del personale, finalizzata alla valorizzazione del merito e all'incentivazione delle performances organizzative ed individuali;
- conferma del sistema di misurazione della performance e di incentivazione del personale collegato a obiettivi di sviluppo e miglioramento oggettivamente individuati e verificabili;
- distribuzione delle risorse decentrate secondo criteri selettivi e meritocratici, sulla base dell'effettivo apporto individuale;
- monitoraggio dell'andamento della spesa rispetto ai vincoli di budget, per un utilizzo ottimale delle risorse;
- il mantenimento della previsione per il lavoro straordinario previsto nei limiti già indicati nei precedenti esercizi;
- la previsione di spesa per le retribuzioni fisse ed accessorie di tutto il personale, effettuata sulla base dei CCNL vigenti ed in linea con le disposizioni previste dall'articolo 9 del decreto legge n. 78/2010, convertito nella legge n. 122/2010 e s.m.i.;
- la previsione di una quota di risorse da destinare alla formazione del personale e del rimborso per le trasferte del personale delle sole spese sostenute è pari al 50% della spesa 2009, ai sensi dell'articolo 6 del decreto legge n. 78/2010, convertito nella legge n.122/2010

In merito all'aggiornamento e alla crescita professionale del personale, la Camera, come del resto tutte le altre realtà della Pubblica Amministrazione, è costretta da alcuni anni ad agire in un contesto di ridotta disponibilità di risorse economiche. Tale situazione, tuttavia, non impedirà la realizzazione di momenti formativi che coinvolgano numerosi dipendenti, rafforzando le loro capacità all'interno di un'organizzazione in costante evoluzione e chiamata a fornire sempre maggiori servizi alle imprese ed al sistema sociale generale.

Nel corso del 2017, pertanto, si darà particolare risalto ad iniziative trasversali che dovranno coinvolgere a vari livelli i dipendenti camerale, in particolare su alcune tematiche che il Legislatore ha indicato come strategiche in questo momento di profonda trasformazione del settore pubblico: basti pensare ai progetti avviati in materia di digitalizzazione dei servizi e dematerializzazione e le misure di contrasto e repressione della corruzione e dell'illegalità nella Pubblica Amministrazione. (corsi VALORE PA). Accanto ad essi, troveranno spazio proposte riguardanti la formazione tecnica a beneficio delle singole Aree dirigenziali, privilegiando l'organizzazione di corsi in house.

Il relatore rammenta che l'art. 5 del D.Lgs.165/2001, al comma 2, prevede che, nell'ambito delle leggi e degli atti organizzativi di cui all'articolo 2, comma 1, le determinazioni per l'organizzazione degli uffici e le misure inerenti alla gestione dei rapporti di lavoro sono assunte in via esclusiva dagli organi preposti alla gestione con la capacità e i poteri del privato datore di lavoro, fatti salvi la sola informazione ai sindacati per le determinazioni relative all'organizzazione degli uffici.

Rientrano, in particolare, nell'esercizio dei poteri dirigenziali le misure inerenti la gestione delle risorse umane nel rispetto del principio di pari opportunità, nonché la direzione, l'organizzazione del lavoro nell'ambito degli uffici.



Inoltre, l'art.6 del D.Lgs. n.165/2001 prevede, al comma 1, che le dotazioni organiche siano determinate, in funzione delle finalità di efficienza, razionalizzazione della spesa, migliore utilizzo delle risorse umane, previa verifica degli effettivi fabbisogni e, al comma 4, che la loro variazione è determinata in coerenza con la programmazione triennale del fabbisogno di personale.

Il comma 1 dell'art. 35, D.Lgs. n. 150/2009, ha aggiunto il comma 4-bis che recita "Il documento di programmazione triennale del fabbisogno di personale ed i suoi aggiornamenti di cui al comma 4 sono elaborati su proposta dei competenti dirigenti che individuano i profili professionali necessari allo svolgimento dei compiti istituzionali delle strutture cui sono preposti".

Da ultimo, l'art. 33 del D.Lgs. 165/2001, come sostituito dall'art.16, comma 1, della L. n.183/2011, stabilisce l'obbligo di procedere almeno annualmente alla ricognizione di eventuali situazioni di soprannumero o di eccedenze di personale in relazione alle esigenze funzionali o alla situazione finanziaria.

Va infine richiamato l'art. 41 del Regolamento sull'Ordinamento degli Uffici e dei Servizi, approvato con deliberazione del Consiglio camerale n. 9 del 13 settembre 2013.

Per quanto riguarda la dotazione organica dell'Ente camerale, si evidenzia che risulta così strutturata:

	Personale in servizio al 1 novembre 2016
Dirigenti	4
funzionari di categoria "D3"	5
funzionari di categoria "D1"	24
dipendenti di categoria "C"	39
dipendenti di categoria "B1"	4
dipendenti di categoria "A"	1
	77

Occorre rilevare che nel 2017, stante la normativa vigente, è previsto il pensionamento di una unità per il raggiungimento dei requisiti ai fini della pensione di vecchiaia e nei prossimi anni si può ipotizzare, stante la normativa da approvare, il probabile pensionamento di almeno quattro unità.

Il Relatore evidenzia, poi, che l'organizzazione e la disciplina degli uffici della PA, nonché la consistenza e la variazione delle dotazioni organiche sono determinate periodicamente e comunque a scadenza triennale in funzione delle finalità indicate all'art. 1, comma 1, del D.lgs. n. 165/2001, ovvero di accrescere l'efficienza delle amministrazioni, razionalizzare il



costo del lavoro pubblico, realizzare la migliore utilizzazione delle risorse umane nelle pubbliche amministrazioni, previa verifica degli effettivi fabbisogni.

In particolare, l'attuale organizzazione amministrativa della Camera di Commercio di Salerno è suddivisa in quattro Aree, a loro volta suddivisi in servizi e uffici. Sono poi previsti uffici in posizioni di staff al Segretario Generale.

Le Aree costituiscono il livello di "macro-organizzazione"; i Servizi e gli uffici costituiscono, invece, il livello di "micro-organizzazione".

L'istituzione, la soppressione e/o la riorganizzazione delle Aree è un atto di "macro-organizzazione" di competenza della Giunta. Mentre le decisioni relative all'organizzazione interna delle Aree e all'articolazione della dotazione organica, nonché le misure inerenti alla gestione dei rapporti di lavoro, sono assunte, con la capacità e i poteri del privato datore di lavoro, dal Segretario Generale e dai dirigenti secondo le competenze fissate dalla legge, in relazione alla tipologia specifica degli interventi da porre in essere (atti di micro-organizzazione).

L'Area è affidata alla responsabilità di un dirigente, ed è il punto di riferimento per:

- a) la pianificazione operativa degli interventi e delle attività sulla base dei programmi generali dell'ente;
- b) il coordinamento delle unità organizzative collocate al suo interno;
- c) il controllo di efficacia sull'impatto delle politiche e degli interventi realizzati, e sul grado di soddisfacimento dei bisogni.



PARTE SECONDA - LE LINEE STRATEGICHE

LINEA 1 - VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO INFORMATIVO

L'informazione economico-statistica rappresenta da sempre un elemento imprescindibile nella definizione di politiche per il territorio e nell'assunzione di decisioni dirette a far progredire la società e l'economia, atteso che la conoscenza del territorio in tutti i suoi aspetti costituisce la base sulla quale fondare una consapevole programmazione. Oltre ad un diffuso interesse, dovuto principalmente alla capacità della statistica di riuscire a sintetizzare fenomeni complessi, si è registrata nel tempo una crescente confidenza dell'intera società con i dati economici e statistici, quantitativi e qualitativi, anche grazie all'avvento dell'era della conoscenza in rete e ai molteplici strumenti web disponibili.

In tale scenario, la centralità del sistema camerale nella produzione di informazione economica e statistica risulta ampiamente riconosciuta e si è rafforzata nel tempo, tenuto conto che il compito storicamente attribuito alle Camere di commercio relativo alla tenuta di osservatori economici e produzioni di dati sul territorio ha radici nel profondo passato e che, elemento fondamentale di tale attività, è il prezioso patrimonio informativo detenuto, grazie alle funzioni di tipo anagrafico-certificativo che fanno capo alle Camere stesse. Tale caratteristica non è sfuggita al Legislatore che, pur nel quadro di un ridimensionamento dell'autonomia di fini e strumenti del sistema camerale, nella riforma in itinere della Legge 580/93, valorizza le potenzialità di tale patrimonio, prevedendo espressamente lo svolgimento di funzioni relative al "sostegno alla competitività delle imprese e dei territori tramite attività d'informazione economica".

Seppur in un contesto di grandi cambiamenti, l'ente camerale deve quindi proseguire nel compito di decifrare e interpretare la realtà locale, aggiornandone la conoscenza e misurandone i cambiamenti produttivi e sociali intervenuti. Al monitoraggio delle tendenze emergenti, deve accompagnarsi anche il compito di tracciare quadri evolutivi e valutare prospettive di sviluppo locale. Tale attività va svolta garantendo l'affidabilità e il livello qualitativo dell'informazione statistica, rendendola accessibile all'ampio pubblico, nonché rapidamente fruibile e tempestiva. Grazie alla vicinanza con il territorio esaminato e alla sua diretta conoscenza, il valore aggiunto dell'attività di analisi economica e statistica del sistema camerale sta nel riuscire a dare una chiave di lettura delle dinamiche locali il più aderente possibile alla realtà, operando anche confronti in termini spaziali e temporali. Resta confermato che siano le imprese i principali destinatari delle attività svolte, e che alle stesse vadano restituite informazioni utili, garantendo il passaggio da una "informazione sulle imprese" ad una "informazione per le imprese".

Alla luce delle ridotte disponibilità economiche, come negli altri campi di azione dell'ente camerale salernitano, anche in quello delle attività di studi e statistica, le risorse umane e finanziarie andranno concentrate su specifici ambiti di ricerca, definiti sulla base delle esigenze conoscitive e promozionali dell'ente; accanto all'attività istituzionale di produzione e diffusione dell'informazione economico-statistica, andranno inoltre implementati servizi per soddisfare specifiche nicchie di mercato, prevedendo laddove possibile un'erogazione a pagamento.

In questo quadro, nei prossimi anni la Camera di Salerno dovrà far fronte alla sfida posta dalla riduzione delle risorse economiche disponibili, il che costituirà costituire l'occasione per ripensare l'utilizzo dei dati, valorizzando i propri capitali: intellettuale e informativo.



Volendo interpretare tale criticità come un'opportunità, sarà fondamentale definire con chiarezza metodi e contenuti.

Per quanto riguarda i metodi va evidenziato che, se da un lato la proliferazione dei canali e dei contenuti dell'informazione economico-statistica, rende necessario l'impegno di assumere un ruolo propositivo con il sistema locale, istituzionale e del mondo dell'associazionismo, per il coordinamento della diffusione condivisa e omogenea delle statistiche, dall'altro la costante evoluzione della comunicazione tramite rete, richiede di apportare sostanziali innovazioni nelle tecniche di acquisizione e di analisi dei dati e, al contempo, nella modalità di diffusione delle stesse.

Su quest'ultimo aspetto verrà posta particolare attenzione, potenziando il percorso già avviato volto a facilitare l'accesso ai risultati delle rilevazioni statistiche, proponendo informazioni tempestive e sintetiche, supportate da contenuti visivi (visualizzazioni grafiche, mappe interattive, grafici dinamici, utilizzo di video, etc.), che meglio si prestano anche ad essere diffuse nell'ambito dei social media. Agevolando la diffusione della conoscenza economico-statistica del territorio, si intende raggiungere soprattutto le imprese, fornendo un servizio informativo e stimolando la richiesta di approfondimenti aggiuntivi.

Costruire migliori sinergie con altri soggetti detentori di dati e con enti di ricerca, necessarie per ampliare il contesto di riferimento delle analisi, rafforzare la credibilità dell'informazione prodotta, migliorando la reputazione di competenza tecnica e di autonomia e indipendenza nella produzione delle statistiche, innovare il sistema di raccolta e divulgazione, saranno quindi i principi metodologici prioritari che ispireranno il complesso degli interventi da realizzare nella presente linea strategica nei prossimi cinque anni.

A questi si accompagnerà un'azione costante volta a migliorare la qualità delle banche dati anagrafiche, aggiornando ed eliminando i dati obsoleti del Registro Imprese, che rappresenta il vero patrimonio informativo camerale e che è arricchito nelle sue potenzialità dai molteplici strumenti di navigazione ed interrogazione esistenti.

Sul fronte dei contenuti, grazie alle fonti amministrative e ai dati d'archivio detenuti, alla ricognizione periodica di altre fonti e alla produzione di statistiche da rilevazioni campionarie, l'ente camerale intende assicurare il sistema di conoscenza economica locale a carattere congiunturale e strutturale, su base territoriale, proseguendo nelle attività realizzate nell'ambito dell'Osservatorio economico, da declinare nelle seguenti linee di intervento:

- Operare per il costante monitoraggio della congiuntura economica locale, con particolare attenzione rivolta alle analisi di breve periodo e ai punti di svolta del ciclo economico, quali l'indagine sull'industria manifatturiera, l'analisi sulla natalità imprenditoriale, le dinamiche import-export;
- Proseguire le attività volte a facilitare l'accesso ai risultati delle rilevazioni statistiche, attraverso il potenziamento dell'apposita App "Salerno in Cifre";
- Approfondire la conoscenza dei caratteri strutturali dell'economia locale, sviluppando e promuovendo ricerche che potranno riguardare ad esempio il supporto di filiere produttive, le dinamiche e le tendenze del mercato del lavoro, e temi di particolare interesse per le imprese, quali la sicurezza e la legalità;
- Sviluppare analisi territoriali, con particolare riferimento alle subaree provinciali con mappature delle stesse e ricorso alla rappresentazione cartografica;



- Creare momenti di confronto e di informazione pubblica, come il consolidato appuntamento annuale della Giornata dell'Economia, anche in collaborazione con partner istituzionali e del sistema camerale;
- Promuovere e divulgare gli studi e le azioni svolte dagli Osservatori camerali, quali l'Osservatori sulle imprese innovative, Osservatorio sulle imprese femminili, l'Osservatorio sull'imprenditoria straniera;
- Sviluppare un cruscotto economico-statistico sul territorio, alimentato da dati della statistica ufficiale e di altre fonti specialistiche, per l'analisi della struttura e dei trend economico-produttivi.

Oltre alle attività legate all'Osservatorio economico, la Camera svolgerà anche quelle derivanti dalla sua appartenenza al Sistan (Sistema Statistico Nazionale). In tale veste, la Camera nel periodo di mandato intende rafforzare la propria partecipazione alle diverse rilevazioni statistiche inserite nel Programma Statistico Nazionale in collaborazione con l'Istituto Nazionale di Statistica, svolgendo la rilevazione direttamente oppure organizzando riunioni tecniche per i soggetti interessati.

Inoltre, in collaborazione con il Ministero delle Attività produttive continuerà a svolgere l'indagine periodica sulla media e grande distribuzione somministrando il questionario a circa 600 unità di rilevazione.

Particolare attenzione sarà rivolta alla rilevazione dei prezzi di particolari prodotti, quali quelli petroliferi e quelli agricoli, oltretutto di tutti quelli che saranno definiti nell'ambito del programma statistico nazionale, anche al fine di migliorare la trasparenza del mercato.

Altro filone di attività sarà legato allo sviluppare attività di ricerca per soddisfare specifiche nicchie di mercato. L'informazione economica va resa anche congiuntamente ad attività sviluppate da altri settori, promuovendo servizi integrati alle imprese. Occorre venire incontro alla domanda, diversificando i prodotti e i linguaggi a seconda del tipo di utente.

Tra i servizi offerti all'utenza, anche a pagamento, l'azione dell'ente camerale può prevedere le seguenti attività:

- Sviluppare un servizio di progettazione e gestione di rilevazioni sul territorio;
- Gestire attività a supporto della redazione di business plan e di domande di partecipazione a call di progetti europei, con la fornitura di statistiche mirate e la realizzazione di studi di settore, anche a partire da dati di bilancio;
- Produrre approfondimenti su opportunità offerte dai mercati internazionali per il sistema imprenditoriale locale.

Area strategica: VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO INFORMATIVO	
OBIETTIVO	LINEE DI INTERVENTO
Innovare l'informazione statistica ed economica per le imprese	Agevolare l'accesso all'informazione economica ricorrendo ad un uso costante dei più moderni strumenti di comunicazione Potenziare l'app per smartphone "Salerno in Cifre" Promuovere e divulgare gli studi e le azioni svolte dagli Osservatori camerali



	<p>Migliorare la qualità delle banche dati anagrafiche camerali</p> <p>Consolidare il ruolo della Camera nell'ambito del Sistan</p> <p>Aumentare l'attività di rilevazione dei prezzi di alcuni prodotti di riferimento</p> <p>Sviluppare attività di ricerca per soddisfare specifiche nicchie di mercato</p>
Potenziare il ruolo svolto sul territorio dell'Osservatorio economico	<p>Ricercare sinergie con altri soggetti detentori di dati e con enti di ricerca per ampliare il contesto di riferimento delle analisi</p> <p>Promuovere il dialogo con il sistema locale istituzionale e con il mondo associativo per una diffusione condivisa e omogenea delle statistiche</p> <p>Creare momenti di confronto e di informazione pubblica in collaborazione con partner istituzionali e del sistema camerale</p>

LINEA 2 - LA COMUNICAZIONE E LA TRASPARENZA

La Camera di Commercio di Salerno riconosce la comunicazione come una funzione fondamentale rispetto alle attività camerali perché strumento che opera come veicolo di conoscenza e visibilità di tutte le iniziative dell'Ente.

L'evoluzione che caratterizza l'attuale scenario dell'informazione e dell'interazione via web ha profondamente modificando l'approccio del settore pubblico alla rete; internet è oggi il canale di riferimento per comunicare tra i cittadini e con le imprese.

Con lo sviluppo delle reti social il web è diventato soprattutto un luogo nel quale si svolgono conversazioni, si dialoga, si creano nuove opportunità di relazione tra le persone. Milioni di utenti in tutto il mondo accedono ogni giorno ai diversi social, attraverso i quali le informazioni nascono, circolano e si diffondono con una velocità e seguendo percorsi del tutto nuovi.

Il rapporto tra la PA e i cittadini, di conseguenza, sta vivendo una fase di profondo mutamento: i siti istituzionali non costituiscono più il principale punto di accesso alle informazioni. Nel caso specifico, sempre più spesso le imprese cercano sul web la soluzione ai propri problemi, si informano attraverso le proprie reti di relazioni, cercano il



dialogo diretto con il proprio interlocutore, all'interno di spazi pensati per una comunicazione a due vie.

La Camera di Commercio di Salerno intende quindi costruire e/o consolidare nuove modalità di interazione e partecipazione, rafforzando la percezione di trasparenza e di efficienza. In questo scenario, gli spazi di social networking rappresentano una grande opportunità per l'Ente, non solo per informare e comunicare in maniera efficace ma anche per costruire una relazione di fiducia, per ascoltare e monitorare il livello di soddisfazione delle imprese, in un'ottica di integrazione e non di sostituzione rispetto ai tradizionali canali di comunicazione, attraverso i quali l'amministrazione rende disponibili le informazioni e i propri servizi.

Con la propria presenza sui social, la Camera di Salerno è passata da un modello di comunicazione "verso" l'impresa a uno "con" l'impresa, un cambiamento che comporta la conoscenza non solo di particolari strumenti, ma anche di diverse dinamiche relazionali.

Va evidenziato che la riforma normativa in corso sulle Camere di Commercio, non viene ad alterare gli obiettivi fondamentali delle stesse di corrispondere, da un lato, all'esigenza delle imprese di ricevere informazioni sulle proprie attività attraverso strumenti innovativi veloci e diretti, e dall'altro, alla necessità di consolidare la propria immagine e il proprio ruolo.

Per raggiungere tali obiettivi l'Ente intende avvalersi innanzitutto del sito web istituzionale. Il sito internet www.sa.camcom.it, divenuto nel tempo il luogo virtuale in cui l'Ente comunica a livello globale, h24 e 365 giorni l'anno, le informazioni fondamentali su chi è, cosa fa, come è organizzato ecc.. Il sito dell'Ente necessita, sul piano tecnologico, di una profonda riprogettazione per rendere i contenuti meglio fruibili, nonché adeguare tecnologicamente la piattaforma alle recenti innovazioni che vedono nei dispositivi mobile gli strumenti più usati dagli utenti. L'adeguamento tecnologico si rende necessario anche per integrare il sito alla strategia di comunicazione basata sui social media.

Negli ultimi mesi la Camera di Commercio di Salerno ha deciso di investire in maniera più incisiva sulle piattaforme social media. L'Ente è presente con un proprio spazio su tre dei principali network: facebook, twitter e linkedin ove rimbalza quotidianamente le informazioni circa le proprie attività o quelle d'interesse dell'utenza. In un'era in cui l'informazione non passa più per la carta stampata ma è veicolata dal web, e in cui la stragrande maggioranza delle notizie sono apprese dagli utenti non sui siti istituzionali di informazione ma direttamente dai social media, Facebook sopra tutti, la Camera di Commercio di Salerno ha voluto cavalcare l'onda nelle nuove forme di comunicazione, raggiungendo gli utenti sui maggiori social media con le news relative alle proprie attività .

Con tale attività sono stati raggiunti oltre 1000 "Mi piace" sulla pagina Facebook, 570 follower su Twitter e 146 su LinkedIn, cifre interessanti considerando che si tratta di pagine istituzionali di Enti pubblici curate non da professionisti del web ma da dipendenti, impegnati in un percorso formativo su tali strumenti.

Inoltre, la Camera intende valorizzare i prodotti-risultati nonché il know how maturato nell'ambito del progetto "Digital Campania" realizzato in sinergia con l'Unioncamere Campania, che renderanno necessario attivare un proprio spazio sulla piattaforma



Youtube ove collocare il materiale audiovisivo (proprio o linkando quello di altri) da veicolare poi attraverso le altre piattaforme web dell'Ente.

Nell'ambito del predetto progetto sono state infatti realizzate delle "infografiche" - informazioni proiettate in forma grafica e visuale più che testuale - per la descrizione di particolari servizi offerti dalla Camera di Salerno, con l'obiettivo di veicolare le informazioni in maniera più diretta ed efficace, ed è stato predisposto un video che testimonia lo sforzo di sintesi tra le procedure burocratiche e le nuove tecniche di comunicazione, da proporre come esempio di innovazione nell'ambito della pubblica amministrazione.,

Altro strumento di comunicazione consolidato è il CRM "Ciao Imprese". Si tratta di una piattaforma tecnologica dedicata alle imprese, ma anche a chi impresa non è - professionisti, associazioni di categoria, PA locali, etc - che consente alla Camera di Salerno di organizzare campagne informative mirate e settoriali, selezionando i destinatari sulla base delle caratteristiche e degli interessi espressi con la registrazione, che si affianca e/o integra le altre modalità di comunicazione. Tale piattaforma è oggetto di un progetto sperimentale che prevede un "ripensamento" dell'attuale utilizzo, attraverso un'attività strategica e operativa che ha la finalità di gestire in modo efficace il rapporto con le imprese. L'obiettivo è quello di supportare le Camere coinvolte nel definire un percorso sinergico nell'utilizzo degli strumenti di comunicazione a disposizione (sito web, CRM, canali social).

Per avviare questo percorso è stato definito un programma operativo di 3 mesi con un gruppo iniziale di 12 Camere di commercio (Salerno è tra queste). Sono state altresì individuati alcuni ambiti di intervento definiti "verticalizzazioni", per focalizzare gli interventi di comunicazione nei confronti di alcuni cluster di imprese tra cui start up innovative, agroalimentare, imprese femminili, e altre.

La Camera proseguire infine nelle attività di "MEDIA RELATION", nelle quali rientrano la realizzazione della rassegna stampa quotidiana, la diffusione di comunicati stampa, l'organizzazione di conferenze stampa e i rapporti con gli organi di informazione in generale, tutte attività curate dall'ufficio stampa dell'Ente.

Nell'ambito della comunicazione dell'Ente rientrano anche le attività svolte all'Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP), introdotto dal D.Lgs. n.29/93, rispondendo alla duplice esigenza, espressa dalle precedenti leggi n. 241 e n. 142 del 1990, di garantire la trasparenza amministrativa e la qualità dei servizi da un lato, e di fornire uno strumento organizzativo adeguato alle esigenze di attuazione delle funzioni di comunicazione e contatto con i cittadini dall'altro. Con legge 7 giugno 2000, n. 150, in materia di comunicazione e informazione pubblica, l'istituzione dell'URP per le pubbliche amministrazioni viene resa obbligatoria.

Tale legge, nel riaffermare i principi generali espressi con il D.Lgs. n.29/93, ha assegnato all'URP nuove funzioni, ampliando quindi il ruolo e i compiti di tale struttura, in particolare:

- garantire l'esercizio dei diritti di informazione, di accesso agli atti e di partecipazione (legge 7 agosto 1990, n. 241, e successive modificazioni);
- agevolare l'utilizzazione dei servizi offerti ai cittadini, anche attraverso l'informazione sulle disposizioni normative e amministrative, e sulle strutture e sui compiti dell'amministrazione;



- promuovere l'ascolto dei cittadini e i processi di verifica della qualità dei servizi e di gradimento degli utenti;
- garantire lo scambio di informazioni fra l'ufficio e le altre strutture operanti nell'amministrazione, promuovendo e organizzando la comunicazione interna;

L'URP della Camera di Salerno funge, pertanto, da interfaccia tra l'Amministrazione e i cittadini, migliorando la comunicazione esterna, agevolando l'accesso alle informazioni e ai servizi, nella più ampia cultura della trasparenza amministrativa e nella crescente attenzione verso la qualità dei servizi e del rapporto istituzioni-cittadini. E' inoltre deputato a garantire l'esercizio del diritto di accesso per consultare atti e fascicoli e l'esercizio del diritto di partecipazione attiva dei cittadini al processo di erogazione del servizio pubblico prevedendo la possibilità di segnalare un disservizio dell'ente, presentando reclami, proposte ed osservazioni.

Sull'accesso agli atti va evidenziato che con l'entrata in vigore del D.Lgs. del 25 maggio 2016 n. 97 il Freedom Of Information Act (FOIA) rende libero l'accesso all'informazione pubblica e agli atti della P.A., rendendolo gratuito e aperto a tutti. Chiunque, pertanto, può chiedere alla pubblica amministrazione di consultare o ottenere copia di documenti amministrativi anche se non soggetti a obbligo di pubblicazione.

In merito alle attività dell'URP, la Camera ha già avviato un percorso di potenziamento, attraverso azioni mirate, anche alla luce degli ultimi incisivi interventi normativi in tema di trasparenza. In tale direzione, si inserisce la redazione della Carta dei Servizi e la rilevazione della Customer Satisfaction, indagine sulla soddisfazione degli utenti.

La Carta dei Servizi si colloca nell'ambito del tema della trasparenza e della massima circolazione delle informazioni tra il sistema amministrativo e il mondo esterno. Essa costituisce un efficace strumento di comunicazione e di conoscenza delle attività svolte dagli uffici dell'Ente, con l'indicazione puntuale delle modalità e dei tempi di fruizione delle stesse, nonché dei referenti cui rivolgersi. La Carta dei servizi è altresì una dichiarazione pubblica di impegno da parte dell'Amministrazione ad assicurare determinati standard qualitativi, instaurando un nuovo rapporto con l'utenza improntato ai principi della trasparenza e dell'efficacia. A tal fine l'Amministrazione adotta e pubblica degli standard di qualità dei servizi erogati, di cui assicura il rispetto, individuando degli indicatori attraverso cui misurare i risultati garantiti: tali indicatori spesso si traducono in termini temporali (giorni lavorativi) entro i quali l'Ente si impegna ad erogare il servizio. In tal modo la Carta dei Servizi costituisce uno strumento di informazione ma anche di tutela dell'utente, il quale viene messo a parte della qualità dei servizi che gli viene assicurata e che può pretendere.

La Carta, ultimamente aggiornata al maggio 2016, è consultabile sul sito in versione interattiva con collegamenti ipertestuali così da consentire rapidamente il reperimento del materiale informativo.

Le indagini di Customer Satisfaction, sul grado di soddisfazione dell'utenza rispetto ai servizi camerali offerti., hanno l'obiettivo di conoscere l'immagine percepita della Camera di Commercio presso le imprese, i professionisti, le Associazioni di categoria nonché i privati cittadini, il grado di soddisfazione relativo ai servizi erogati, nonché agli aspetti di funzionamento e di organizzazione dell'Ente. I risultati di questa indagine sono utili per analizzare il punto di vista degli utenti camerali, verificare il livello dei servizi in un'ottica di



miglioramento futuro, raccogliere informazioni utili alla pianificazione e programmazione, fare azioni di comunicazione e rendicontazione interna ed esterna, rispondere alle esigenze di misurazione, analisi e miglioramento indicate dal sistema per la gestione della qualità (ISO 9001:2000).

Nelle prime edizioni dell'indagine, di tipo campionario, sono stati considerati come utenti di riferimento unicamente le imprese. Per l'ultima edizione, realizzata nel luglio 2016, si è voluto ampliare l'universo di riferimento, rivolgendo l'indagine oltre che alle imprese, naturali destinatarie dei servizi camerali, e agli stakeholders, loro intermediari, anche ai privati cittadini, siano essi aspiranti imprenditori o utenti occasionali dei servizi camerali, tanto da mutare il nome da *"Customer satisfaction"* a *"People satisfaction"*.

Quanto alla metodologia utilizzata si è passati dall'intervista telefonica (CATI) a quella via web (CAWI), facendo leva, in un processo di trasparenza e sempre maggiore apertura nei confronti dell'utenza, anche sui social network istituzionali dell'Ente. Sono state invitate via pec oltre 10.000 imprese, con sede nella provincia di Salerno, a collegarsi ad un sito internet per la compilazione del questionario. Contemporaneamente è stato inserito un pop up sul sito istituzionale dell'Ente, nonché sui social network istituzionali, che invitava alla compilazione via web del questionario di gradimento. Anche gli Ordini professionali della provincia di Salerno sono stati invitati a collegarsi al predetto sito web e a compilare il questionario di gradimento dei servizi forniti, e sono stati raccolti questionari di gradimento anche presso gli sportelli, in modo da ampliare quanto più possibile la platea di riferimento.

Va segnalato che complessivamente è risultato buono l'indice di soddisfazione per l'insieme dei servizi erogati dalla Camera di Commercio di Salerno, pari al 69%. Nello specifico è risultato pari al 71% il gradimento per i servizi amministrativi/regolazione e del 69% per quelli di supporto alle imprese (69%). Pari al 67% il grado di soddisfazione per gli strumenti di comunicazione della Camera e un po' inferiore (del 65,3%) per il sito camerale, che necessiterebbe di essere rivisitato.

Buona la performance registrata dal personale camerale: in particolare l'utenza ha espresso una buona soddisfazione per i tempi di svolgimento delle pratiche (70%), per la preparazione tecnica (73%), per la chiarezza delle informazioni fornite (71%), per la disponibilità e cortesia verso l'utente (73%).

Rispetto all'anno precedente i rispondenti ritengono che i servizi offerti dalla Camera di Commercio siano rimasti invariati (54%) o addirittura migliorati (44%). Tra le loro richieste ci sono una maggiore accessibilità ai servizi, la tempestività delle risposte, la flessibilità degli orari di apertura.

Per quanto riguarda il tema della "Trasparenza" anch'esso oggetto della presente linea strategica, va evidenziato che la trasparenza dell'attività amministrativa che la Camera di Salerno intende continuare a garantire ed esplicitata attraverso l'instaurazione di canali di comunicazione privilegiati con gli stakeholder di riferimento ed, ad esempio, con la pubblicazione di rapporti, documenti, informazioni e dati, costituisce livello essenziale delle prestazioni concernenti i diritti sociali e civili ai sensi dell'articolo 117, secondo comma, lettera m), della Costituzione.



D'altro canto non va dimenticato, in questa sede, che la trasparenza nel consentire forme di controllo diffuso sull'impiego delle risorse a disposizione della Camera di Commercio e sull'adeguatezza delle prestazioni erogate potrà contribuire a rinnovare quel necessario rapporto di fiducia tra l'utenza ed in particolare il mondo delle imprese, sempre più consapevole dei diritti loro spettanti, e l'Ente camerale; allo stesso tempo la trasparenza potrà costituire una risposta adeguata alle emergenti esigenze di open - data e di open - government che caratterizzano, nel contesto europeo e nazionale, il rapporto tra le amministrazioni pubbliche ed il cittadino.

La trasparenza, peraltro, risulta un corollario del più ampio tema dell'etica, della legalità e della prevenzione della corruzione che ciascuna pubblica amministrazione risulta essere assoggettata secondo le diverse normative e direttive governative.

Al riguardo, giova ricordare che già dal 2013, ottemperando alle disposizioni previste dalla Legge n. 190/2012 cosiddetta Legge Severino, la Camera di Commercio di Salerno, nell'ottica generale di un continuo miglioramento nello svolgimento dei suoi compiti istituzionali, si è dotato di un sistema di risk management e di un Piano per la prevenzione e la repressione della corruzione nella pubblica amministrazione nelle sue varie forme di rappresentazione.

Per il prossimo quinquennio di programmazione la Camera di Commercio si pone l'obiettivo di consolidare l'impegno volto a favorire la sensibilizzazione verso queste tematiche sia all'interno dell'organizzazione sia nei confronti delle diverse categorie di stakeholder di riferimento.

L'adozione di misure volte alla prevenzione della corruzione da conciliare con gli altri principi cui debba uniformarsi l'azione amministrativa, tra cui in primis quello dell'imparzialità, consentirà di evitare il prevalere di interessi personalistici ed illeciti a discapito di quelli della collettività della provincia salernitana.

La Camera di Commercio, come di volta in volta individuato e descritto in dettaglio negli aggiornamenti al Piano Triennale di Prevenzione della Corruzione (PTPC), prediligerà essenzialmente misure riconducibili alle seguenti categorie:

- adozione di procedure informatiche;
- trasparenza;
- formazione del personale;
- rotazione del personale coinvolto in procedimenti definiti "sensibili";
- affiancamento di più funzionari coinvolti in procedimenti definiti "sensibili";
- diffusione di buone pratiche – best practice – e partecipazione a gruppi di lavoro sia interni al Sistema Camerale che esterni.

Per la scelta delle iniziative da intraprendere al fine di favorire la trasparenza e prevenire la corruzione, la Camera di Commercio di Salerno farà, infine, ampio uso delle raccomandazioni provenienti dal Dipartimento della Funzione Pubblica, dall'Autorità Nazionale Anticorruzione - ANAC nonché delle linee guida predisposte, con specifico riguardo alla realtà di riferimento, dall'Unione Nazionale delle Camere di Commercio.



Area strategica: LA COMUNICAZIONE E LA TRASPARENZA	
OBIETTIVO	LINEE DI INTERVENTO
Aumentare il livello di informazione e trasparenza percepito dall'utenza	<p>Revisionare il sito web istituzionale</p> <p>Potenziare l'uso delle piattaforme social media</p> <p>Innovare la piattaforma CRM "Ciao Imprese"</p> <p>Proseguire nelle attività di "Media Relation"</p> <p>Aggiornare con periodicità la Carta dei Servizi</p> <p>Realizzare con periodicità le indagini di <i>customer satisfaction</i></p> <p>Potenziare il contatto con l'utenza e migliorare gli standard di qualità raggiunti</p> <p>Aggiornare costantemente la sezione del sito web "Amministrazione Trasparente"</p> <p>Attuare il Piano triennale di prevenzione della corruzione (PTPC)</p>

LINEA 3 - REGISTRO IMPRESE. PA VERSO LE IMPRESE: INFORMATIZZARE E SEMPLIFICARE

Il Registro delle Imprese, la più rilevante tra le banche dati gestite dalla Camera di Commercio di Salerno, è un'informazione economica completa, dotata di valore legale, fondamentale per le transazioni commerciali. In esso sono, infatti, contenute tutte le informazioni che riguardano la vita delle imprese del territorio e, grazie anche al Repertorio economico amministrativo, anche tutte quelle informazioni di carattere statistico che assolvono a finalità di conoscenza e di studio.

Uno strumento interamente informatico che, a vent'anni dalla sua nascita, è ancora all'avanguardia e che rappresenta un punto di riferimento per tutto il Paese in materia di semplificazione e digitalizzazione.

Per questo la Camera di Salerno intende continuare a investire sul Registro intervenendo con specifici progetti intesi al miglioramento della qualità delle informazioni ivi contenute, e interagendo con altri partner istituzionali nell'ambito di progetti specifici, in modo da favorire la massima diffusione dei dati e l'interoperabilità dei diversi sistemi informativi



delle altre pubbliche amministrazioni, nell'ottica della trasparenza e delle legalità economica.

Tale impegno pluriennale è in linea sia con le innovazioni recentemente introdotte dal Legislatore, che prevedono una valorizzazione del ruolo del Registro delle Imprese quale anagrafe della realtà economica-imprenditoriale e fonte certa di pubblicità legale, che con il percorso, sempre più spinto e deciso, intrapreso dal nostro Paese verso l'ammodernamento e lo sviluppo delle tecnologie informatiche, telematiche e digitali.

Appare opportuno sintetizzare i principali aspetti normativi relativi al Registro che, istituito con la L.580/1993, operativo dal 19/02/1996, riunifica il Registro delle Società, tenuto dalle cancellerie commerciali dei Tribunali e il Registro Ditte, tenuto dalle Camere di Commercio, riuscendo a fornire un quadro completo della situazione giuridica di ciascuna impresa ed anche archivio fondamentale per l'elaborazione di indicatori di sviluppo economico ed imprenditoriale in ogni area di appartenenza.

Il Registro, tenuto e gestito attraverso la propria rete informatica e telematica dalla Camere di Commercio (art. 2188 e ss. C.c. - art. 8 L. 580/1993 - D.P.R. 581/1995 - D.P.R. 558/1999 - L. 340/2000), assicura la completezza ed organicità della pubblicità legale per le imprese soggette ad iscrizione rendendo tempestiva l'informazione giuridico economica relativa alle stesse su tutto il territorio nazionale.

Il Registro è stato definito all'art.60 del Codice dell'Amministrazione Digitale (C.A.D.) un archivio di dati di interesse nazionale, in quanto fonte ufficiale, attendibile e garantita dalla legge, di informazioni sulle imprese italiane e sui loro soci ed amministratori.

Il Registro, pur se formalmente unico, è articolato in due sezioni: Ordinaria e Speciale.

La sezione Ordinaria contiene i dati dei soggetti obbligati all'iscrizione a norma del c.c.. L'iscrizione nella sezione ordinaria nel Registro delle Imprese degli atti e fatti previsti dalla legge, da parte dei soggetti che vi sono tenuti, ha effetti giuridici di pubblicità dichiarativa o costitutiva in quanto consente di opporre ai terzi quanto è stato iscritto con conseguente presunzione circa l'esistenza e la certezza dei fatti iscritti.

La sezione Speciale, suddivisa a sua volta in diverse sezioni, contiene le iscrizioni ed annotazioni dei soggetti per i quali l'obbligo formale di pubblicità è stato introdotto dalla legge 580/93 e da successive disposizioni normative (imprenditori agricoli, piccoli imprenditori, società semplici, imprese artigiane, alternanza scuola lavoro, imprese sociali, start up innovative, società tra professionisti, incubatori certificati, PMI innovative). L'iscrizione nella sezione speciale ha invece funzione di certificazione anagrafica e di pubblicità notizia assolvendo al solo scopo di rendere conoscibili i fatti e le dichiarazioni rese al Registro.

Oltre all'iscrizione degli atti e dei fatti relativi ai soggetti summenzionati, sono previsti altresì:

- l'iscrizione degli atti di trasferimento delle quote sociali di Srl (L. 310/93);
- l'iscrizione degli atti di trasferimento della proprietà o del godimento dell'azienda (art. 2556 c.c., come modificato dalla L. 310/93);
- il deposito dei bilanci (per i soggetti individuati dalla legge);



- atti e fatti atipici oggetto di pubblicità.

Per dare una misura dell'impegno crescente profuso dalla Camera di Salerno nelle attività sopradescritte, va evidenziato che complessivamente nell'anno 2015 sono stati depositate circa 70.000 pratiche riguardanti atti e fatti inerenti le imprese iscritte, mentre nell'anno in corso, a novembre, sono già 80.000 le pratiche che risultano depositate al Registro imprese.

Il Registro Imprese è inoltre integrato con le notizie del Repertorio Economico Amministrativo (REA), consistente in un'anagrafe che contiene dati di carattere economico, statistico, amministrativo, come previsto dall'art. 8, punto d) della L. 580/93 e dall'art. 9 del D.P.R. 581/95. In tal modo, per ogni impresa sono certificabili sia l'assetto giuridico che i dati economici.

Alla tenuta, conservazione e gestione del Registro Imprese è preposto un Conservatore cui competono, oltre alle funzioni di certificazione, quelle di controllo delle condizioni di legge per l'iscrivibilità degli atti. L'operatività del Registro, inoltre, è sottoposta alla vigilanza di un Giudice del Registro delegato dal Presidente del Tribunale.

A norma del D.P.R. 581/1995, l'ufficio tiene il protocollo, il registro delle imprese e l'archivio degli atti e dei documenti. Ai sensi delle disposizioni di cui all'art. 2189 C.c., l'iscrizione nel Registro di atti e fatti avviene su istanza dell'interessato. In ogni caso, il Codice civile prevede i casi in cui l'iscrizione e la cancellazione viene disposta d'ufficio con provvedimento del Giudice del Registro (artt. 2190 e 2191 C.c.)

Al Registro delle imprese compete il controllo di legalità formale. L'ufficio, per il controllo delle condizioni richieste dalla legge, applica le disposizioni dell'art. 6, comma 1, lettera b), della L. 241/1990. Ai sensi dell'art. 11 del D.P.R. 581/1995, prima di procedere all'iscrizione, l'ufficio accerta:

- l'autenticità della sottoscrizione della domanda;
- la regolarità della compilazione del modello di domanda;
- la corrispondenza dell'atto o del fatto del quale si chiede l'iscrizione a quello previsto dalla legge;
- l'allegazione dei documenti dei quali la legge prescrive la presentazione;
- il concorso delle altre condizioni richieste dalla legge per l'iscrizione.

Le domande di iscrizione e di deposito al Registro Imprese sono effettuate in modalità telematica ed il rilascio di certificati e visure viene effettuato sia agli sportelli camerali che per via telematica.

Nel corso degli ultimi anni sono intervenute diverse normative che hanno apportato modifiche radicali all'erogazione dei servizi anagrafico-certificativi. In particolare, si è assistito alla completa telematizzazione del Registro delle imprese, dapprima limitata alle sole società e, dal 01 aprile 2010, estesa anche alle ditte individuali. Tale trasformazione richiede continuamente garanzia della sicurezza delle informazioni, maggiore semplificazione con cambiamenti nella struttura organizzativa dell'ufficio.

Alla consolidata attività di rilascio della Carta Nazionale dei Servizi e delle carte tachigrafiche (Salerno nel 2015 ha rilasciato 8000 firme digitali e 2600 carte



tachigrafiche), si aggiunge la necessità di rendere i servizi sempre più vicini e fruibili attraverso una molteplicità di canali e di punti di accesso.

Un passo significativo si è avuto con l'introduzione della Comunicazione Unica per la nascita dell'impresa che deve essere presentata al Registro delle imprese e sostituisce tutti gli adempimenti relativi all'inizio attività anche ai fini previdenziali, assistenziali, fiscali (Suap dei Comuni, Agenzia delle Entrate, Inps, Inail, Ministero del Lavoro, Albo artigiani).

Tale funzione ha assunto ancora maggiore importanza con l'attivazione dello Sportello Unico delle Attività Produttive (SUAP), previsto dall'art.38 comma 3 del d.l. 25.06.2008 n.112, convertito con modificazioni dalla L.133/2008.

Lo Sportello Unico per le Attività Produttive ha lo scopo di azzerare i tempi di definizione del procedimento amministrativo e ridurre gli oneri imposti alle imprese. Viene istituito presso i Comuni, con competenza territoriale, che ne possono esercitare le funzioni inerenti in forma singola o associata.

La Camera di Commercio assicura una piattaforma telematica gestita in delega o convenzione attraverso il portale www.impresainungiorno.gov.it. Il canale telematico consente all'imprenditore/prestatore di servizi di espletare tutte le formalità e gli adempimenti amministrativi riguardanti la sua attività produttiva, verso tutti gli enti e organismi della pubblica amministrazione. Il portale costituisce il sito web di riferimento per le imprese e consente di ottenere tutte le informazioni utili per svolgere, in modalità telematica, i suddetti adempimenti, svolgendo, nel contempo, una funzione di raccordo con le infrastrutture e le reti già operative. L'imprenditore/prestatore di servizi ha libero accesso alle attività produttive o di servizi e può svolgere gli adempimenti amministrativi normativamente previsti attraverso un unico interlocutore pubblico, individuato nel Suap, che fornisce una risposta unica e tempestiva in luogo di tutte le pubbliche amministrazioni coinvolte nei procedimenti.

Da segnalare che per la provincia di Salerno ci sono 73 Suap, di cui 65 in delega e 8 in convenzione, che utilizzano la piattaforma informatica del portale. Per l'anno 2015, Salerno risulta 1° in Campania e 20° in Italia per adempimenti digitali gestiti dal suap del portale impresa in un giorno. Anche per il corrente anno, al 30 settembre 2016, Salerno risulta 1° in Campania per numero di pratiche telematiche gestite dai Suap camerali, ammontanti a circa 4200.

Un aspetto fondamentale assume l'interscambio informativo tra il Suap e il Registro delle imprese, infatti, il Suap trasmette, esclusivamente in modalità telematica, alle altre amministrazioni pubbliche coinvolte nel procedimento, le comunicazioni attestanti atti, fatti, qualità, stati soggettivi, nonché gli atti di autorizzazione, licenza, concessione, permesso o nulla-osta comunque denominati. Dette informazioni, debbono essere inviate alla Camera di Commercio che provvede al loro inserimento nel REA ed alla raccolta e conservazione nel fascicolo informatico per ciascuna impresa.

In tale ambito la Camera proseguirà l'attività di miglioramento costante dei servizi forniti all'utenza, anche attraverso la partecipazione a gruppi di lavoro congiunti: Gruppo di lavoro Ateco e Tavolo di lavoro Conservatori campani.



Il gruppo di lavoro Ateco (Infocamere, Unioncamere, diverse Camere di Commercio), ha realizzato una piattaforma web, denominata *ATECO.INFOCAMERE.IT*, che consente, alle imprese e ai professionisti intermediari coinvolti nella presentazione delle denunce inerenti alle variazioni di attività al Registro Imprese, di:

- ⇒ individuare la codifica ATECO – ISTAT 2007 associata alle attività economiche che l'impresa intende dichiarare al Registro Imprese;
- ⇒ determinare, in base ai codici, la descrizione dell'attività basata sulle declaratorie e le note di inclusione dei codici;
- ⇒ avere cognizione delle norme associate, dei requisiti e documenti richiesti;

Il gruppo di lavoro dei Conservatori campani, organizzato anche in sottogruppi, si riunisce presso Unioncamere Campania e vi partecipano le Camere di Commercio campane. Affronta, periodicamente, tematiche legate a provvedimenti, problematiche, adempimenti (leggi, circolari, pareri ministeriali, etc.) che abbiano ad oggetto le funzioni svolte dal Registro Imprese e che richiedano la condivisione di soluzioni comuni circa i comportamenti da adottare. Tali riunioni hanno anche la funzione di coinvolgere altre Pubbliche Amministrazioni per quanto riguarda la realizzazione di procedure congiunte (Regione e Comuni per il SUAP).

Le attività descritte hanno la finalità di perseguire un'omogeneizzazione dei comportamenti e delle procedure, consentendo così agli utenti di poter accedere ai servizi offerti con gli stessi standard di efficienza.

Sempre in relazione ai servizi anagrafico-certificativi, occorre ricordare che il DPR 247/04, introducendo la cancellazione d'ufficio delle ditte e delle società inattive, ha consentito l'avvio dell'attività di aggiornamento degli archivi con conseguente miglioramento della qualità delle informazioni, nonché l'art.2490 c.c. che coinvolge le società di capitali in scioglimento e liquidazione che hanno omesso il deposito dei bilanci annuali di liquidazione per almeno un triennio.

L'aggiornamento del registro è fonte di certezze giuridiche ed elemento principale per la statistica economica nazionale; un registro delle imprese alleggerito delle posizioni non operative, garantisce una reale rappresentazione della consistenza numerica delle imprese che costituisce anche il parametro ai fini della determinazione del numero dei seggi del consiglio camerale, ma soprattutto rappresenta un percorso di monitoraggio sulla qualità dei dati offerti

Ai fini delle disposizioni in parola, il Conservatore ha ricevuto apposita delega, conferita dal Giudice Delegato alla vigilanza sul Registro delle Imprese, per procedere alla cancellazione d'ufficio con proprio provvedimento. Le imprese coinvolte nella predetta procedura ammontano complessivamente a quasi 13mila, di cui circa 9mila imprese individuali e quasi 4mila società di persone. Va precisato che il procedimento avviato nel 2011, e che vede ad oggi l'avvenuta cancellazione di circa 4000 imprese, dovrà proseguire nei prossimi anni, attesa la complessità e il rigore del procedimento amministrativo, gestito tra l'altro in modalità interamente cartacea, consentendo la cancellazione media annua di 500/1000 posizioni anagrafiche.

La Legge di stabilità 2012 – L.183/2011 - ha introdotto delle modifiche rilevanti alla disciplina dei certificati e dichiarazioni sostitutive di cui al D.P.R. 445/2000. L'art.15



comma 1 opera la completa “decertificazione” nei rapporti tra Pubblica Amministrazione e Privati, sancendo la produzione, da parte degli interessati, delle dichiarazioni sostitutive di certificazioni o dell’atto di notorietà nonché l’acquisizione diretta dei dati presso le Amministrazioni certificanti da parte delle Amministrazioni procedenti.

La summenzionata disposizione deve essere osservata da tutte le Pubbliche Amministrazioni e dai Gestori di Pubblici Servizi nei rapporti tra loro e in quelli con l’utenza. L’ufficio del Registro delle imprese, per le certificazioni di competenza, mette a disposizione delle PP.AA. un indirizzo pec presidiato, certificazionipa@sa.legalmail.camcom.it, per la raccolta delle richieste e la trasmissione delle certificazioni oltre alla piattaforma web dedicata <https://verifichepa.infocamere.it>.

Sempre riguardo alle funzioni anagrafico-certificative, la legge regionale della Campania n.11/2015 ha introdotto rilevanti misure di semplificazione per le imprese artigiane che si sostanziano:

- nella soppressione dell’Albo delle imprese artigiane e sostituzione con la sola annotazione al registro delle imprese;
- nella soppressione delle Commissioni provinciali e della Commissione Regionale per l’artigianato;

Dall’1 gennaio 2016 l’Albo Imprese Artigiane è stato soppresso e da tale data le imprese artigiane sono esclusivamente iscritte nell’apposita sezione del Registro delle Imprese (trattasi di circa 20.000 imprese iscritte ed una movimentazione di circa 5000 pratiche annue). All’Ufficio sono attribuite le funzioni amministrative attinenti l’annotazione, la modificazione e la cancellazione delle imprese artigiane dalla sezione speciale del registro delle imprese. Le imprese in possesso dei requisiti stabiliti dalla legge 443/1985 (Legge quadro per l’Artigianato) assumono la qualifica di impresa artigiana con l’iscrizione, ai sensi dell’art.9 del d.l. 7/2007 (Comunicazione Unica), nella sezione speciale del registro delle imprese.

Il Registro delle Imprese, quindi, relativamente all’iscrizione, cancellazione e modifica concernenti imprese artigiane:

- trasmette, ai fini dell’applicazione della legislazione in materia di assicurazione, previdenza e assistenza attraverso applicazione web dedicata denominata PARD, l’annotazione alle competenti sedi dell’INPS;
- dispone accertamenti e controlli avvalendosi dell’attività istruttoria dei Comuni;
- mette a disposizione della Regione, a titolo gratuito, i dati relativi alle imprese artigiane contenuti nella sezione speciale del registro delle imprese e trasmette al Presidente della Giunta regionale, entro il 30 marzo di ciascun anno, una dettagliata relazione sulle annotazioni, modificazioni e cancellazioni effettuate in relazione ad imprese artigiane.

Riguardo gli adempimenti soggetti a deposito al registro imprese, si evidenziano tutte le attività legate al deposito dei bilanci annuali di esercizio, che per la provincia di Salerno ammontano a circa 16.000 bilanci l’anno.

La Camera ha razionalizzato, nel corso degli anni, il ciclo di istruttoria ed evasione dei bilanci societari depositati al Registro delle Imprese attraverso:



- l'internalizzazione del processo istruttorio;
- l'individuazione di unità lavorative dedicate prioritariamente a questa attività;
- il potenziamento dell'assistenza all'utenza internalizzando il call center esterno attraverso la creazione di due appositi indirizzi mail dedicati: callcenter@sa.camcom.it e controllobilanci@sa.camcom.it;
- la verifica, in sede di deposito bilancio, della validità dell'indirizzo pec univoco, valido, attivo e proprio dell'impresa;
- l'invio mailing alle società che – in sede di deposito – presentano anomalie per i depositi delle precedenti annualità;
- la verifica dei verbali di assemblea ai fini dell'applicazione dell'art.2631 c.c.;

L'ufficio del Registro delle imprese assicura l'erogazione dei servizi all'utenza attraverso una rete capillare di sportelli provinciali operanti presso la sede operativa di Salerno, Nocera Superiore, Vallo della Lucania e Sala Consilina. In tale ambito, assumono particolare rilevanza i servizi innovativi relativi al rilascio delle carte crono tachigrafiche, dispositivi di firma digitale e CNS (carta nazionale dei servizi) di cui al D.Lgs. 82/2005. L'ufficio, aderendo alla convenzione Unioncamere, Infocamere, Infocert - gestore identità digitale, offre altresì a tutte le imprese la possibilità di ottenere gratuitamente, presso lo sportello della sede di Salerno, le credenziali SPID (Sistema Pubblico di Identità Digitale), l'identità digitale attraverso la quale cittadini e imprese possono accedere ai servizi online della pubblica amministrazione. Il Sistema Pubblico di Identità Digitale, SPID, è l'infrastruttura che il Codice dell'Amministrazione Digitale D.Lgs.82/2005 ha introdotto accanto alla CNS (Carta Nazionale dei Servizi) e alla CIE (Carta d'Identità Elettronica) come strumento per gestire con una modalità semplice, sicura e diffusa il riconoscimento in rete delle persone fisiche e giuridiche durante l'accesso ai servizi on line.

SPID consentirà a cittadini e imprese di accedere con un'unica Identità Digitale - usando lo stesso nome utente e password, da computer, tablet e smartphone - a tutti i servizi online delle pubbliche amministrazioni e potrà essere adottato su base volontaria anche da organizzazioni e imprese private.

La gestione del Registro delle imprese è completamente informatizzata e uniformata sul territorio nazionale. Piattaforme informatiche e portali dedicati di particolare rilievo sono quelli dedicati alle RETI D'IMPRESA, PMI INNOVATIVE, START UP INNOVATIVE, INCUBATORI CERTIFICATI, ALTERNANZA SCUOLA-LAVORO.

Particolarmente rilevanti sono le competenze recentemente assunte in materia di Startup innovative. L'art.4, comma 10 bis del D.L. 3/2015 ha sancito la possibilità, secondo una procedura derogatoria delle norme codicistiche, facoltativamente e in via alternativa rispetto a quanto ordinariamente previsto, di costituire start up innovative con forma giuridica di srl attraverso un modello standard uniforme. I contratti di società a responsabilità limitata, aventi per oggetto esclusivo o prevalente, lo sviluppo, la produzione e la commercializzazione di prodotti o servizi innovativi ad alto valore tecnologico sono redatti in forma elettronica e firmati digitalmente, avvalendosi della piattaforma delle Camere www.startup.registroimprese.it. E' prevista, inoltre, la possibilità che l'atto costitutivo e lo statuto rechino sottoscrizioni digitali autenticate e quindi che la loro redazione sia effettuata in Camera di Commercio. Presso la Camere sono istituiti un ufficio assistenza qualificata alla stipula dell'atto AQI e un ufficio per le verifiche anticiclaggio.



L'Ufficio del Registro delle Imprese assolve agli adempimenti amministrativi di cui alla Direttiva del 27/04/2015 emanata dal Ministro dello Sviluppo Economico d'intesa con il Ministro della Giustizia che contiene misure necessarie ad assicurare che le imprese costituite in forma societaria e le imprese individuali attive non soggette a procedura concorsuale si adegino all'obbligo di:

- munirsi di una casella di posta elettronica certificata;
- iscrivere il relativo indirizzo nel registro delle imprese;
- mantenere attiva la casella di posta elettronica certificata;

In virtù della delega del procedimento di cancellazione dell'indirizzo PEC conferita al Conservatore in data 14/04/2016 dal Giudice del Registro l'ufficio procede alla cancellazione d'ufficio dal registro delle imprese del dato relativo agli indirizzi PEC non validi, revocati, non univoci, del professionista (per il 2016 sono state avviate circa 23000 cancellazioni di pec)

I limiti finanziari stringenti e la riduzione delle entrate costituiscono elementi di criticità per la programmazione delle attività per l'adempimento alle prescrizioni contenute nella direttiva. Nonostante l'esistenza delle predette variabili, che condizionano l'azione, si è dato impulso, attraverso l'interrelazione con le attività di automatizzate messe in campo da Infocamere, a tutte le possibili forme di automazione delle attività contemplate. L'assenza della casella di posta elettronica certificata, determinerebbe un elevato impatto economico sulla Camera connesso all'attivazione e la conclusione dei procedimenti, le cui comunicazioni dovrebbero essere trasmesse a mezzo raccomandata A/R. Al fine di evitare ripercussioni economiche sui costi dell'Ente, l'Ufficio ha previsto l'applicazione dell'art.8 della L.241/1990 effettuando la notifica degli avvii del procedimento e dei provvedimenti di cancellazione attraverso l'albo camerale on line, il sito istituzionale e, nel caso di pec revocate, anche all'albo pretorio dei Comuni in cui hanno sede le singole imprese. La maggiore qualità delle comunicazioni effettuate tramite PEC da parte della P.A., intesa sia in termini di riduzione dei tempi e sia di semplificazione della notifica, è correlata ai benefici in termini di economicità dell'azione amministrativa, che si determinano con la riduzione dei costi conseguenti al ricorso di altre modalità di comunicazione e notifica nei confronti delle imprese.

Nell'ambito dell'area anagrafica affiancata all'ordinaria attività dell'ufficio del registro delle imprese sono svolte le competenze relative alla tenuta dei seguenti albi, ruoli ed elenchi e procedimenti amministrativi:

- Ruolo dei periti e degli esperti
- Ruolo dei conducenti di veicoli o natanti adibiti ad autoservizi pubblici non di linea
- Ruolo provinciale gestori del servizio di trasporto scolastico
- Ruolo dei mediatori marittimi – sezione speciale
- Elenco dei raccomandatari marittimi
- Esami di abilitazione all'esercizio dell'attività di mediatore (agenti immobiliari, agenti con mandato a titolo oneroso, agenti merceologici, agenti in servizi vari);
- Esami di abilitazione all'esercizio dell'attività di mediatore marittimo;
- Esami di abilitazione all'esercizio dell'attività di raccomandatario marittimo;
- Verifica requisiti agenti e rappresentanti di commercio;
- Verifica requisiti mediatori;
- Verifica requisiti mediatori marittimi;
- Verifica requisiti spedizionieri.



Presso gli sportelli camerali vengo erogati i servizi per il commercio con l'estero di seguito riepilogati:

- Visti su documenti da valere all'estero;
- Attestato libera vendita;
- Certificazione per l'Estero - Carnet A.T.A. - T.I.R;
- Certificati d'origine (richiedibili anche on line attraverso la piattaforma Telemaco CERTO');
- Richiesta numero meccanografico.

Nel prossimo quinquennio la Camera di Commercio di Salerno opererà per essere una Pubblica Amministrazione "alleata" del mondo imprenditoriale, promotrice delle esigenze di sistema delle imprese. Bisognerà sempre più accorciare la "distanza" tra l'Ente e le imprese e "fare sistema", svolgendo un ruolo di primo piano per la promozione socio-economica provinciale e assumendo il ruolo di interlocutore privilegiato delle imprese stesse interagendo con le Associazioni imprenditoriali di categoria e degli Ordini Professionali.

Occorrerà stimolare alleanze e sinergie con le altre autonomie funzionali ed Istituzioni del territorio al fine di intraprendere azioni comuni nelle quali possano confluire risorse, progettualità e competenze complementari.

La qualità dei servizi offerti dalla Camera può essere un importante fattore di competitività per il territorio e di conseguenza, l'efficienza, l'innovazione e la riduzione dei tempi dell'azione amministrativa sono un passaggio obbligato. L'azione amministrativa della Camera sarà conformata ai principi di semplificazione, efficienza, efficacia, economicità, trasparenza e valutazione delle performance.

Sarà sviluppato il tema dell'innovazione dei processi amministrativi e della comunicazione coniugando le logiche organizzative e le innovazioni tecnologiche, garantendo un elevato standard qualitativo e il costante adeguamento delle competenze professionali.

Saranno avviati processi, interni ed esterni per:

- ⇒ la costante e progressiva dematerializzazione dei flussi cartacei;
- ⇒ la normalizzazione dei tempi di lavorazione delle pratiche presentate al Registro Imprese;
- ⇒ l'utilizzo della firma digitale e posta elettronica certificata;
- ⇒ la sensibilizzazione delle imprese in ordine all'indirizzo di posta elettronica certificata;
- ⇒ la diffusione attraverso il sito istituzionale di attività elearnig;
- ⇒ la diffusione attraverso il sito istituzionale e i social media di informazioni legate alle attività amministrative del registro delle imprese;
- ⇒ l'organizzazione di momenti informativi verso le imprese e professionisti circa i servizi di e-government della Camera;
- ⇒ sostegno economico al SUAP camerale;
- ⇒ l'informatizzazione dei servizi e l'utilizzo sistematico delle tecnologie ICT come leva per ripensare l'organizzazione dei processi amministrativi, rendendoli più semplici e più efficaci, meno costosi e più capaci di generare servizi di qualità;



Area strategica: REGISTRO IMPRESE. PA VERSO LE IMPRESE: INFORMATIZZARE E SEMPLIFICARE

Obiettivi	Linee d'azione
Riduzione dei costi della burocrazia	<p>Promuovere l'utilizzo della firma digitale e della posta elettronica certificata da parte delle imprese</p> <p>Valorizzare il SUAP camerale e relativa copertura integrale degli oneri a beneficio dei Comuni che aderiscono in delega/convenzione</p> <p>Partecipare ai gruppi di lavoro ATECO e Conservatori campani</p> <p>Migliorare l'informatizzazione dei servizi e dell'utilizzo sistematico delle tecnologie ICT</p> <p>Diffondere i servizi innovativi relativi al rilascio di firma digitale, cns, spid, cartecorotachigrafiche</p> <p>Valorizzare i servizi di egovernment camerale (rivista – ritrend – rebuild-inbalance) attraverso il sito istituzionale, i social media</p> <p>Realizzare momenti info/formativi per i professionisti e le imprese anche attraverso attività e learning</p>
Riduzione dei tempi dell'azione amministrativa	<p>Conformare l'azione amministrativa ai principi di semplificazione, efficienza, efficacia, economicità, trasparenza e valutazione delle performance</p> <p>Informatizzare i provvedimenti di rifiuto e del conservatore</p> <p>Normalizzare i tempi di lavorazione delle pratiche telematiche presentate al Registro delle Imprese;</p>

LINEA 4 - REGOLAZIONE DEL MERCATO E TUTELA DEL CONSUMATORE

L'adesione dell'Italia all'UE ha comportato un profondo ripensamento delle politiche di intervento pubblico nell'economia poiché il legislatore comunitario ha introdotto due importanti principi negli ordinamenti nazionali: il principio di libera concorrenza tra gli



operatori economici e quello di libera circolazione delle merci, delle persone, dei servizi e dei capitali nell'ottica di costruire un mercato unico senza barriere e limitazioni. Le conseguenze nel nostro ordinamento di una siffatta impostazione hanno riguardato soprattutto il graduale abbandono dei modelli di intervento pubblico diretto, considerati inefficienti e obsoleti, a favore di modelli più snelli e meno costosi basati sull'esercizio di funzioni di regolazione. Alla legge viene quindi assegnato il compito di fissare le cosiddette "regole del gioco" mentre alla PA quello di vigilare sulla loro osservanza in modo tale che tra gli operatori possano svilupparsi relazioni economiche corrette, leali e trasparenti nell'ottica di preservare le condizioni di base del mercato libero e concorrenziale.

In tale ambito, le Camere di commercio svolgono un ruolo attivo teso da un lato a garantire un mercato trasparente e concorrenziale per le imprese che vi operano correttamente e, dall'altro, innalzare il livello di salute, sicurezza e tutela per i consumatori

Pertanto, anche la Camera di Commercio di Salerno ritiene essenziale assicurare la correttezza nei rapporti tra gli operatori economici (imprese e consumatori) attraverso il presidio di tutti i compiti istituzionali rientranti nell'ampio concetto di regolazione del mercato.

Tra essi, spiccano le funzioni in tema di metrologia legale che si occupano delle unità, dei metodi e degli strumenti di misura, relative alle esigenze tecniche e giuridiche dello Stato allo scopo di garantire la correttezza delle misure utilizzate per le transazioni commerciali e, più in generale, a garantire la pubblica fede in ogni tipo di rapporto economico tra più parti, attraverso l'esattezza della misura; tali attività si sostanzieranno in un'intensa attività ispettiva tesa a verificare il corretto funzionamento degli strumenti metrici, la genuinità dei sigilli metrici apposti sugli strumenti, la regolare esecuzione delle verifiche periodiche.

Particolarmente importante sarà, altresì, l'attività di vigilanza che l'Ente svolgerà sui centri tecnici abilitati allo svolgimento sui tachigrafi digitali di tutte le operazioni di montaggio, attivazione, taratura, riparazione e sostituzione. Il sistema del nuovo tachigrafo digitale si fonda su specifiche norme di sicurezza, tese ad assicurare l'impossibilità della manipolazione dell'apparato digitale allo scopo di garantire la correttezza dei dati sulla velocità ed i tempi di guida, il cui rispetto è considerato determinante per la sicurezza stradale. A tal fine, assume estrema rilevanza la serietà e la capacità tecnica e professionale dei centri tecnici abilitati ad operare sui cronotachigrafi. In Italia l'autorizzazione è rilasciata dal Ministero dello Sviluppo Economico e le domande sono presentate alle Camere di Commercio, che predispongono l'istruttoria per l'inoltro al MISE.

Se le attività di regolazione del mercato rappresentano un pilastro delle politiche pubbliche comunitarie e nazionali, nondimeno importante è la tutela del consumatore. La normativa europea sancisce, infatti, il diritto dei consumatori alla tutela della salute, alla qualità dei prodotti e dei servizi, ad un'adeguata informazione, nonché alla trasparenza ed equità dei rapporti contrattuali. Le attività che su questo versante vedranno la Camera impegnata si concretizzeranno in azioni di:

- informazione preventiva a consumatori ed imprese su diritti ed obblighi previsti dalla normativa vigente per garantire la produzione, distribuzione e acquisto di prodotti sicuri rientranti negli ambiti di competenza della Camera (elettrici e compatibilità elettromagnetica, dispositivi di protezione individuale, giocattoli, prodotti generici di cui al Codice del consumo, prodotti connessi all'energia, tessili e calzature). Sarà, altresì,



necessario fornire servizi informativi anche in tema corretta etichettatura di prodotti alimentari attivando dei protocolli di intesa con le Autorità preposte al controllo (NAS, Regione, ASL) nonché con gli organismi del sistema camerale impegnati in questo ambito;

- accertamento della presenza sul territorio salernitano di prodotti non conformi alle norme di sicurezza mediante attività di controllo sugli operatori economici interessati (fabbricante, mandatario, importatore, distributore) di tipo:
 - ⇒ *visivo*, sugli elementi formali del prodotti;
 - ⇒ *documentale* sulle informazioni che eventualmente i produttori devono tenere a disposizione per dimostrare la valutazione di conformità eseguita sul prodotto;
 - ⇒ *di laboratorio*, verificando l'effettiva rispondenza dei prodotti, secondo i casi, ai requisiti essenziali di legge o a quanto dichiarato in etichetta.
- accertamento di prodotti contraffatti recanti denominazioni fallaci che richiamano l'origine italiana allo scopo di rispondere alla esigenza di garantire, da un lato, la tracciabilità del prodotto nelle varie fasi di realizzazione e, dall'altro, di tutelare la filiera produttiva nei suoi vari passaggi; tali attività dovranno essere articolate in stretto raccordo con le autorità di polizia giudiziaria tra le quali la Guardia di Finanza.

In ogni caso tutte le attività in tema di sicurezza dei prodotti vedranno la Camera operare anche in stretto raccordo con l'Unioncamere nazionale nell'ambito di azioni di sistema quali, ad esempio, il progetto di sistema VIMER.

Nell'ambito delle iniziative di cui alla presente linea strategica si intende, altresì, promuovere la correttezza e trasparenza dei comportamenti tra imprese e consumatori attraverso la creazione di marchi collettivi aventi una caratterizzazione di tipo territoriale ovvero l'adesione a marchi realizzati dal sistema camerale per la connotazione di specifiche filiere produttive.

La tutela della fede pubblica troverà esplicitazione nel periodo di mandato anche attraverso la presenza di funzionari camerale nel corso delle manifestazioni a premio. Si tratta di iniziative pubblicitarie dirette a favorire, nel territorio dello Stato italiano e attraverso la promessa di premi, la conoscenza di prodotti, servizi, ditte, insegne o marchi oppure la vendita di beni o servizi. Lo svolgimento delle manifestazioni a premio è disciplinato dal DPR 26/10/2001, n. 430 che prevede l'obbligo per l'impresa di richiedere l'intervento di un pubblico ufficiale, notaio o funzionario della Camera di Commercio territorialmente competente, per la verifica della regolarità dell'assegnazione dei premi e per la redazione dei verbali secondo precise modalità.

Un mercato può dirsi davvero trasparente ed efficiente nella misura in cui non vi siano asimmetrie informative tali da squilibrare il rapporto tra gli operatori ex ante, in itinere ed ex post. Difatti, è di tutta evidenza come sia di fondamentale importanza per ciascun operatore di mercato disporre di tutte le informazioni possibili al fine di valutare correttamente il rischio connesso ad un determinato rapporto economico. Con la tenuta del Registro telematico dei protesti la Camera di commercio concorre a colmare le asimmetrie informative esistenti sul mercato mettendo a disposizione del pubblico informazioni sull'affidabilità dei soggetti di mercato. Infatti, il registro raccoglie in una banca dati nazionale, i nominativi dei soggetti che hanno subito una levata di protesto per mancato pagamento di pagherò cambiari, tratte accettate e assegni bancari e per mancata



accettazione di cambiali. Si tratta di un servizio camerale particolarmente importante e delicato poiché sono evidenti i riflessi sul credito, sull'affidabilità commerciale del soggetto protestato e più in generale sulla fede pubblica. Oltre alle ordinarie attività amministrative legate alla tenuta del registro (iscrizione dei protesti, cancellazione per avvenuto pagamento, per riabilitazione, rilascio visure protesti), la Camera dovrà porre in essere azioni informative tese ad informare i soggetti protestati circa le condizioni e le modalità di cancellazione di un protesto dal Registro allo scopo di consentire un recupero di credibilità/affidabilità nei confronti degli altri soggetti di mercato. Si dovrà, infine, perseguire l'obiettivo di giungere alla modifica della normativa vigente in tema di riabilitazione dei soggetti protestati, contenuta nella legge n. 108/96, al fine di attrarre nell'alveo delle competenze camerali le funzioni attualmente svolte dai tribunali. Ciò introdurrebbe una rilevante semplificazione procedurale per i soggetti interessati alla riabilitazione unitamente ad una diminuzione dei carichi di lavoro pendenti presso gli uffici giudiziari.

Rientrano, altresì, nella regolazione del mercato le attività camerali per la tutela e valorizzazione delle opere dell'ingegno di carattere creativo volte alla produzione dei cosiddetti "beni immateriali" i quali beneficiano della protezione da parte di norme che attribuiscono ai titolari diritti sui beni stessi:

- di natura personale (diritto di essere riconosciuto autore o ideatore del bene);
- di natura patrimoniale (diritto di sfruttare economicamente il risultato della propria attività di creazione o di invenzione).

La Camera di commercio di Salerno, nell'ottica di sostenere la competitività delle PMI, affiancherà alla consueta attività di ricezione delle domande di registrazione per marchi di impresa, per brevetti, per invenzioni industriali e modelli di utilità nonché domande di registrazione per disegni e modelli, anche attività di informazione e assistenza di primo livello e, in generale, di supporto al tessuto imprenditoriale locale per favorire la tutela del patrimonio immateriale delle imprese.

Proseguirà, inoltre, l'attività della Camera sul fronte della qualificazione ambientale dell'impresa attraverso le attività connesse al MUD e alla adesione al portale Ambiente, gestito da Ecocerved, disponibile dal sito camerale

Strettamente connessa all'attività di vigilanza del mercato è l'esercizio dell'attività sanzionatoria in materia di illeciti amministrativi che le Camere svolgono in virtù del d.lgs n. 112/98. Tale attività si sostanzia nella emanazione di ordinanze - ingiunzioni a seguito di verbali elevati da vari organi di controllo (Camere di commercio, Polizia Municipale, Polizia di Stato, Carabinieri, Guardia di Finanza, ecc..) per la violazione di norme relative alle seguenti materie:

- sicurezza dei prodotti
- etichettatura e marcatura di prodotti non alimentari
- fallace indicazione dell'uso del marchio
- omessi e ritardati depositi al Registro Imprese;
- mancata iscrizione a Ruoli e Albi camerali
- strumenti metrici
- metalli preziosi
- commercializzazione sacchi monouso per asporto merci
- sicurezza degli impianti
- attività di autoriparazione



- magazzini generali
- contratti negoziati fuori dai locali commerciali e contratti a distanza

Su questo versante, la Camera non dovrà porsi solo come ente con funzioni di carattere sanzionatorio-repressivo ma anche come soggetto aperto e dialogante con l'utenza allo scopo di prevenire il verificarsi di illeciti amministrativi mediante la pianificazione di campagne informative, incontri con associazioni di categoria e ordini professionali.

Le attività camerali che rientrano nella regolazione del mercato sono finalizzate a fornire agli operatori del mercato, in una logica di prevenzione del contenzioso, strumenti per acquisire consapevolezza circa le normative esistenti e stimolare lo sviluppo di relazioni commerciali corrette ed equilibrate. Ciò nonostante, nella realtà quotidiana è pressoché frequente l'insorgere di contenziosi per la cui soluzione si registrano tempi particolarmente lunghi e costi assolutamente elevati. La Camera di commercio di Salerno intende favorire mediante i servizi di risoluzione alternativa delle controversie strumenti rapidi, flessibili e poco onerosi affinché le parti in causa possano giungere velocemente alla soluzione del contenzioso. Obiettivo prioritario della Camera sarà, pertanto, quello di proseguire l'attività di mediazione e conciliazione attraverso l'organismo di mediazione autorizzato dal Ministero della Giustizia, anche ampliandone, in collaborazione con altri soggetti pubblici come gli ordini professionali, il raggio di azione, nonché di implementare azioni di promozione di iniziative formative e di diffusione delle stesse procedure al fine di creare una vera e propria cultura della risoluzione alternativa delle controversie intesa quale diverso approccio al conflitto ed alla sua gestione. Nondimeno importante sarà la realizzazione di azioni tese alla diffusione dell'arbitrato. In questa direzione sarà necessario intensificare i rapporti con gli organi giudiziari, gli ordini professionali e le associazioni di categoria datoriali, dei consumatori e sindacali.

Area strategica: REGOLAZIONE DEL MERCATO E TUTELA DEL CONSUMATORE	
Obiettivo	Linea di intervento
Garantire la correttezza nelle transazioni commerciali e la fede pubblica	<p>Organizzare campagne informative, incontri con associazioni di categoria, ordini professionali, imprese ed Enti locali.</p> <p>Realizzare attività ispettive per verificare il corretto funzionamento degli strumenti metrici</p> <p>Realizzare attività di sorveglianza sui centri abilitati ad operare sui cronotachigrafi digitali</p> <p>Realizzare ogni altra attività prevista dalla normativa in materia metrologica (contatori acqua, gas, calore)</p> <p>Intensificare la collaborazione con le forze di polizia al fine di rendere più efficace l'azione di vigilanza sul mercato</p> <p>Assicurare il presidio delle funzioni</p>



	connesse alle manifestazioni a premio
Vigilare sulla conformità e sulla sicurezza dei prodotti immessi in commercio	<p>Realizzare azioni informative per consumatori ed imprese su diritti ed obblighi previsti dalla normativa vigente per garantire la produzione, distribuzione e acquisto di prodotti sicuri rientranti negli ambiti di competenza della Camera</p> <p>Vigilare sul mercato al fine di accertare la presenza di prodotti non conformi alla normativa anche in tema di etichettatura.</p> <p>Avviare una collaborazione con le autorità preposte al controllo sui prodotti alimentari (NAS, Regione, ASL) e con gli organismi del sistema camerale sui temi della corretta etichettatura</p> <p>Consolidare la collaborazione con Unioncamere sui temi della conformità e sicurezza dei prodotti</p> <p>Svolgere anche in coordinamento con le autorità di polizia giudiziaria e/o con Unioncamere azioni di contrasto alla contraffazione di prodotti recanti indicazioni fallaci in tema di "Made in Italy"</p>
Promuovere la tutela della proprietà industriale e dei beni immateriali	<p>Realizzare il servizio di ricezione delle domande di registrazione di marchi e brevetti</p> <p>Svolgere attività di assistenza di primo livello in tema di tutela della proprietà industriale</p> <p>Realizzare azioni info/formative per promuovere la cultura del valore dei beni immateriali</p>
Promuovere la trasparenza del mercato	<p>Erogare il servizio di front/back office sui protesti</p> <p>Realizzare campagne informative per promuovere la conoscenza delle condizioni e modalità per la cancellazione di un protesto dal registro</p> <p>Proporre la modifica della normativa in materia di riabilitazione</p>
Promuovere la tracciabilità dei prodotti	Sviluppare marchi territoriali



	Promuovere l'adesione a marchi nazionali identificativi di filiere produttive
Promuovere la diffusione delle procedure alternative per la soluzione delle controversie	<p>Erogare il servizio di mediazione e conciliazione</p> <p>Realizzare momenti info/formativi per la promozione della cultura della mediazione ed arbitrato</p> <p>Avviare collaborazioni con altri soggetti istituzionali per ampliare il raggio di azione dell'organismo di mediazione della Camera</p> <p>Regolamentare l'arbitrato e qualificare gli arbitri designati dalla Camera per la soluzione di controversie civili</p>

LINEA 5 - ORIENTAMENTO AL LAVORO

In un'economia sempre più caratterizzata da elementi immateriali sui quali si fonda la strategia competitiva delle imprese assume una rilevanza sempre maggiore il valore del capitale umano dispiegato nei processi produttivi. Difatti, sono le risorse umane che innovano, che ricercano, che disegnano, che producono, che comunicano, che distribuiscono e vendono e che, in altre, parole creano il valore aggiunto di ciascuna impresa.

La continua trasformazione del Mercato del Lavoro ha imposto, nel corso degli anni, una riflessione sulle politiche di valorizzazione del capitale umano. In tale ambito, l'orientamento assume una crescente centralità. Orientare significa creare le condizioni affinché ciascun individuo possa prendere coscienza del contesto occupazionale e del proprio bagaglio di competenze per poter assumere scelte autonome e coerenti con il contesto stesso. L'orientamento diventa, quindi, lo strumento a disposizione dell'individuo per definire il proprio ruolo in una determinata realtà e per attivare e facilitare il processo di scelta formativo/professionale del soggetto.

Occorre, quindi, creare le condizioni affinché la fase di orientamento al lavoro, soprattutto se indirizzata alle giovani generazioni, avvenga in maniera mirata ed attenta tenendo conto delle esigenze del sistema produttivo in modo tale da avvicinare in modo strutturale e permanente la domanda all'offerta nel mercato del lavoro.

La Camera di Commercio di Salerno, pertanto, nel riconoscere il valore fondamentale dell'orientamento al lavoro e alle professioni intende concorrere al miglioramento dell'efficacia e dell'efficienza dei sistemi di istruzione, formazione e lavoro attraverso il potenziamento dell'incontro tra domanda e offerta di competenze favorendo, in tal modo, il successo formativo degli individui nonché la loro occupabilità.

Le modalità attraverso le quali la Camera declinerà nel periodo di mandato la linea strategica saranno diverse, sebbene tutte idealmente ed operativamente basate sul



presupposto di un'intensa collaborazione e raccordo con le istituzioni governative e regionali competenti, il sistema di istruzione secondario di secondo grado, le Università.

Con la Legge 107/2015, cd "Buona scuola" è stato introdotto un nuovo approccio alla didattica, rivolto a tutti gli studenti del secondo biennio e dell'ultimo anno, che prevede un percorso obbligatorio di alternanza scuola lavoro avente lo scopo di orientare i ragazzi nella scelta che dovranno fare una volta terminato il percorso di studio. Il periodo di alternanza scuola-lavoro si articola in 400 ore per gli istituti tecnici e 200 ore per i licei e si realizza con attività dentro la scuola o fuori dalla scuola. In tale ambito, la Camera intende assumere il ruolo di soggetto istituzionale di raccordo tra il mondo della scuola e quello produttivo, anche mediante la realizzazione di percorsi formativi e momenti di incontro tra studenti e imprese. Sempre su questo fronte, occorrerà stimolare attraverso opportune azioni di sensibilizzazione, da attuarsi in raccordo con le associazioni di categoria, l'iscrizione delle imprese nel registro nazionale dell'alternanza scuola lavoro previsto all'articolo 1, comma 41 della su richiamata legge. Le competenze acquisite dovranno consentire agli studenti partecipanti la maturazione di un credito spendibile sia ai fini della prosecuzione del percorso scolastico o formativo per il conseguimento del diploma o della qualifica, sia per gli eventuali passaggi tra i sistemi ivi compresa l'eventuale transizione nei percorsi di apprendistato.

Proprio l'aspetto della certificazione delle competenze dovrà rappresentare un'ulteriore declinazione della strategia di orientamento al lavoro. Difatti, la strategia Europa 2020 pone lo sviluppo di conoscenze, capacità e competenze quale premessa per la crescita economica e dell'occupazione al fine di migliorare l'ingresso e il miglioramento nel mercato del lavoro, facilitare le transizioni tra le fasi lavorative e di apprendimento, promuovere la mobilità geografica e professionale. A tale scopo si consolida l'esigenza di costruire un sistema di riconoscimento, validazione e certificazione delle competenze che permetta a chiunque di poter valorizzare e spendere le proprie competenze acquisite in un determinato contesto geografico, nel mercato europeo del lavoro e nei sistemi di istruzione e formazione come previsto dall'art. 4 (co. 58) della legge 92 del 2012. Di particolare rilevanza per la Camera sarà la collaborazione per la realizzazione del sistema di certificazione delle competenze acquisite in contesti non formali (caratterizzato da una scelta intenzionale della persona, che si realizza al di fuori dei sistemi indicati nell'apprendimento formale, in ogni organismo che persegua scopi educativi e formativi, anche del volontariato, del servizio civile nazionale e del privato sociale e nelle imprese) e informali (ossia quello che, anche a prescindere da una scelta intenzionale, si realizza nello svolgimento, da parte di ogni persona, di attività nelle situazioni di vita quotidiana e nelle interazioni che in essa hanno luogo, nell'ambito del contesto di lavoro, familiare e del tempo libero).

E' di tutta evidenza come qualsiasi azione di orientamento sia destinata a fallire se svincolata dalla conoscenza del contesto di riferimento e soprattutto dalla conoscenza di alcuni aspetti fondamentali in chiave previsionale capaci di prefigurare gli scenari evolutivi del mercato del lavoro e la conseguente richiesta di figure professionali da parte delle imprese.

La Camera intende, quindi, proseguire con Unioncamere e in collaborazione con il Ministero del Lavoro e l'Unione Europea, alla realizzazione del "Sistema informativo per l'occupazione e la formazione" Excelsior. Si tratta di una delle più ampie indagini previste dal Programma Statistico Nazionale ed è la fonte informativa più completa sulla domanda



di lavoro in Italia in quanto offre la possibilità di conoscere approfonditamente e puntualmente i fabbisogni professionali e formativi delle imprese. Per le assunzioni sono raccolte indicazioni analitiche sulle caratteristiche del personale che l'impresa intende acquisire. Il questionario tocca anche altri temi specifici quali le previsioni di assunzione di lavoratori immigrati, la formazione continua e i tirocini formativi e orientativi nelle imprese italiane. Le informazioni derivanti dalla ricerca dovranno essere oggetto di una capillare attività informativa a beneficio dei principali attori locali quali i centri per l'impiego.

Ulteriori attività dovranno essere realizzate, infine, sul versante della formazione e aggiornamento professionale permanente (*lifelong learning*) riconoscendo il ruolo fondamentale da un lato dell'Università, quale attore di supporto e di stimolo al sistema territoriale, offrendo opportunità di formazione per il rafforzamento del capitale umano locale, dall'altro delle Associazioni di categoria quali soggetti rappresentativi dei fabbisogni espressi dalle imprese.

Area strategica: ORIENTAMENTO AL LAVORO	
Obiettivo	Linea di intervento
Promuovere l'adesione al registro nazionale per l'alternanza-scuola lavoro	Organizzare campagne informative, incontri con associazioni di categoria, associazioni sindacali, ordini professionali e imprese
Promuovere la collaborazione con gli Istituti secondari di secondo grado della provincia di Salerno sull'alternanza scuola lavoro	Realizzare percorsi di alternanza scuola lavoro presso gli Istituti secondari di secondo grado, Valorizzare le azioni già avviate dalla Camera sull'alternanza scuola-lavoro e coordinare gli interventi promossi da associazioni di categoria
Qualificare le competenze acquisite nel corso della vita	Collaborare alla realizzazione del sistema di certificazione delle competenze acquisite in contesti informali e non formali
Favorire l'inserimento occupazionale e ridurre il divario tra domanda e offerta di lavoro	Partecipare alla realizzazione del sistema informativo Excelsior
Sostenere la transizione dal sistema formativo al mondo del lavoro	Sviluppare servizi anche telematici per supportare i processi di placement svolti dall'Università, anche attraverso una banca dati sulle professionalità a disposizione delle imprese
Favorire l'apprendimento lungo tutto l'arco della vita	Realizzazione iniziative di formazione e/o di aggiornamento professionale per imprenditori e loro dipendenti

LINEA 6 - SOSTEGNO ALL'IMPRENDITORIALITA'

L'impresa rappresenta il fulcro dello sviluppo economico e sociale di qualsiasi Paese. Nella sua accezione moderna, essa non rappresenta più solamente uno strumento per la creazione del profitto ma al contrario è un mezzo a disposizione dell'individuo con il quale



dare corpo alle proprie idee, proiettandole nel futuro, per costruire una vita migliore per se e per gli altri, per le generazioni presenti e future.

L'impresa è quindi per sua essenza un'attività umana destinata a durare nel tempo anche oltre la vita del suo stesso fondatore.

Eppure, diverse ricerche hanno evidenziato come la mortalità imprenditoriale sia particolarmente alta nei primi cinque anni di vita e lo sia in misura ancora maggiore per quelle imprese nate in maniera improvvisata, senza la redazione di un piano di impresa e senza un'adeguata formazione del neo imprenditore. In altre parole, un'impresa che voglia affrontare con successo la sfida del mercato deve essere attentamente pensata e progettata sulla carta prima di essere concretamente realizzata.

La Camera di commercio di Salerno, in quanto autonomia funzionale e soggetto istituzionalmente più vicino all'impresa e al tessuto economico del territorio e quindi più direttamente responsabile del suo sviluppo, riconosce la rilevanza strategica delle attività di promozione volte a favorire la nuova imprenditorialità.

In tale ottica, l'Ente intende nei prossimi anni porsi quale soggetto di riferimento a livello locale per aspiranti/neo imprenditori, start up innovative e più in generale sui temi della cultura di impresa.

A tale scopo verrà sviluppato un network relazionale sia con Enti e istituzioni di rilievo nazionale, in primis Unioncamere, Governo, Invitalia, Ente nazionale per il microcredito, che locale al fine di offrire una gamma completa di servizi per lo start up d'impresa capaci di soddisfare le diverse esigenze dell'aspirante/neo imprenditore nel corso della fase iniziale della vita aziendale. In particolare, tali servizi saranno strutturati nel seguente modo e rientreranno prevalentemente nell'ambito delle iniziative di sistema impiegate sul portale FILO:

- attività di prima assistenza e orientamento al fine di fornire a tutti coloro che intendono avviare una nuova impresa o ai nuovi imprenditori (chi ha avviato un'attività da non oltre tre anni) una stima del rischio d'impresa e delle capacità imprenditoriali;
- attività di tipo informativo sugli aspetti burocratici, amministrativi e legislativi necessari all'avvio di un'attività autonoma e imprenditoriale;
- attività di tipo formativo sugli aspetti manageriali, organizzativi e burocratici per l'avvio di impresa, nonché accompagnamento per la stesura del business plan;
- attività di accompagnamento nella ricerca di fonti di finanziamento, anche bancarie, compatibili con il tipo di attività di impresa che l'aspirante/neo imprenditore intende svolgere.

Nell'ambito della linea strategica, s'intende riservare una particolare attenzione alle iniziative imprenditoriali che si caratterizzano per l'entità degli investimenti in innovazione ad alto valore aggiunto che assumono la forma giuridica delle Start up e PMI innovative. Difatti, per tali imprese, già regolamentate da una disciplina di favore che prevede deroghe al diritto societario, agevolazioni fiscali e disposizioni specifiche in tema di lavoro subordinato e di raccolta di capitali, la Camera di Commercio di Salerno intende creare un canale di comunicazione diretto che vada al di là dei pur rilevanti aspetti burocratici legati all'iscrizione al Registro delle Imprese, per offrire un set aggiuntivo di servizi capaci di informare, orientare e far emergere quei soggetti imprenditoriali che benché costituiti non



abbiano ancora assunto la connotazione di start up o PMI innovativa. Tale approccio appare in linea con il Piano nazionale Industria 4.0 che prevede un sistema di incentivi a favore delle iniziative imprenditoriali che si caratterizzano per l'elevato contenuto innovativo e che rappresentano il naturale destinatario di tali interventi governativi.

Il medesimo approccio strategico, potrà trovare una sua specifica declinazione anche con riferimento al ricambio generazionale in azienda. Ciò per ragioni di evidente analogia in termini di criticità tra l'avvio di una nuova impresa e la fase cruciale della continuità aziendale. Difatti, il passaggio generazionale, soprattutto nelle PMI a carattere familiare, è troppo spesso all'origine del fallimento aziendale per le difficoltà che le giovani generazioni incontrano in termini motivazionali, manageriali, di contesto, formative e, non ultimo, per la ritrosia dell'imprenditore a trasferire poteri e know how. La Camera di Commercio di Salerno, pertanto, intende rivolgere la propria attenzione anche a questa fase specifica del ciclo di vita aziendale.

Un particolare cenno, infine, deve essere riservato alla promozione dell'Imprenditoria Femminile attraverso il CIF, organismo operante nell'ambito della Camera avente la funzione di programmare e promuovere politiche rivolte al conseguimento di pari opportunità. Le finalità politiche di fondo corrispondono all'esigenza di dare voce e tradurre in atti le attese e i bisogni delle donne imprenditrici della provincia e costruire così un rapporto più forte tra esse e la Camera di Commercio. L'attenzione che s'intende riservare a tali tematiche sarà facilitato e reso ancor più efficace grazie all'aumentata rappresentanza femminile in seno alla Giunta e al Consiglio camerale.

Nell'ambito della linea strategica, in coerenza con le recenti misure legislative del Governo, sia in ambito fiscale (credito d'imposta, ricerca e sviluppo, patent box) che di politica economica e industriale (industria 4.0, finanziamenti Smart&Invitalia) si punterà in maniera decisa allo sviluppo del sistema produttivo attraverso la crescita del patrimonio intangibile delle imprese, considerato sempre di più il vero fattore strategico per la competitività, sia in ambito nazionale che internazionale.

La linea strategica ora delineata dovrà necessariamente connettersi con le altre linee strategiche contenute nel piano con particolare riferimento a quelle relative all'"orientamento al lavoro" e alla "semplificazione amministrativa" e alla "tutela e regolazione del mercato" così come sarà di fondamentale importanza creare un sistema di accompagnamento che veda al centro il coordinamento del MISE e dell'Unioncamere e in periferia la Camera come soggetto locale impegnato nel veicolare verso il tessuto produttivo locale le opportunità pianificate a livello centrale.

Area strategica: SOSTEGNO ALL'IMPRENDITORIALITA'	
Obiettivo	Linea di intervento
Fornire assistenza e orientamento ad aspiranti/neo imprenditori	<p>Realizzare un servizio di front office dedicato</p> <p>Assistere gli utenti nella valutazione delle capacità imprenditoriali e del rischio di impresa</p> <p>Organizzare servizi formativi su tematiche manageriali, organizzative e amministrative</p>



	<p>Organizzare incontri mirati sulle problematiche legate all'avvio di impresa</p> <p>Assistere le imprese nella definizione dell'idea di impresa e del business plan</p> <p>Sviluppare un sistema di relazioni con Enti di rilievo nazionale, regionale, locale</p>
Accompagnare le imprese nella ricerca delle fonti di finanziamento	<p>Organizzare incontri/seminari, workshop specifici con gli enti attuatori di bandi/misure di finanziamento agevolato</p> <p>Avviare accordi con il sistema bancario per il finanziamento di nuove iniziative imprenditoriali</p> <p>Diffondere newsletters periodiche sui temi della finanza agevolata</p>
Promuovere le start up/PMI innovative	<p>Organizzare incontri dedicati alle start up/PMI innovative su temi di loro interesse</p> <p>Favorire l'emersione di start up/PMI innovative attraverso specifiche azioni di sensibilizzazione</p>
Favorire il ricambio generazionale in azienda	<p>Organizzare servizi formativi su tematiche manageriali, organizzative e amministrative</p> <p>Organizzare incontri mirati sulle problematiche legate al ricambio generazionale</p>
Sostenere l'imprenditoria femminile e l'imprenditoria sociale	<p>Supportare i lavori del CIF e valutare la costituzione di un Comitato per l'Imprenditoria Sociale</p>
Sostenere il patrimonio intangibile delle imprese	<p>Realizzare azioni info/formative e di assistenza alle imprese</p>

LINEA 7 - SUPPORTO ALLE IMPRESE PER L'APERTURA INTERNAZIONALE

La crisi economica degli ultimi anni ha evidenziato la necessità per le PMI di aprirsi ai mercati internazionali per garantire l'assorbimento di quote sempre maggiori della loro produzione non assorbite dal mercato domestico. Tale scelta, che in una prima fase è stata avvertita dalle imprese come obbligata e per alcuni versi vissuta in un'ottica di breve periodo, ha avuto l'effetto di creare le condizioni per la conquista di nuovi e duraturi spazi di mercato all'estero. Ne è conseguita una presa di coscienza da parte delle imprese circa



la necessità di aprirsi ai mercati internazionali quale scelta strategica di lungo periodo tesa ad assicurare condizioni di sviluppo aziendale.

In altre parole, l'internazionalizzazione delle imprese rappresenta, nell'attuale contesto economico, una modalità strategica fondamentale con cui l'impresa crea valore, remunera le risorse investite, amplia il proprio vantaggio competitivo, accede a nuove opportunità di mercato per garantire la propria crescita.

L'accesso ai mercati internazionali sconta, tuttavia, criticità dovute ad una serie di cause che si manifestano in maniera differenziata a seconda delle dimensioni aziendali troppo spesso al di sotto della soglia minima richiesta per affrontare l'internazionalizzazione in maniera efficace ed efficiente. Detti limiti, che si riscontrano soprattutto per le PMI, possono essere di tipo:

- Finanziario: aprirsi ai mercati internazionali richiede l'investimento di adeguate risorse economiche legate alla necessità di conoscere gli aspetti fondamentali del mercato target, all'eventuale adeguamento dei prodotti/servizi offerti, alla definizione di una marketing mix coerente con gli obiettivi posti;
- Manageriale: come per qualsiasi altra funzione aziendale, l'adeguatezza delle risorse umane impegnate nei processi di internazionalizzazione può condizionare fortemente il successo/insuccesso dell'attività intrapresa;
- Informativo: per affacciarsi sui mercati internazionali è necessario disporre di un set di informazioni capace di colmare il gap informativo relativo al mercato target; l'impresa che intende intraprendere un processo di internazionalizzazione dovrà quindi preoccuparsi di istituire un sistema informativo attendibile capace di generare output ex ante, in itinere ed ex post.

La provincia di Salerno, pur collocandosi stabilmente al secondo posto nella graduatoria regionale per tasso di apertura internazionale dopo la provincia di Napoli, ha un potenziale esportativo ancora largamente inespresso.

La Camera di commercio di Salerno, pertanto, riconosce la rilevanza dell'apertura internazionale delle imprese quale fattore cruciale per lo sviluppo competitivo del sistema imprenditoriale locale.

L'obiettivo è quello di fare della Camera il punto di riferimento territoriale in grado di fornire un supporto concreto e tempestivo alle imprese che intendono attuare strategie di internazionalizzazione attraverso la messa a punto di servizi di informazione, formazione, supporto organizzativo e assistenza per la preparazione ai mercati internazionali.

L'implementazione della linea strategica dovrà inquadrarsi nell'ambito di una stretta collaborazione con i principali attori istituzionali operanti sui temi dell'internazionalizzazione, quali l'ICE – Agenzia per la promozione all'estero, SACE, SIMEST, Cassa Depositi e Prestiti, Assocamerestero, Camere di Commercio Italiane all'estero e in generale gli organismi del sistema camerale.

Inoltre, la Camera dovrà raccordarsi, anche, con la Regione Campania nel quadro di una collaborazione ampia che veda il sistema camerale campano impegnato in attività di supporto e/o partenariato sui temi dell'internazionalizzazione e, più in generale, su iniziative di promozione e supporto per il sistema delle imprese.



Le modalità attuative con le quali sarà declinata la presente linea strategica saranno variegata seppur tutte caratterizzate dall'esclusione di qualsiasi attività promozionale da svolgersi direttamente all'estero. In ogni caso la logica operativa che s'intende attuare sarà proiettata in tre macro direzioni corrispondenti ai sub-obiettivi di seguito indicati:

- Far emergere il potenziale esportativo ancora inespresso stimolando e informando le imprese che non operano abitualmente con l'estero circa le opportunità di mercato internazionali;
- Offrire servizi a carattere informativo, formativo e di assistenza precompetitiva alle imprese che hanno intrapreso o che intendono intraprendere percorsi di internazionalizzazione;
- Offrire servizi di carattere promozionale alle imprese mediante la creazione di occasioni di commercializzazione dei loro prodotti o per l'accesso a strumenti di finanza agevolata.

Area strategica: SUPPORTO ALLE IMPRESE PER L'APERTURA INTERNAZIONALE	
Obiettivo	Linea di intervento
Informare le imprese non esportatrici sui temi dell'internazionalizzazione	<p>Organizzare campagne informative, incontri con associazioni di categoria, ordini professionali e imprese.</p> <p>Informare sulle attività e le opportunità offerte dall'Unione europea</p> <p>Organizzare convegni, seminari e workshop locali su questioni di interesse per le PMI</p>
Orientare e assistere le imprese nei processi di internazionalizzazione	<p>Stimolare le imprese locali per il posizionamento sui mercati internazionali</p> <p>Assistere le imprese nel reperimento di informazioni concernenti la contrattualistica, i trasporti, la fiscalità, i sistemi doganali, gli strumenti di pagamento, il marketing</p> <p>Assistere le imprese nella ricerca e individuazione dei mercati target mediante l'erogazione di servizi di carattere informativo</p> <p>Facilitare l'accesso ai servizi legali e di marketing internazionali forniti dalle istituzioni locali, regionali, nazionali e internazionali</p> <p>Facilitare l'accesso a servizi formativi predisposti da istituzioni locali, regionali, nazionali e internazionali</p>



	<p>Organizzare servizi info/formativi in collaborazione con istituzioni locali, regionali, nazionali e internazionali</p> <p>Organizzare/promuovere servizi di check up aziendali per definire le potenzialità di internazionalizzazione delle imprese</p>
Promuovere l'accesso ai mercati internazionali	<p>Assistere le imprese nella individuazione di partner esteri</p> <p>Organizzare incontri commerciali in loco con operatori stranieri</p> <p>Organizzare partecipazioni collettive a fiere nazionali di rilievo internazionale</p> <p>Sostenere/informare le imprese nella partecipazione a missioni commerciali, fiere e altre iniziative organizzate da istituzioni locali, regionali, nazionali e internazionali</p> <p>Sostenere/informare le imprese sulle opportunità di finanziamento previste da istituzioni locali, regionali, nazionali e internazionali</p>

LINEA 8 - PROMOZIONE DEL TURISMO E VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE

La cultura costituisce senza alcun dubbio una delle leve principali dello sviluppo. Nonostante l'Italia sia conosciuta in tutto il mondo per il suo immenso patrimonio artistico-culturale è ancora molto sottodimensionata la quota del PIL nazionale prodotta dalla filiera dei beni culturali. Non basta, infatti, possedere una quota cospicua di beni culturali per attirare consistenti flussi di domanda turistica. Difatti, occorre una strategia di lungo termine che punti a mettere in rete l'offerta culturale e a rendere accessibili i numerosi siti disseminati sull'intero territorio nazionale. Valorizzare il patrimonio culturale significa anche rilanciare il turismo mediante un approccio unitario capace di creare crescita economica e occupazione per fare del turismo il più importante settore industriale del nostro Paese.

In questo contesto Salerno vanta un elevato numero di siti culturali, storici, artistici e naturalistici di interesse internazionale a cui si aggiunge un'ampia e conosciuta tradizione di iniziative nel campo dello spettacolo, della musica, del cinema e un'offerta culturale, artigianale ed enogastronomica molto varia che determinano un alto livello di notorietà turistica per la provincia. Secondo alcune stime elaborate dall'Istituto Tagliacarne, la provincia di Salerno si posiziona a metà classifica tra le province italiane per contributo economico della filiera culturale al PIL. (dove per filiera culturale si intende il sistema integrato dei beni culturali, comprensivo dei comparti "core" - Beni e attività culturali e



Industrie culturali - e della filiera collegata in modo indiretto alla cultura - Enogastronomia tipica, Architettura ed edilizia di riqualificazione, Produzioni artigiane, Turismo).

Dall'indagine emerge inoltre un quadro del tessuto produttivo culturale salernitano non particolarmente dinamico quanto a capacità innovativa, propensione agli investimenti e apertura ai mercati esteri; le meno vivaci, da questi punti di vista, sono proprio le imprese del core culturale, mentre reggono i settori "tradizionali", enogastronomia e turismo in testa.

Tra le principali criticità del sistema culturale salernitano spiccano l'inadeguata disponibilità di risorse finanziarie e finanziamenti pubblici, l'eccessiva burocrazia ed una scarsa valorizzazione del settore da parte delle istituzioni.

Come è stato già evidenziato promozione del turismo e valorizzazione della filiera culturale sono facce della stessa medaglia.

Il sistema turistico provinciale si caratterizza per una elevata dinamicità accompagnata, tuttavia, da una forte stagionalità nei periodi estivi a causa della presenza di un'offerta turistica prevalentemente incentrata sulla fruizione della risorsa "mare", soprattutto lungo la fascia costiera del Cilento. Di conseguenza, è forte l'esigenza di attuare una strategia di diversificazione dell'offerta turistica provinciale che punti ad intercettare i molteplici segmenti di domanda, in primis quello culturale, allo scopo di creare le condizioni per un allungamento della stagione turistica e un aumento del grado di attrattività e competitività del territorio locale. La Camera di Commercio riconosce, pertanto, la rilevanza strategica del turismo per lo sviluppo dell'economia provinciale ed intende promuovere le ricchezze paesaggistiche, storiche, enogastronomiche, artigianali e culturali di cui è ricca la provincia di Salerno. La filiera della cultura, poi, dovrà rappresentare uno dei driver più importanti su cui basare la capacità di attrazione della domanda turistica verso il territorio salernitano.

A tal fine, nella implementazione della presente linea strategica non si potrà prescindere dalle dinamiche che stanno interessando a livello domestico e internazionale il mercato turistico che oggi si caratterizza per:

- La comparsa sul mercato di nuovi competitors territoriali che grazie alla leva del prezzo stanno progressivamente aumentando la loro quota di mercato a discapito delle mete tradizionali;
- Una crescente disintermediazione tra domanda e offerta per la comparsa di grossi player capaci di gestire importanti fette di mercato;
- Un aumento consistente della quota dei FIT (free individuals tourists) che grazie alle potenzialità offerte dalla "rete" organizzano e personalizzano i viaggi in base alle proprie necessità provvedendo all'acquisto di tutti i servizi necessari al proprio soggiorno;
- Un aumento dell'importanza delle informazioni disponibili sulla rete per la decisione della destinazione turistica;
- Una riduzione media dei periodi di soggiorno unita ad una maggiore frequenza dei viaggi nel corso dell'anno il che rende fondamentale per la scelta della destinazione turistica la presenza di un sistema efficiente di trasporti per raggiungere la meta prescelta e di mobilità in loco.

La provincia di Salerno si caratterizza per una ampia varietà di segmenti di offerta turistica che presentano specificità e livelli di attrattività/maturità propri con la conseguenza che la



pianificazione di qualsivoglia strategie di intervento richiederà approcci differenziati. In sintesi, si riportano di seguito i segmenti di offerta presenti in provincia:

- balneare;
- culturale;
- enogastronomico;
- naturalistico;
- congressuale.

Tanto premesso la linea strategica, sul piano attuativo, dovrà basarsi su un approccio di “Destination marketing” che consenta di abbinare a ciascun segmento identificato i mercati target nazionali ed esteri che per le loro caratteristiche socio-economiche si ritengono maggiormente sensibili, nonché suscettibili di destagionalizzazione. Il risultato di tale approccio consentirà di evidenziare con immediatezza per ogni segmento di offerta le azioni promozionali più efficaci da individuarsi tra partecipazioni a fiere, con esclusione di quelle estere e preferibilmente in collaborazione con la Regione Campania, press/educational tour, campagne di comunicazione e promozione “on web” e “on social”. Quest’ultima modalità promozionale dovrà essere adeguatamente presidiata in considerazione dell’accennato peso assunto dai turisti che decidono ed organizzano autonomamente i propri viaggi. Rientrerà in tale ambito la realizzazione di un portale promozionale e di servizio spiccatamente orientato ai bisogni del turista e dei TO nazionali e stranieri. In alternativa, si potrà procedere all’avvio di collaborazioni con altri enti locali o con la Regione per personalizzare portali già realizzati.

Occorrerà, laddove le risorse lo consentano, sostenere pochi e selezionati eventi culturali e turistici di livello nazionale ed internazionale che svolgano una importante funzione di attrazione turistica.

In ogni caso, sarà necessario costruire un sistema di alleanze con tutti gli attori istituzionali (Regione in primis) e privati (associazioni di categoria e distretti turistici) al fine di costruire un programma unitario e condiviso di promozione turistica del territorio, verificando modalità e titolarità delle iniziative, tempi di attuazione e finalità nell’ottica di creare un “sistema turistico salernitano” ben riconoscibile nell’ambito del più ampio brand “Campania”.

Area strategica: PROMOZIONE DEL TURISMO E VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE	
Obiettivo	Linea di intervento
Promuovere la diversificazione dell’offerta turistica	Analisi dell’offerta turistica provinciale e della domanda per la definizione degli strumenti promozionali più idonei per ogni segmento Avviare un tavolo di lavoro con gli stakeholder per la definizione di una strategia condivisa per la promozione turistica della provincia di Salerno
Intercettare il mercato dei turisti individuali	Implementazione di un portale di promozione e di servizio per i turisti e TO



	Implementazione di strumenti promozionali tradizionali e non con particolare riferimento al web e ai social media
Promuovere l'attrattività turistica del territorio	<p>Sostenere pochi e selezionati eventi culturali e turistici di livello nazionale e internazionale</p> <p>Attivare un programma unitario di promozione territoriale in sinergia con gli altri attori istituzionali e associativi</p> <p>Partecipare a eventi di promozione turistica in collaborazione con attori istituzionali di livello locale, regionale, nazionale</p> <p>Concorrere alla messa a sistema dell'offerta turistica culturale in collaborazione con altri enti e istituzioni</p>

LINEA 9 - DIGITALIZZAZIONE, QUALIFICAZIONE AZIENDALE E DEI PRODOTTI

Digitalizzare le attività aziendali significa riprogettare e gestire in modo integrato e collaborativo i processi interni ed esterni. Le opportunità di miglioramento legate all'adozione delle ICT in maniera consapevole, integrata e strategicamente legata al business possono rappresentare un nuovo paradigma organizzativo, che consente di affrontare con consapevolezza le evoluzioni e i potenziali rischi del futuro e non più un mero differenziale competitivo di breve-medio termine.

Nell'ambito dei profondi cambiamenti che il processo di digitalizzazione obbliga ad affrontare, la Camera svolge una serie di interventi a favore delle imprese che sono state già esaminate nella linea strategica 3 dedicata al Registro delle Imprese.

Accanto a quelle, va evidenziato che la Camera ha già intrapreso un percorso di partecipazione a progetti aventi respiro nazionale volti a fornire opportunità e competenze alle imprese in materia di competenze digitali, e quindi dirette a promuovere la digitalizzazione delle imprese. Su tali progetti la Camera intende continuare ad attivare interesse considerato la rilevanza degli argomenti trattati.

Per quanto riguarda la qualificazione aziendale e dei prodotti, si evidenzia che si tratta di un ambito di intervento su cui la Camera opererà in convenzione con la Regione e altri soggetti pubblici e privati. Rientreranno in questo filone strategico tutte quelle attività destinate a innalzare il livello competitivo delle imprese attraverso il rafforzamento di determinate variabili competitive capaci di aumentare la qualità degli output aziendali segnatamente in termini di:

- certificazione di qualità;
- certificazione ambientale;



- responsabilità sociale di impresa.

Le attività che s'intendono porre in essere saranno soprattutto di carattere informativo e formativo nell'ambito di misure specifiche che di volta in volta saranno attivate dai soggetti convenzionati.

Area strategica: DIGITALIZZAZIONE, QUALIFICAZIONE AZIENDALE E DEI PRODOTTI	
Obiettivo	Linea di intervento
Promuovere la digitalizzazione delle imprese	Assistere le imprese nei processi di digitalizzazione
Innalzare il livello competitivo delle imprese attraverso: certificazione di qualità; certificazione ambientale; responsabilità sociale di impresa	Attività info/formative nell'ambito di misure specifiche da attivare in convenzione con la Regione e altri soggetti pubblici e privati

LINEA 10 - MIGLIORAMENTO DELL'EFFICIENZA INTERNA E INCREMENTO DELLE ENTRATE

Ripensare all'attività della Camera di Commercio di Salerno per il periodo 2016-2021 significa sostenere le imprese ripensando all'attività svolta in passato, dimostrando flessibilità e riprogettando gli interventi, il modello organizzativo e i servizi per riuscire ad operare sul territorio massimizzando i risultati in termini di economicità ed efficienza.

La necessità di effettuare scelte adeguate per evitare che le esigenze di ottimizzazione della struttura e dei costi possano tradursi in un pregiudizio per la qualità e la quantità dei servizi resi all'utenza, rende sempre più evidente l'esigenza di valutazione degli standard di qualità delle relative prestazioni e delle performance conseguite in un contesto in cui si riconosce un ruolo peculiare alla collettività amministrata, come destinataria di funzioni pubbliche.

Va ricordato che il titolo II del decreto Brunetta si occupa, in attuazione della delega contenuta nella legge 4 marzo 2009 n. 15, delle materie relative alla misurazione, valutazione e trasparenza della performance nell'ottica incentivante di un'attività amministrativa rivolta al perseguimento dei risultati ed al miglioramento dei servizi e delle prestazioni.

In tale prospettiva, l'art. 2 del D.Lgs. n. 150 del 2009, nel delineare la finalità di assicurare elevati standard qualitativi dei servizi, individua, quale strumento per il perseguimento dell'obiettivo, la valorizzazione dei risultati e della performance individuale e organizzativa.

L'art. 3 individua i principi informatori del sistema di misurazione e valutazione della performance. In primo luogo, detta valutazione deve abbracciare:

- sia l'organizzazione amministrativa nel suo complesso,



- sia le singole unità organizzative ed i centri di responsabilità
- sia, infine, i singoli dipendenti pubblici, nel rispetto dei criteri che saranno definiti dalla costituenda Commissione per la valutazione, la trasparenza e l'integrità delle amministrazioni pubbliche di cui all'articolo 13.

In secondo luogo, deve essere garantita la trasparenza in ordine alle informazioni che riguardano la misurazione e valutazione della performance. Al centro dei criteri di valutazione della performance deve essere posto l'indice di soddisfazione del destinatario dei servizi.

Il Capo II del Titolo II disciplina, poi, il ciclo di gestione della performance. Il ciclo di gestione della performance si articola, dunque, nelle fasi :

- della programmazione,
- della pianificazione,
- del monitoraggio,
- della valutazione e misurazione, con esito finale nella premialità e nella rendicontazione alla PA e ai cittadini.

L'art. 4, comma 2 lettera a prevede, in tale prospettiva, la definizione e assegnazione degli obiettivi, dei valori attesi di risultato con i rispettivi indicatori. Seguono la fase dell'assegnazione delle risorse necessarie, la valutazione e l'erogazione di incentivi economici conseguenti alle valutazioni.

Come anticipato, il ciclo di gestione della performance si conclude con la rendicontazione dei risultati nei confronti degli organi di indirizzo politico amministrativo e nei confronti dei destinatari dei servizi.

In concreto, poi, la definizione degli obiettivi avviene su base triennale e ad opera degli organi di indirizzo politico amministrativo, sentiti i vertici delle amministrazioni e i dirigenti delle singole unità organizzative.

Gli obiettivi debbono essere pertinenti ai bisogni della collettività, alla missione istituzionale, alle priorità politiche ed alle strategie dell'amministrazione; devono essere precisi e misurabili, riferibili normalmente ad un periodo annuale, comparabili con il trend di produttività del triennio precedente.

Il monitoraggio, disciplinato dal successivo art. 6, è volto alla verifica in corso d'opera del perseguimento degli obiettivi assegnati con la possibilità di adottare interventi correttivi.

La valutazione della performance ha cadenza annuale e viene effettuata:

- dall'Organismo Indipendente di Valutazione (OIV) della performance di cui ogni amministrazione deve essere dotata (cfr. l'art. 14);
- dalla Commissione per la valutazione, la trasparenza e l'integrità delle amministrazioni pubbliche, con funzioni di indirizzo e coordinamento dell'attività di valutazione della performance in tutte le amministrazioni pubbliche (cfr l'art. 13), le cui funzioni sono, dal 2015, state trasferite al Dipartimento della Funzione Pubblica;
- dai singoli dirigenti delle unità organizzative interessate dal ciclo della performance (cfr. l'art. 39).



Peraltro, il ciclo di misurazione della performance è stato regolamentato con un provvedimento assunto da parte di ciascuna amministrazione denominato dal Decreto: "sistema di misurazione e valutazione"; detto sistema dovrà individuare le fasi, i tempi, le modalità, i soggetti e le responsabilità del processo di misurazione e valutazione della performance.

Deve anche sottolinearsi come il processo di misurazione e valutazione non ha ad oggetto solo le prestazioni individuali ma anche l'organizzazione. Con riferimento alla valutazione dell'organizzazione essa deve incentrarsi sui seguenti indicatori:

- l'attuazione delle politiche attivate per la soddisfazione dei bisogni della collettività;
- il grado di attuazione dei piani e dei programmi;
- la rilevazione del grado di soddisfazione dei destinatari dei servizi anche attraverso modalità interattive;
- la modernizzazione dell'organizzazione e delle competenze professionali;
- lo sviluppo qualitativo e quantitativo delle relazioni con i cittadini;
- l'efficienza nell'uso delle risorse;
- la qualità e quantità delle prestazioni;
- il raggiungimento degli obiettivi di promozione delle pari opportunità.

Il Decreto Brunetta ha poi previsto la redazione di due documenti obbligatori con cadenza annuale:

- il Piano della performance con il quale vengono individuati gli indirizzi e gli obiettivi strategici, nonché definiti gli indicatori per misurare la performance dell'amministrazione, gli obiettivi assegnati al personale dirigenziale ed i relativi indicatori;
- la Relazione sulla performance che risponde all'obiettivo della rendicontazione e contiene il consuntivo dell'anno precedente in ordine ai risultati organizzativi e individuali raggiunti rispetto agli obiettivi programmati e alle risorse., con l'evidenziazione degli eventuali scostamenti; la relazione deve essere validata dall'Organismo di cui all'art. 14 e costituisce condizione necessaria per accedere agli strumenti premianti il merito.

Per il prossimo quinquennio di programmazione la Camera di Commercio di Salerno si pone l'obiettivo di consolidare l'impegno volto ad assicurare una corretta misurazione delle performance camerali, ottimizzando l'intero ciclo della performance al fine di garantire una sempre maggiore efficacia all'azione camerale, assicurando al contempo un supporto tecnico-professionale adeguato alle attività valutative di competenza dell'OIV.

Nell'ambito delle attività di monitoraggio dell'azione camerale deve essere anche assicurato il flusso informativo relativo ai sistemi di rilevazione nazionale attivati da Unioncamere, sia con riferimento al consueto Osservatorio camerale, relativo alle strutture e ai servizi, che alla attivazione dei costi standard sulle varie attività del sistema camerale.

Accanto all'impegno sopradescritto, sarà necessario agire verso la razionalizzazione dei costi, in particolare proseguendo con l'attività di revisione delle quote di partecipazione in enti e associazioni non più strategiche, ottimizzando gli spazi e concentrando gli investimenti in progetti opportunamente individuati. L'obiettivo è anche quello di immaginare nuove forme di entrata da rimodulare in base alla domanda individuale di



servizi da parte delle imprese, quali informazione e assistenza sui temi legati alla nascita d'impresa e al commercio estero.

Inoltre, il perseguimento delle finalità individuate, non potrà avvenire solo con le ormai ridotte risorse camerale, ma anche attraverso il reperimento di risorse esterne, regionali, nazionali e comunitarie, affinché la crescita sia partecipata, unitaria e condivisa.

Per quanto riguarda il diritto annuale, istituito con D.L. n. 786 del 1981, convertito nella L. n. 51 del 1982, e recepito dall'art. 18 della L. n. 580/1993 quale esplicita fonte di finanziamento della Camera di Commercio, è opportuno evidenziare quanto segue.

A partire dal 2001, per effetto del disposto di cui all'art. 17 della L. 488/1999 (Legge finanziaria 2000) la disciplina del diritto annuale contenuta nell'articolo suddetto ha subito un radicale cambiamento in merito alle modalità di determinazione e ai termini di liquidazione, accertamento e riscossione. .

Tale rinnovamento normativo è stato poi regolamentato con Decreto del Ministero dell'Industria del Commercio e dell'Artigianato n. 359 del 2001.

Sinteticamente si elencano gli elementi di rinnovamento. È cambiata la modalità di pagamento del diritto annuale: prima a mezzo di bollettino di conto corrente postale, poi tramite modello F24. Sono cambiati i termini di pagamento: prima entro il 30 giugno di ogni anno, poi entro il termine previsto per il pagamento del primo acconto delle imposte sui redditi. È cambiata la natura del diritto che è diventato un diritto di iscrizione e quindi deve essere pagato finché l'impresa rimane iscritta o annotata nel Registro delle Imprese, indipendentemente dallo stato dell'attività o dalla messa in scioglimento o liquidazione, contrariamente a quanto era previsto in passato.

Inoltre, elemento di maggior impatto innovativo, è cambiata la base contributiva. Mentre fino all'anno 2000 i diritti annuali erano determinati in misura fissa per tutte le forme giuridiche diverse dalle società di capitale e per le società di capitale in misura variabile correlata all'ammontare del capitale sociale deliberato, a decorrere dall'anno 2001 e fino all'anno 2010 il diritto annuale è stato invece determinato ancora in misura fissa per le sole imprese iscritte nella sezione speciale, mentre per le imprese iscritte in sezione ordinaria è stato commisurato al fatturato dell'esercizio precedente e determinato per scaglioni di fatturato.

Considerata la novità assoluta di quest'ultimo elemento il legislatore ha ritenuto opportuno determinarne una applicazione graduale prevedendo inizialmente un periodo transitorio di almeno due anni (2001 e 2002). Tale periodo transitorio è stato successivamente più volte prorogato:

- per altri tre anni (2003, 2004 e 2005) per effetto del disposto di cui all'art. 44, comma 2, della L. 273/2002;
- per un ulteriore anno (2006), per effetto del disposto di cui all'art. 12, comma 1, del D.L. 30 dicembre 2005, n. 273, convertito dalla L. 51/2006;
- per un ulteriore anno ancora (2007), per effetto del disposto di cui all'art. 4 comma 4 del D.L. 28 dicembre 2006, n. 300, convertito dalla L. 17/2007;
- per cui il periodo transitorio che inizialmente doveva durare solo due anni, si è invece protratto fino all'anno 2007.

Solo con l'entrata in vigore del D.M. 1° febbraio 2008, con cui sono state fissate le misure



del diritto annuale dovuto per l'anno 2008, il diritto annuale è entrato a regime. Durante questo periodo di regime provvisorio, per effetto della modifica del terzo periodo del comma 3 dell'art. 18 della L. 580/1993 operata dall'art. 44, comma 1, L. 273/2002 e dell'art. 5-quater, comma 2, aggiunto dalla L. 27 del 21 febbraio 2003, di conversione del D.L. 282 del 24 dicembre 2002, il diritto annuale ha trovato anche una sua implicita riqualificazione giuridica ed un nuovo inquadramento come "tributo", da cui poi è conseguita l'applicabilità delle disposizioni sanzionatorie contenute nel D.Lgs. 472/1997 (appunto riguardante la disciplina dell'irrogazione delle sanzioni in materia tributaria). Con l'entrata in vigore del D.M. 1° febbraio 2008, con cui sono stati fissati importi e misure per tale anno, il diritto annuale è entrato a regime.

L'applicazione delle sanzioni tributarie al diritto annuale è stata poi disciplinata con decreto ministeriale 54/2005. Il D.Lgs. 23/2010 "Riforma dell'ordinamento relativo alle C.C.I.A.A.", pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 46 del 25/02/2010, ha nuovamente modificato l'art. 18 della L. 580/93, stabilendo che le imprese individuali e i soggetti iscritti nel REA (Repertorio Economico Amministrativo) sono tenuti al versamento di un diritto in misura fissa, mentre gli altri soggetti sono tenuti al versamento di un diritto commisurato al fatturato dell'anno precedente.

Dal 2011, pertanto, anche i soggetti iscritti nel REA (associazioni, fondazioni, enti, comitati, organismi religiosi, ecc.) sono obbligati a versare il diritto annuale.

Gli importi del diritto 2011 sono stati riconfermati per il 2012, 2013, 2014 e, per il 2015, con un abbattimento del 35%, e del 40% per il 2016, per effetto delle riduzioni percentuali previste dal comma 1 dell'articolo 28 del decreto legge 24 giugno 2014, n. 90, convertito con modificazioni nella legge 11 agosto 2014, n. 114.

Va ricordato che la determinazione della misura del diritto annuale è aggiornata annualmente con Decreto ministeriale.

Il pagamento del diritto annuale deve essere effettuato in un'unica soluzione e con le modalità previste dal capo III del D. Lgs. 9/07/1997, n. 241, entro il termine previsto per il pagamento del primo acconto di tali imposte (termine stabilito dall'art. 17 del D.P.R. 7/12/2001 n. 435).

Le risorse provenienti dal diritto annuale, principale componente delle entrate camerali, possono essere soggette ad adeguamenti derivanti essenzialmente dal saldo fra cancellazioni e nuove iscrizioni al Registro Imprese, non essendo ipotizzabili consistenti incrementi dei valori unitari, che anzi verranno ulteriormente influenzati dall'ulteriore abbattimento del 10% rispetto ai valori del 2016, per effetto delle riduzioni percentuali previste dal comma 1 dell'articolo 28 del decreto legge 24 giugno 2014, n. 90, convertito con modificazioni nella legge 11 agosto 2014, n. 114. Per quanto riguarda le sanzioni del diritto annuale è attualmente in corso di revisione la normativa che le disciplina che, tendenzialmente, potrebbe ridimensionare gli importi.

Non va tuttavia trascurato che tali riduzioni percentuali, palesate dal recente quadro normativo, rendono necessaria ed indifferibile una riflessione, per la verità già avviata negli ultimi anni, finalizzata ad interventi di carattere strategico e strutturale tendenti all'incremento delle risorse derivanti dal diritto annuale, anche per garantire il perseguimento delle finalità istituzionali dell'Ente camerale.



In questa direzione saranno attuati tutti gli accorgimenti necessari affinché le iniziative che l'Ente ha già positivamente intrapreso siano perfezionate e adeguate all'evoluzione delle disposizioni normative.

Sarà, innanzitutto, data continuità alle azioni di controllo e monitoraggio dei tempi e delle procedure relative alla fase di accertamento e riscossione del diritto camerale, anche al fine di migliorare l'integrazione ed il rapporto tra il ciclo di pianificazione contabile e quello relativo alla performance degli Uffici competenti.

In tale contesto potrà essere sperimentata anche la possibilità, per le prime iscrizioni, di accordi e convenzioni con gli Ordini e Collegi professionali al fine di garantire il pagamento del diritto camerale già nella fase di richiesta di iscrizione dell'impresa senza attendere la decorrenza dei trenta giorni.

Una particolare attenzione sarà dedicata anche alla possibilità di adottare, in partnership con altre Camere della regione, forme di cooperazione che consentano di facilitare la diffusione di un modello organizzazione più o meno formale per favorire economie di scala, avviando meccanismi di condivisione su taluni aspetti e procedure attinenti la esazione del diritto annuale, valorizzando, di tal modo, le sinergie derivanti dall'incontro di competenze diversificate.

Area strategica: MIGLIORAMENTO DELL'EFFICIENZA INTERNA E INCREMENTO DELLE ENTRATE	
Obiettivo	Linea di intervento
Adegua le logiche organizzative all'innovazione	Assicurare il costante adeguamento delle competenze professionali Proseguire nella dematerializzazione dei flussi cartacei
Ottimizzare il ciclo della performance per garantire l'efficacia dell'azione camerale	Misurare le performance camerali Migliorare la reportistica della performance in un'ottica di BSE Assicurare un supporto tecnico-professionale all'OIV Ottimizzare la procedura dei costi standard del Sistema Camerale Partecipare alle rilevazioni sulle Strutture e Servizi - Osservatorio Unioncamere
Modulare un sistema di incremento delle entrate	Proseguire nella revisione delle quote di partecipazione in enti e associazioni non più strategiche



	<p>Progettare nuove forme di entrata in base alla domanda individuale di servizi</p> <p>Attivare programma di reperimento di risorse esterne, regionali, nazionali e comunitarie</p> <p>Potenziare le azioni di monitoraggio relative all'accertamento e riscossione del diritto annuale</p> <p>Promuovere accordi e convenzioni con gli Ordini e Collegi professionali relativi al diritto annuale</p> <p>Partecipare a gruppi di lavoro campani sulla tematica diritto annuale</p>
--	--