

CAMERA DI COMMERCIO DI SALERNO

**Piano della performance  
2013-2015**

## SOMMARIO

PRESENTAZIONE DEL PIANO .....	3
SINTESI DELLE INFORMAZIONI DI INTERESSE PER I CITTADINI E GLI STAKEHOLDER .....	4
> CHI SIAMO .....	4
> COSA FACCIAMO .....	4
> COME OPERIAMO .....	5
IDENTITÀ .....	11
> L'AMMINISTRAZIONE IN CIFRE .....	11
> MANDATO ISTITUZIONALE E MISSIONE.....	13
> ALBERO DELLA PERFORMANCE .....	14
ANALISI DEL CONTESTO .....	15
> CONTESTO ESTERNO.....	15
> CONTESTO INTERNO .....	18
AREE STRATEGICHE E INTERVENTI OPERATIVI PER IL 2011 .....	23
OBIETTIVI ASSEGNATI ALLA DIRIGENZA .....	24
ATTUAZIONE E MIGLIORAMENTO DEL CICLO DI GESTIONE DELLA PERFORMANCE .....	30
ALLEGATI TECNICI .....	31

## PRESENTAZIONE DEL PIANO

La Camera di commercio di Salerno, così come l'intero comparto pubblico, è protagonista, a partire ormai dall'anno 2011, di un importante processo di riforma che ha previsto l'introduzione, tra i documenti di programmazione dell'Ente, del Piano della Performance.

Il Piano della Performance, strumento che dà avvio e struttura l'intero Ciclo di Gestione della Performance, rappresenta il documento attraverso il quale la Camera di commercio di Salerno esplicita i propri impegni nei confronti della propria utenza e degli stakeholder più in generale in relazione alle performance attese, individuando gli elementi in merito ai quali verranno svolte le attività di misurazione e valutazione del livello di raggiungimento delle stesse.

Nella redazione del Piano per il triennio 2013-2015, la Camera di Commercio di Salerno ha tenuto conto dei seguenti tre principi, come richiesto dallo stesso Decreto Legislativo n. 150 del 2009:

- > Qualità: che consiste nell'assicurare la qualità della rappresentazione della performance in termini di verifica interna ed esterna del sistema degli obiettivi e del livello di coerenza con i requisiti metodologici.
- > Comprensibilità: che consiste nel rendere chiaro il legame esistente tra i bisogni della collettività, la *Mission*, le Aree strategiche di intervento, le azioni e gli obiettivi in termini di esplicitazione della performance che si intende raggiungere, ma anche con quali risorse e attraverso quali modalità.
- > Attendibilità: che consiste nel permettere la verificabilità ex-post della correttezza metodologica del processo di pianificazione.

In un'ottica di attenzione alla performance dell'Ente il documento diventa uno strumento per:

- > individuare e incorporare le attese degli stakeholder;
- > rendere più efficaci i meccanismi di comunicazione interna ed esterna per favorire un'effettiva *accountability* e trasparenza;
- > migliorare il coordinamento della struttura organizzativa.

Il Piano sistematizza il lavoro realizzato dall'Ente e già formalizzato nei diversi documenti di programmazione annuale per il 2013 e pluriennale, fino al 2015, ma tiene conto anche dell'impegno profuso negli ultimi anni per la realizzazione di una gestione orientata al risultato.

Con la realizzazione di questo Piano triennale della Performance la Camera di commercio di Salerno si dota, anche per l'anno 2013 di uno strumento atto a rendere partecipe la comunità degli obiettivi che l'Ente si è dato, garantendo trasparenza e intelligibilità verso i suoi interlocutori; le imprese, le associazioni, le altre istituzioni pubbliche, i consumatori, i lavoratori dipendenti, i singoli cittadini e tutti i portatori di interesse rilevanti.

IL PRESIDENTE  
Guido Arzano

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

### > CHI SIAMO

La *Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Salerno* (d'ora in poi solo Camera di Commercio di Salerno) è un Ente di diritto pubblico, dotato di autonomia statutaria, funzionale, organizzativa e finanziaria, che svolge funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese locali e promuove lo sviluppo economico del territorio provinciale. L'Ente camerale supporta e promuove gli interessi generali delle oltre 100.000 imprese attive nella provincia di Salerno.

La sua azione si ispira ai seguenti principi:

- ✓ sussidiarietà e complementarità;
- ✓ libera iniziativa economica, libera concorrenza, autoregolamentazione del mercato, tutela della dignità del lavoro;
- ✓ leale collaborazione e cooperazione con le istituzioni comunitarie, le amministrazioni statali, la regione, le autonomie locali e funzionali e le autorità di garanzia e di regolazione dei mercati;
- ✓ imparzialità, buon andamento, economicità, trasparenza e semplificazione delle procedure.

### > COSA FACCIAMO

La Camera di commercio di Salerno svolge il ruolo di mediatore e di sintesi degli interessi delle imprese salernitane. In qualità di "casa delle imprese e dello sviluppo" favorisce l'espansione delle attività sul mercato nazionale e internazionale, promuove la crescita del tessuto economico territoriale e offre servizi volti alla tutela dei diritti soggettivi.

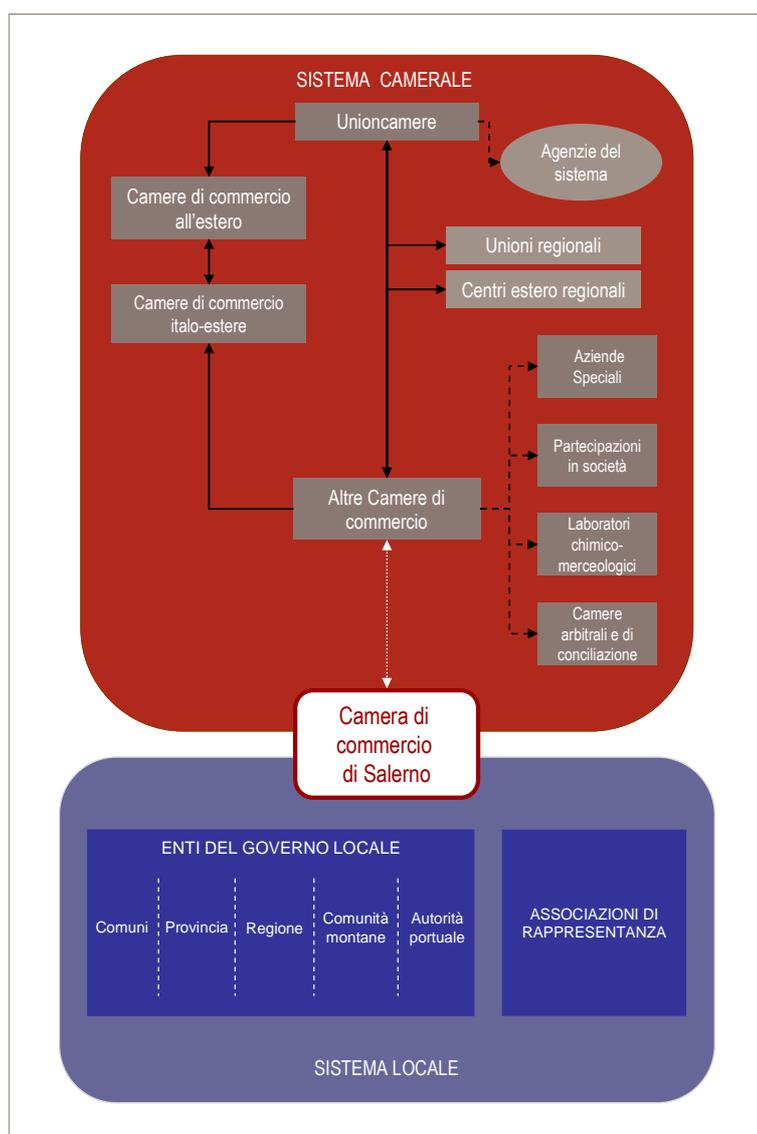
Oltre alle classiche attività amministrativo-anagrafiche, l'Ente camerale di Salerno svolge funzioni di regolazione del mercato, azioni di marketing territoriale e di tutela delle produzioni locali; sostiene la ricerca e la formazione; promuove lo sviluppo delle infrastrutture e l'innovazione e il trasferimento tecnologico; attua iniziative volte a favorire l'accesso al credito e l'internazionalizzazione delle imprese locali.

Funzioni della Camera di commercio	
Servizi di tipo anagrafico-certificativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Registro delle imprese</li> <li>&gt; Repertorio economico-amministrativo</li> <li>&gt; Albo imprese artigiane</li> <li>&gt; Elenchi, albi e ruoli</li> <li>&gt; Atti e documenti per il commercio estero</li> </ul>
Attività di regolazione del mercato	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Giustizia alternativa</li> <li>&gt; Marchi e brevetti</li> <li>&gt; Metrologia legale e tachigrafi digitali</li> <li>&gt; Pubblicazione protesti cambiari</li> <li>&gt; Predisposizione contratti-tipo</li> <li>&gt; Raccolta usi e consuetudini</li> <li>&gt; Tutela del consumatore</li> </ul>

Attività di promozione delle imprese e del sistema produttivo locale	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Internazionalizzazione</li> <li>&gt; Innovazione e trasferimento tecnologico</li> <li>&gt; Marketing territoriale e promozione turistica</li> <li>&gt; Formazione</li> <li>&gt; Alternanza scuola-lavoro</li> <li>&gt; Infrastrutture</li> <li>&gt; Contributi alle imprese e accesso al credito</li> </ul>
Attività di studio e informazione economica	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Rilevazioni statistiche</li> <li>&gt; Studi e osservatori sull'economia provinciale</li> <li>&gt; Rilevazioni dei prezzi</li> </ul>

### > COME OPERIAMO

La Camera di Commercio di Salerno, assumendo il ruolo di portatore d'interessi del mondo imprenditoriale salernitano, si pone al centro di una rete di relazioni istituzionali nell'ambito della quale elabora strategie e definisce azioni d'intervento in favore di politiche di promozione, sviluppo e tutela del mercato. Il dialogo e la partecipazione alla rete interistituzionale ne potenzia l'azione, mediante un dialogo privilegiato e la concentrazione delle risorse. I rapporti di collaborazione che la Camera di commercio di Salerno ha attivato coinvolgono non solo i soggetti afferenti al Sistema camerale, ma anche soggetti pubblici e privati del territorio.



*Il Sistema camerale*

Uno dei principali elementi di innovazione della recente Riforma delle Camere di Commercio riguarda il riconoscimento normativo dell'essere "Sistema camerale", di cui fanno parte, oltre alle Camere di commercio italiane, le Camere di commercio italiane all'estero, le Camere Italo-estere, le Aziende speciali, le Unioni regionali, l'Unioncamere nazionale e le altre strutture di sistema.

La Camera di Commercio di Salerno è parte integrante di un Sistema che favorisce la condivisione del know-how e delle competenze per realizzare iniziative progettuali congiunte. Lo sviluppo e il potenziamento delle relazioni all'interno del network, quindi, offre opportunità assai preziose, funzionali non solo a favorire la realizzazione delle strategie camerale ma anche lo sfruttamento di economie di scala per l'efficienza gestionale. Il Sistema camerale si configura come una rete composta da 105 Camere di commercio, 1 Unione Italiana, 144 Aziende Speciali, 19 Unioni regionali, 9 Centri esteri regionali, 74 Camere di commercio italiane all'estero, 32 Camere di Commercio Italo-estere, oltre 2.000 partecipazioni in infrastrutture e società.

### Le Aziende Speciali

La Camera di Commercio di Salerno, nell'esercizio delle proprie funzioni si avvale di tre Aziende Speciali: Intertrade, Polaris e JurimpreSA.

L'Azienda Speciale Intertrade opera con l'obiettivo di seminare e diffondere una vera e propria "cultura dell'internazionalizzazione" ora che i mercati comunitari rappresentano a tutti gli effetti un mercato interno e che tutte le imprese devono confrontarsi con le dinamiche mondiali, esponendosi per tempo alle modifiche dello scenario competitivo in arrivo da mercati anche lontani, a modelli aziendali e commerciali che permettano un ulteriore miglioramento delle performance aziendali: confronto con concorrenti più evoluti, o semplicemente meglio organizzati di altri paesi, in materia di marketing, distribuzione, accordi produttivi. Il tutto per cogliere le opportunità derivanti dalla crescente apertura dei mercati internazionali a prodotti di nicchia e non solo, precedentemente riservati a fornitori locali privi del mix qualità-prezzo di molte imprese salernitane: da Scafati a Sapri, da Positano a Padula, da Mercato San Severino ad Agropoli. tutte le aziende necessitano di competenze (informazione, formazione, supporto consulenziale) e spinta verso l'estero (principalmente con missioni esplorative e incontri d'affari nei quali il lato dell'"apprendimento" è altrettanto importante, quanto quello commerciale). L'integrazione dei servizi camerale per l'import-export a tutto tondo è assicurata da progetti organici di accompagnamento che affiancano alla formazione e all'ascolto delle effettive esigenze aziendali, l'indispensabile confronto con la realtà dei paesi-obiettivo con un reale supporto tecnico ed economico per ridurre le difficoltà di approccio con l'estero.

Ad integrare queste azioni una attenzione reale ai temi internazionalmente più rilevanti: dalla competitività territoriale alla valorizzazione del tessuto produttivo salernitano per accrescere la capacità di attrazione di investimenti esteri in provincia di Salerno.

La Rete estera è incentrata su alcuni paesi dell'Europa occidentale, dell'Area NAFTA, del Mediterraneo, dell'Asia e dei Paesi dell'Europa dell'Est, che si confermano macro-regioni di interesse prioritario per la competitività delle imprese campane. In queste aree viene individuato un numero ristretto di Paesi obiettivo verso cui indirizzare gli operatori economici, con attività di accompagnamento al fine di promuovere il "Sistema Salerno".

Al riguardo, notevole è l'apporto del Network delle Camere di Commercio Italiane all'estero e notevole è l'impulso della promozione dei servizi presso Enti, Associazioni, Banche, Consorzi, mediante l'Unità operativa preposta alle Relazioni esterne e al miglioramento della Rete provinciale composta da animatori territoriali e agenti di sviluppo. In tale ambito

vengono promosse le iniziative promozionali e di assistenza tecnica rivolte alle imprese che mirano allo scambio di esperienze e di collaborazioni produttive, all'acquisizione di nuovi mercati, a esperimenti di delocalizzazione di fasi povere della produzione, all'ingresso in circuiti esteri della distribuzione.

Tramite Intertrade è attivo il Punto provinciale della Rete Comunitaria Europe Enterprise Network - Relais Bridge Economies Italia meridionale, anche mediante azioni sinergiche con la Rete UE "Europe Direct", finalizzato ad erogare servizi di informazione e prima assistenza alle imprese sui temi del commercio estero, con particolare attenzione alle opportunità di finanziamento offerte dall'Unione Europea e al trasferimento tecnologico a livello internazionale, anche in collaborazione con Città della Scienza. Inoltre, sempre per rispondere a specifiche esigenze di informazione e formazione si organizzeranno cicli di seminari e workshop, ad alto contenuto specialistico, destinati alla comunità economica, finanziaria e istituzionale di Salerno. A tale scopo sarà migliorato il Piano di comunicazione integrata, con particolare riguardo al bollettino mensile e alla newsletter, che mira ad informare periodicamente le imprese.

In materia di formazione sui temi legati all'internazionalizzazione si intende favorire l'addestramento e l'inserimento professionale di risorse umane specializzate nel supporto all'internazionalizzazione delle PMI locali. In tal senso vengono promosse continue iniziative di stage per giovani laureati, nell'ambito di Polaris, oltre al coinvolgimento di imprenditori e manager stranieri presso le imprese provinciali.

**L'Azienda speciale Polaris** è stata costituita con l'obiettivo di diffondere la "Cultura d'Impresa" e del "Life long learning" progettando, guidando, stimolando e realizzando processi di sviluppo e di formazione delle persone e delle PMI.

**Formazione** Polaris promuove, progetta e realizza attività di formazione per imprenditori, dirigenti, lavoratori e lavoratrici autonomi/e, neo imprenditori, piccoli imprenditori, manager, collaboratori e professionisti. Obiettivo principale è quello di ottenere qualificate risorse manageriali, in grado di supportare quei processi di trasformazione necessari alle imprese per evolversi così da rispondere con efficacia ai rapidi cambiamenti degli scenari socio-economici. Polaris privilegia l'utilizzo di metodologie attive, che coinvolgono direttamente i partecipanti alle attività formative attraverso un apprendimento concreto, pratico e operativo, finalizzato a contribuire alla soluzione dei problemi. L'Azienda Speciale si pone come riferimento per la realizzazione di attività formative in grado di rispondere alla sfida della Conoscenza, della Competitività e dell'Innovazione: attività formative strutturate su più livelli ma che pongono sempre al centro il rafforzamento delle competenze e delle capacità delle persone.

Per raggiungere questi risultati Polaris si propone attività di:

- Formazione a catalogo;
- Formazione a distanza;
- Formazione finanziata;
- Formazione personalizzata;
- Progetti speciali: Master, Outdoor Training

**Cultura d'Impresa** Polaris promuove, progetta e realizza studi e ricerche sull'imprenditoria, sui processi di crescita dell'impresa, sulla creazione di nuove imprese, sui processi di innovazione, sui servizi e sull'economia del territorio e sulle sue modalità di promozione; promuove e svolge attività di studio e di progettazione di sistemi organizzativi. La diffusione di una cultura strategico-gestionale è necessaria per garantire lo sviluppo delle piccole

imprese. L'Azienda Speciale supporta le PMI anche attraverso servizi di assistenza altamente qualificati e personalizzati.

**Alternanza Scuola-Lavoro** Saper leggere e interpretare il mercato del lavoro per indirizzare i giovani verso i percorsi formativi che abbiano i migliori sbocchi occupazionali vuol dire supportare quei percorsi formativi che danno ai giovani specifiche professionalità richieste dal sistema imprenditoriale locale: questo è uno degli obiettivi dell'Azienda Speciale Polaris. Attraverso specifici progetti per l'alternanza scuola-lavoro, Polaris, con la collaborazione delle imprese, del mondo associativo e dell'Università, implementerà attività di promozione, animazione e comunicazione rivolta alle scuole, alle famiglie e agli studenti.

L'Azienda Speciale si pone come supporto nei processi di incontro tra scuola e lavoro attraverso:

- la realizzazione di esperienze di stage e visite guidate in imprese da parte di studenti;
- l'organizzazione di seminari di orientamento al lavoro autonomo ed imprenditoriale, sulle dinamiche evolutive del mercato del lavoro e sulle nuove professioni richieste dalle imprese più innovative;
- l'organizzazione di tirocini estivi di orientamento;
- la realizzazione di alcuni percorsi laboratoriali che gli studenti potranno sviluppare nelle imprese, coadiuvati dai propri docenti;
- la realizzazione di sessioni formative e di project work, rivolti a docenti e referenti aziendali, per la progettazione di percorsi di alternanza innovativi.

**L'Azienda speciale JurimpreSA** è stata costituita con l'obiettivo di Supportare le PMI nella risoluzione delle controversie commerciali anche in materia bancaria. Orientare le PMI ad un efficace e trasparente accesso al mercato degli appalti.

**Giustizia alternativa** JurimpreSA ha lo scopo di sviluppare e diffondere strumenti di regolazione del mercato e di risoluzione alternativa delle controversie, anche in materia bancaria, attraverso forme di autodisciplina. Pertanto, l'Azienda Speciale raggiunge questi obiettivi attraverso:

- l'organizzazione di servizi di arbitrato, conciliazione, perizia contrattuale e arbitraggio riguardo a rapporti economici;
- l'organizzazione di altri servizi volti alla prevenzione e alla risoluzione delle controversie mediante forme alternative di giustizia, anche settoriali;
- l'organizzazione e la promozione di convegni, seminari, attività formative in materia di risoluzione alternativa delle controversie.

**Appalti** JurimpreSA ha lo scopo di contribuire a garantire condizioni di trasparenza al mercato degli appalti nazionali ed internazionali di servizi, lavori e forniture. L'Azienda Speciale vuole sostenere e guidare le PMI nell'articolato mondo delle gare di appalto e accrescere la partecipazione delle aziende del territorio ad iniziative e progetti che abbiano come obiettivo il consolidamento della presenza salernitana su mercati di rilevanza strategica. In tale ottica, si pone come obiettivi prioritari:

- agevolare la diffusione di informazioni sulle gare di appalto nazionali ed internazionali di servizi, lavori e forniture;
- favorire la partecipazione delle PMI alle gare, sottosoglia e soprasoglia, attraverso la creazione di un sistema d'informazione multilingue, alimentato dalla rete delle stazioni appaltanti pubbliche o private;
- agevolare la partecipazione delle PMI alle gare, sottosoglia e soprasoglia, attraverso l'erogazione di servizi contabili, finanziari, giuridici e di assistenza tecnica;

- promuovere la costituzione di aggregazioni di imprese salernitane per la partecipazione alle gare;
- favorire la partecipazione delle PMI a progetti di investimento nazionali ed internazionali;
- organizzare attività formative tese alla diffusione di norme, regolamenti e procedimenti in materia di appalti.

**Osservatorio sulla legalità e la trasparenza** JurimpreSA ha lo scopo di promuovere la diffusione della cultura della legalità e della trasparenza, attraverso le proprie finalità statutarie nonché mediante:

- l'elaborazione di studi e ricerche in materia di giustizia ordinaria e alternativa;
- il monitoraggio delle controversie tra imprese e istituti di credito;
- l'elaborazione di indagini conoscitive sul fenomeno dell'usura;
- la realizzazione di studi, ricerche ed analisi territoriali e/o nazionali, manualistica, guide e vademecum sui temi del credito e della finanza per le PMI.
- l'organizzazione di seminari, workshop, corsi di formazione e convegni finalizzati alla diffusione della cultura finanziaria presso le piccole e medie imprese con riferimento al rating e Basilea 2, al capitale di rischio ed alle varie forme di finanza innovativa in grado di contribuire allo sviluppo delle PMI.

#### *Le partecipazioni della Camera di commercio*

Le disposizioni di legge attribuiscono agli enti camerali la possibilità di perseguire i propri fini istituzionali anche mediante la sottoscrizione di partecipazioni in società, imprese ed enti, le cui finalità sono in linea con quelle camerali. La politica delle partecipazioni delle Camere di commercio contribuisce a costituire una rete di supporto al sistema economico territoriale e rappresenta uno strumento e un'opportunità strategica per il potenziamento dei servizi offerti.

Le partecipazioni societarie della Camera di commercio di Salerno si estendono a vari settori d'intervento, dalle infrastrutture di trasporto agli insediamenti industriali, dai servizi alle imprese alla promozione territoriale. Di seguito si riportano le Società alle quali partecipa la Camera di Commercio classificate in base alla natura e all'attività svolta.

Partecipazioni della Camera di commercio di Salerno al 31 dicembre 2012		
Società	Valore nominale della partecipazione [€]	Quota partecipata dalla Cdc
<b>&gt;&gt; SOCIETÀ E ORGANISMI DEL SISTEMA CAMERALE</b>		
AGROQUALITÀ S.p.A.	9.181,02	0.459%
BORSA MERCI TELEMATICA ITALIANA S.c.p.A.	1.198,48	0.050%
INFOCAMERE S.c.p.A.	10.146,30	0.057%
ISNART S.c.p.A.	2.000,00	0.201%
RETECAMERE S.c.r.l.	9.443,00	1.049%
TECNO HOLDING SPA	29.136,28	0.117%
TECNOSERVICECAMERE S.c.p.A.	5.063,24	0.384%
I.C. OUTSOURCING S.c.r.l.	128,34	0.035%
JOBCAMERE S.c.r.l.	207,00	0.035%
UNIONTRASPORTI S.Cons.ar.l.	2.000,00	0.263%
CAMCOM - UNIVERSITAS MERCATORUM S.Cons.ar.l.	336.364,29	1.416%
<b>&gt;&gt; SOCIETÀ PARTECIPATE VARIE</b>		

### Partecipazioni della Camera di commercio di Salerno al 31 dicembre 2012

Società	Valore nominale della partecipazione [€]	Quota partecipata dalla Cdc
AUTOSTRADE MERIDIONALI S.p.A.	33.047,55	0,365%
CONSORZIO AEREOPORTO SALERNO- PONTECAGNANO	2.309.562,38	57,412%
CONSORZIO ASI SALERNO	4.803,05	20,00%
CREDITO SALERNITANO S. Coop. P.A.	31.500,00	0.239%
PARCO SCIENTIFICO E TECNOLOGICO S.c.p.A.	32.000,00	4,00%
SALERNO INTERPORTO S.p.A.	278.541,77	6,963%
SALERNO SVILUPPO S.c.r.l. in liquidazione	63.162,00	15,00%
G.A.L. CONSORZIO PARCO NAZIONALE DEL CILENTO	36.151,92	7,143%
<b>&gt;&gt; SOCIETÀ DI GESTIONE DEI PATTI TERRITORIALI</b>		
AGENZIA LOCALE DI SVILUPPO VALLE DEL SARNO PATTO DELL'AGRO S.p.A.	52.500,00	4.635%
ALBURNI CALORE SVILUPPO S.r.l.	39.000,00	20.905%
BUSSENTO E VALLO DI DIANO V.D.& B. S.p.A.	4.235,00	3.529%
Sviluppo COSTA D'AMALFI S.r.l.	1.006,02	2.205%
MAGNA GRAECIA Sviluppo S.c.r.l.	15.400,00	14,00%
SISTEMA CILENTO S.c.p.A.	77.460,00	6.303%
IRNO PICENTINI SVILUPPO S.r.l. in liquidazione	1.695,00	1.412%

Fonte: Ufficio Ciclo della Performance

## IDENTITÀ

### > L'AMMINISTRAZIONE IN CIFRE

#### Il personale della Camera di commercio di Salerno

Composizione del personale per ruolo				
	2010	2011	2012	2013 (gennaio)
Segretario generale	1	1	1	1
Dirigenti	0	0	3	3
D	32	34	31	31
C	34	42	44	43
B	6	6	5	5
A	2	2	2	2
<b>TOTALE</b>	<b>75</b>	<b>85</b>	<b>86</b>	<b>85</b>

I dati sono riferiti al 31/12 di ogni esercizio, a eccezione del 2013 per il quale risalgono al 31 gennaio

Composizione del personale per anzianità di servizio										
	0-5	6-10	11-15	16-20	21-25	26-30	31-35	36-40	> 40	<b>TOTALE</b>
2010	2	11	41	2	1	7	11	0	0	<b>75</b>
2011	3	17	43	2	1	7	11	1	0	<b>85</b>
2012	4	11	14	36	3	7	5	6	0	<b>86</b>

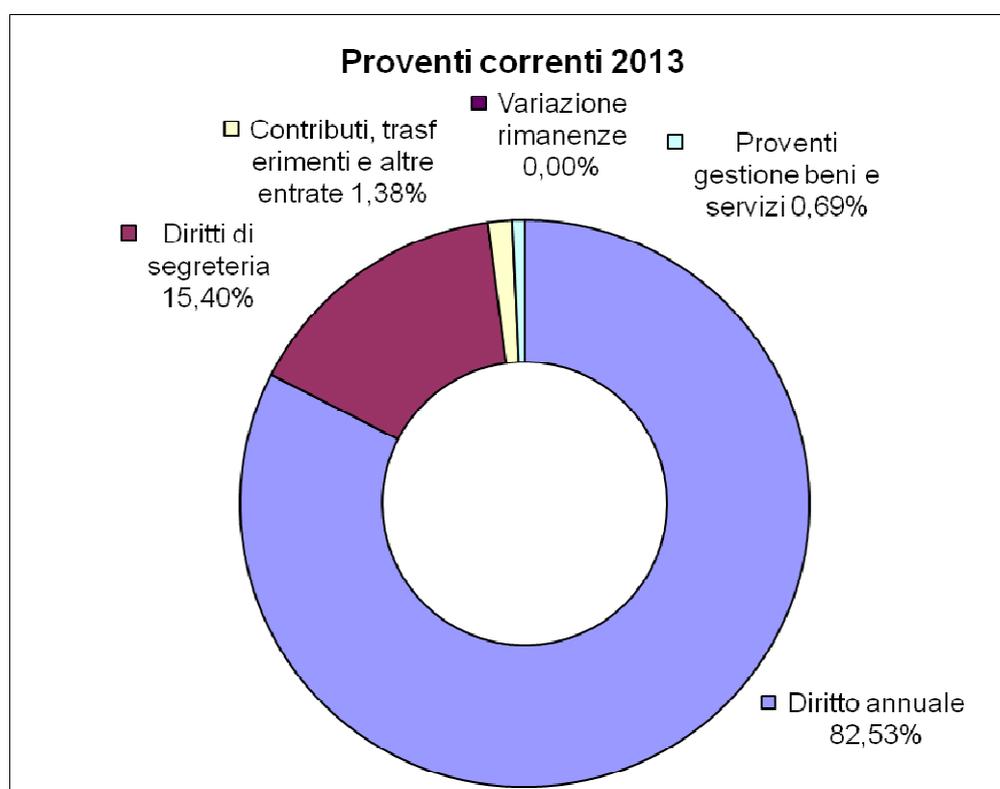
Composizione del personale per classi di età										
	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	> 65	<b>TOTALE</b>
2010	0	0	7	17	16	15	15	5	0	<b>75</b>
2011	0	1	8	16	17	18	16	7	2	<b>85</b>
2012	0	1	7	17	18	17	16	7	3	<b>86</b>

Composizione del personale per titolo di studio						
	Scuola dell'obbligo	Licenza media superiore	Laurea breve	Laurea	Specializzazione post laurea	<b>TOTALE</b>
2010	13	27	1	34	0	<b>75</b>
2011	13	31	1	40	0	<b>85</b>
2012	12	33	1	40	0	<b>86</b>

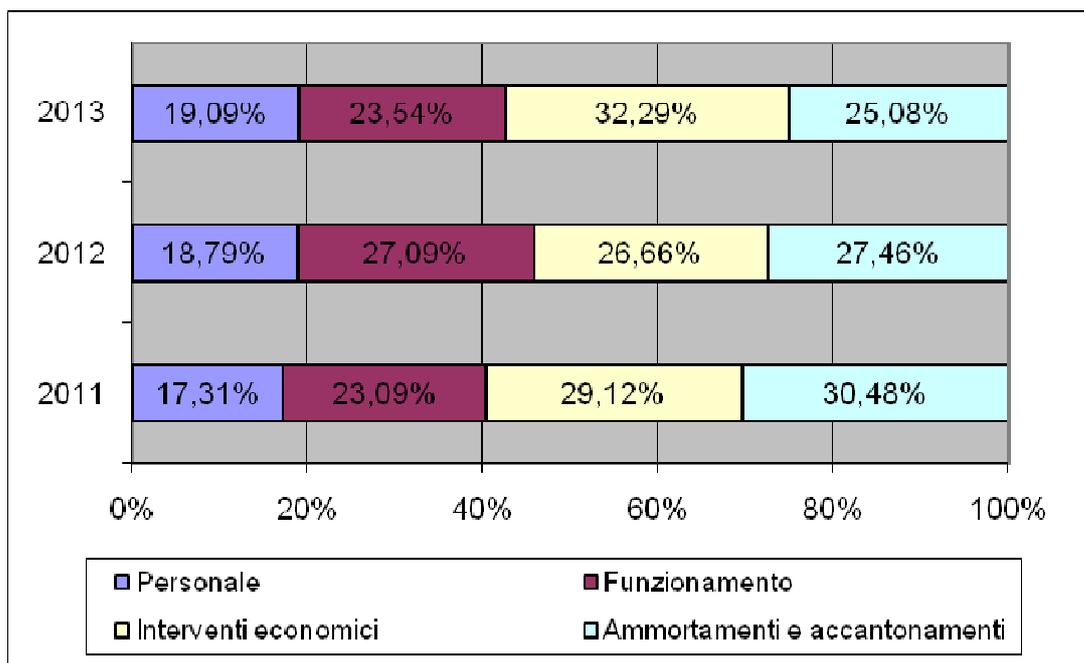
Composizione del personale per tipologia contrattuale			
	Full time	Part time	<b>TOTALE</b>
2010	74	1	<b>75</b>
2011	85	0	<b>85</b>
2012	86	0	<b>86</b>

## I dati economico-contabili

Proventi correnti			
	2011 [Consuntivo]	2012 [Pre-consuntivo]	2013 [Preventivo]
Diritto annuale	21.044.013,96	21.243.000,00	20.748.000,00
Diritti di segreteria	4.013.519,73	3.897.800,00	3.871.300,00
Contributi, trasferimenti e altre entrate	413.007,72	828.837,88	347.494,24
Proventi gestione beni e servizi	166.962,44	208.000,00	174.500,00
Variazione rimanenze	79.365,51	-4.714,40	0
<b>TOTALE</b>	<b>25.716.869,36</b>	<b>26.172.923,48</b>	<b>25.141.294,24</b>



Oneri correnti			
	2011 [Consuntivo]	2012 [Pre-consuntivo]	2013 [Preventivo]
Personale	4.692.443,34	4.886.189,58	5.033.945,86
Funzionamento	6.259.818,29	7.046.907,72	6.207.008,61
Interventi economici	7.891.933,55	6.935.000,00	8.515.000,00
Ammortamenti e accantonamenti	8.261.111,17	7.141.770,51	6.614.380,00
<b>TOTALE</b>	<b>27.105.306,35</b>	<b>26.009.867,81</b>	<b>26.370.334,47</b>



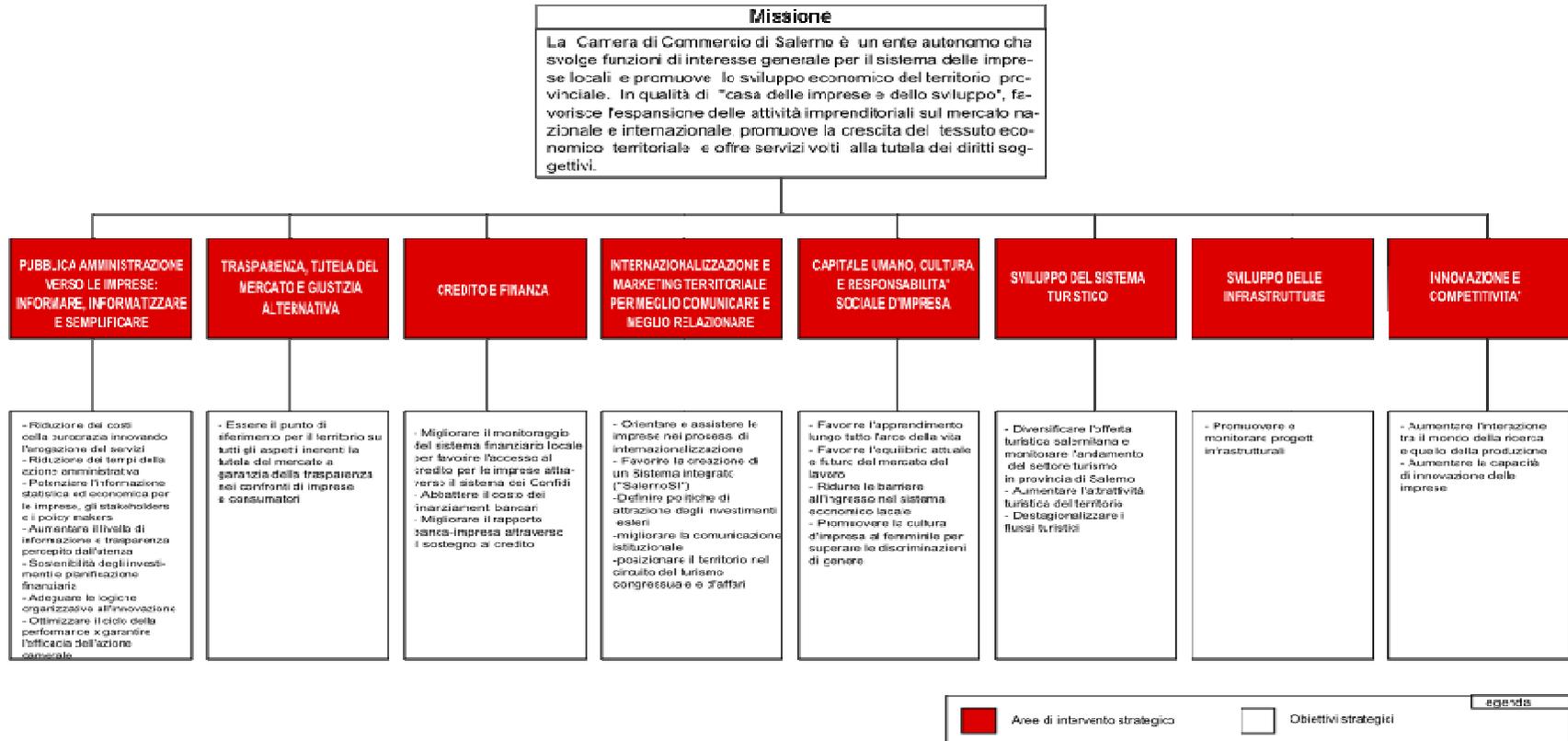
#### > **MANDATO ISTITUZIONALE E MISSIONE**

La Camera di commercio di Salerno è un ente autonomo di diritto pubblico il cui compito principale è curare gli interessi del sistema imprenditoriale nel territorio di riferimento.

Alla Camera sono attribuite funzioni istituzionali e di promozione: le prime, maggiormente vincolate dal punto di vista normativo, riguardano i servizi di natura amministrativa e quelli inerenti alla regolazione del mercato. Le attività promozionali possono essere impostate con maggiori margini di libertà d'azione e intendono favorire lo sviluppo economico del territorio di competenza attraverso iniziative nel campo dell'internazionalizzazione, dell'innovazione e del trasferimento tecnologico, della formazione delle risorse umane, dell'orientamento alle attività imprenditoriali, della valorizzazione del territorio e delle produzioni locali.

In particolare la Camera di commercio di Salerno si propone di assumere il ruolo, non soltanto di soggetto burocratico che eroga servizi previsti dalle norme, ma di promotore della crescita e del rilancio competitivo delle imprese nel territorio salernitano, promuovendo progetti e attività che sappiano favorire l'iniziativa imprenditoriale, mercati flessibili e dinamici, una gestione efficiente delle risorse, infrastrutture moderne e funzionali, servizi avanzati per il mondo del lavoro e investimenti sul piano della ricerca e dell'innovazione tecnologica.

## > ALBERO DELLA PERFORMANCE



## ANALISI DEL CONTESTO

### > CONTESTO ESTERNO

Di seguito si riportano alcuni indicatori che descrivono il contesto socio-economico della provincia salernitana.

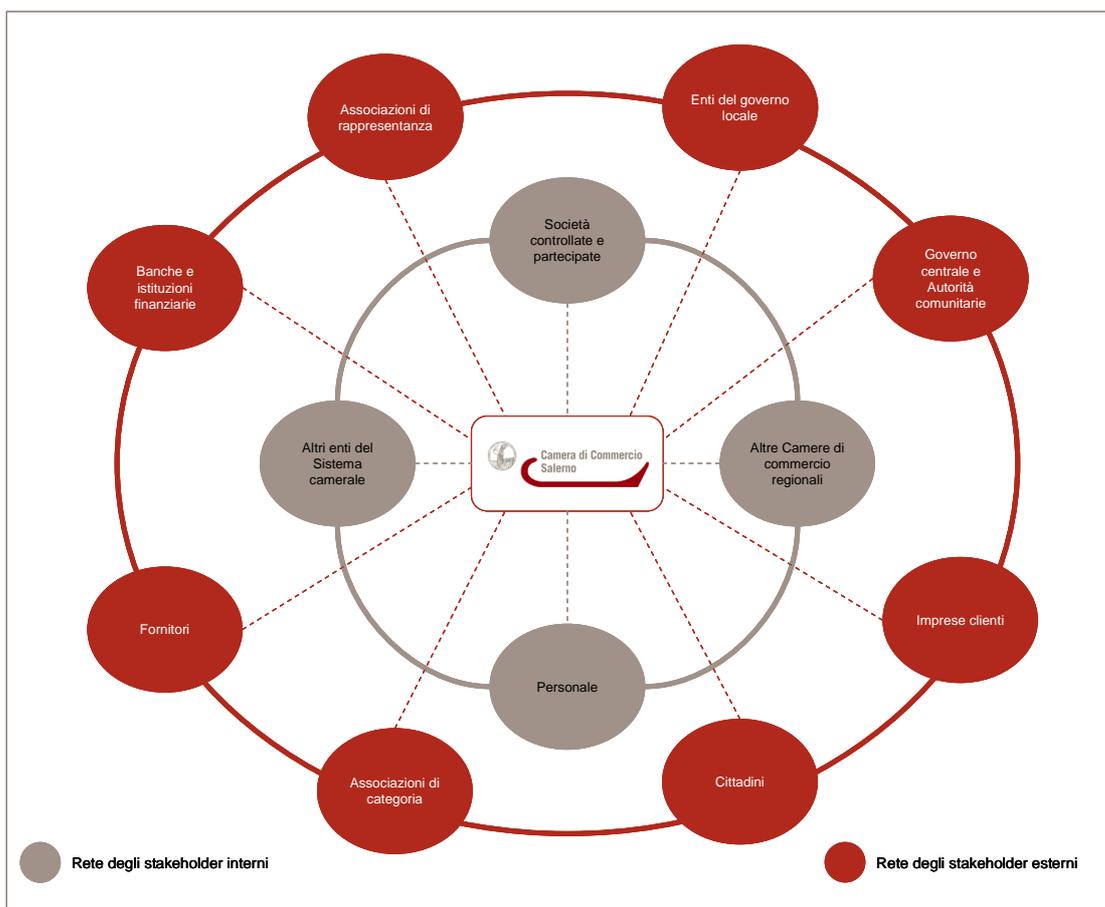
Dati socio-economici	Valore	Unità di misura	Fonte
Totale superficie	4.954	kmq 2011	Istat
N° comuni totale	158	v.a. 2011	Istat
di cui con almeno 20.000 abitanti	8,86	% 2011	Elaborazione
N° famiglie	418.005	v.a. 2011 (01-01)	Istat
Popolazione Totale anagrafica	1.092.876	v.a. 2011 (09-10)	Istat
di cui maschi	48,66	% 2011 (09-10)	Elaborazione
di cui femmine	51,34	% 2011 (09-10)	Elaborazione
Densità abitativa	220,60	Ab. p. kmq 2011 (09-10)	Elaborazione
Pop residente in comuni con meno di 20.000 abitanti	508.938	v.a. 2011 (09-10)	Elaborazione
Pop residente in comuni con almeno 20.000 abitanti	53,43	% 2011 (09-10)	Elaborazione
Tot. Stranieri residenti	33.816	v.a. 2011 (09-10)	Istat
Indice di dipendenza strutturale	49,2	indicatore 2011 (09-10)	Elaborazione
Indice di dipendenza giovanile	21,8	indicatore 2011 (09-10)	Elaborazione
Indice di dipendenza degli anziani	27,4	indicatore 2011 (09-10)	Elaborazione
Indice di vecchiaia	125,4	indicatore 2011 (09-10)	Elaborazione
Indice di struttura	107,6	indicatore 2011 (09-10)	Elaborazione
Indice di ricambio	100,4	indicatore 2011 (09-10)	Elaborazione
<b>Totale imprese attive</b>			
Totale imprese attive 2012	101.915	v.a. 2012 (31-12)	Infocamere
Totale imprese attive 2011	102.411	v.a. 2011 (31-12)	Infocamere
Totale imprese attive 2010	101.537	v.a. 2010 (31-12)	Infocamere
Densità imprenditoriale per 100 abitanti (imprese attive)	9,37	indicatore 2011 (31-12)	Elaborazione
Totale imprese artigiane attive	20.206	v.a. 2012 (31-12)	Infocamere
Peso % delle ditte individuali	70,68	Indicatore 2012 (31-12)	Elaborazione
Esercizi alberghieri (n° esercizi)	524	v.a. 2011	Istat
Esercizi complementari (n° esercizi)	2.966	v.a. 2011	Istat
Esercizi turistici complessivi (n° esercizi)	3.490	v.a. 2011	Istat
- N° posti letto	97.110	v.a. 2011	Istat
- Presenze Italiani (giornate)	5.164.360	v.a. 2011	Istat
- Presenze Stranieri (giornate)	2.537.588	v.a. 2011	Istat
- Presenze Totali (giornate)	7.701.948	v.a. 2011	Istat
<b>Tasso di occupazione</b>			
Tasso di occupazione	46,1	indicatore 2012 (%)	Istat
Tasso di disoccupazione	17,6	indicatore 2012 (%)	Istat
<b>Valore aggiunto Totale</b>			
Valore aggiunto Totale	17.794	milioni di euro 2010	Istituto Tagliacarne
- agricoltura (a)	3,9	% 2010	Elaborazione
- industria manifatturiera (b1)	11,4	% 2010	Elaborazione
- costruzioni (b2)	6,1	% 2010	Elaborazione
- totale industria (b1+b2)	17,5	% 2010	Elaborazione
- servizi (c)	78,6	% 2010	Elaborazione
Prodotto Interno Lordo procapite (prezzi di mercato)	18.210,83	euro 2010	Istituto Tagliacarne
<b>Importazioni</b>			
Importazioni	1.389.632.446	euro 2012	Istat
<b>Importazioni per settore di attività economica</b>			
- Agricoltura e pesca	11,7	% 2012	Elaborazione
- Alimentare	17,3	% 2012	Elaborazione
- Sistema moda	3,5	% 2012	Elaborazione
- Legno/carta	5,8	% 2012	Elaborazione
- Chimica gomma plastica	16,7	% 2012	Elaborazione
- Metalmeccanico/elettronico	42,2	% 2012	Elaborazione
- Altro industria	2,8	% 2012	Elaborazione
Esportazioni	2.048.598.314	euro 2012	Istat

Dati socio-economici	Valore	Unità di misura	Fonte
Esportazioni per settore di attività economica			
- Agricoltura e pesca	8,7	% 2012	Elaborazione
- Alimentare	47,8	% 2012	Elaborazione
- Sistema moda	2,7	% 2012	Elaborazione
- Legno/carta	2,5	% 2012	Elaborazione
- Chimica gomma plastica	11,6	% 2012	Elaborazione
- Metalmeccanico/elettronico	24,5	% 2012	Elaborazione
- Altro industria	2,2	% 2012	Elaborazione
Saldo commerciale	658.965.868	euro 2012	Elaborazione
Propensione all'esportazione	10,8	indicatore 2010	Elaborazione
Tasso di apertura	19,9	indicatore 2010	Elaborazione
Indice di dotazione della rete stradale (Italia=100)	118,6	indicatore 2011	Istituto Tagliacarne
Indice di dotazione della rete ferroviaria (Italia=100)	132,9	indicatore 2011	Istituto Tagliacarne
Indice di dotazione dei porti (e bacini di utenza) (Italia=100)	207,8	indicatore 2011	Istituto Tagliacarne
Indice di dotazione dei aeroporti (e bacini di utenza) (Italia=100)	18,7	indicatore 2011	Istituto Tagliacarne
Indice di dotazione di impianti e reti energetico-ambientali (Italia=100)	67,7	indicatore 2011	Istituto Tagliacarne
Indice di dotazione delle strutture e reti per la telefonia e la telematica (Italia=100)	108,5	indicatore 2011	Istituto Tagliacarne
Indice di dotazione delle reti bancarie e servizi vari (Italia=100)	70,8	indicatore 2011	Istituto Tagliacarne
Indice generale infrastrutture economiche (Italia=100)	103,6	indicatore 2011	Istituto Tagliacarne
Indice generale infrastrutture (economiche e sociali) (Italia=100)	97,2	indicatore 2011	Istituto Tagliacarne
Indice di dotazione di strutture culturali e ricreative (Italia=100)	52,1	indicatore 2011	Istituto Tagliacarne
Indice di dotazione di strutture per l'istruzione (Italia=100)	108,5	indicatore 2011	Istituto Tagliacarne
Indice di dotazione di strutture sanitarie (Italia=100)	86	indicatore 2011	Istituto Tagliacarne
Indice di dotazione di infrastrutture sociali (Italia=100)	82,2	indicatore 2011	Istituto Tagliacarne

Gli stakeholder sono i portatori di interesse con cui la Camera di commercio interagisce. Si tratta cioè di quei soggetti in grado di influenzare, con le loro decisioni, il raggiungimento degli obiettivi camerali e, viceversa, di coloro che sono influenzati dalle scelte e dalle attività dell'ente. In funzione delle relazioni esistenti tra la Camera di Salerno e i suoi stakeholder è possibile individuare due principali "reti di portatori d'interesse": gli stakeholders interni (soggetti che hanno relazioni esclusive e obiettivi strettamente legati con quelli della Camera) e gli stakeholders esterni (soggetti che hanno relazioni saltuarie e scarsa condivisione degli obiettivi).

Di seguito si riporta la mappatura degli stakeholder della Camera di commercio di Salerno.

#### Gli stakeholder della Camera di commercio



## > **CONTESTO INTERNO**

Le Camere di commercio, nel rispetto della Legge n. 580/1993, definiscono l'assetto organizzativo operando una distinzione tra sfera politica e sfera gestionale. Ne consegue che l'attività d'indirizzo politico-amministrativo e di controllo sull'attuazione degli obiettivi è riservata agli organi di governo mentre le funzioni gestionali sono di pertinenza della dirigenza.

Gli organi statutari preposti al governo politico della Camera sono: il Consiglio, la Giunta, il Presidente e il Collegio dei revisori dei conti.

Il **Consiglio**, organo primario dell'Ente, determina l'indirizzo generale della Camera di commercio, ne controlla l'attuazione, adotta gli atti fondamentali attribuiti dalla legge ed esercita le altre funzioni stabilite dal Statuto. Il Consiglio camerale elegge il Presidente e la Giunta; approva lo Statuto; determina gli indirizzi generali e il programma pluriennale; approva la relazione previsionale, il preventivo annuale e il bilancio di esercizio.

Il **Presidente** ha la rappresentanza legale, politica e istituzionale della Camera, dura in carica 5 anni e può essere rieletto 2 volte; rappresenta la Camera all'esterno e indirizza l'attività degli organi amministrativi.

La **Giunta** è organo esecutivo. Gestisce le risorse camerali e attua gli indirizzi programmatici fissati dal Consiglio: approva il budget annuale, i provvedimenti per realizzare i programmi del Consiglio, la costituzione di aziende speciali e le partecipazioni societarie; verifica il raggiungimento degli obiettivi dell'attività.

Il Collegio dei revisori dei conti ha il compito di vigilanza economica e contabile.

Composizione del Consiglio della Camera di commercio di Salerno	
Componenti	Settore
Mario Andresano	Artigianato
Mario Arciuolo	Commercio
Guido Arzano - <i>Presidente</i>	
Salvatore Loffreda	Agricoltura
Mauro Maccauro	Industria
Gennaro Bonomo	Agricoltura
Enrico Bottiglieri	Commercio
Domenico Oliva	Agricoltura
Pietro Caggiano	
Demetrio Cuzzola	Servizi alle imprese
Silvio Petrone	Credito e Assicurazioni
Aniello Russo	Servizi alle imprese
Manrico Gesummaria	Cooperazione
Alfonso Cantarella	Industria
Gianfranco Ferrigno	Artigianato
Antonio Beltotti	Commercio
Vincenzo Galiano	Commercio
Giuseppe Gallo	Artigianato
Agostino Gallozzi	Attività marittime e portuali
Sabato Senatore	Commercio
Bruno Habusha	Trasporti e spedizioni
Antonio Ilardi <i>Vicepresidente</i>	Industria
Aldo Trezza	Commercio
Mariano Lazzarini	Turismo

### Composizione del Consiglio della Camera di commercio di Salerno

Componenti	Settore
Antonio Lombardi	Industria
Carmine Maiese	Servizi alle imprese
Luigi D'Auria	Trasporti e Spedizioni
Nicola Salsano	Associazioni dei consumatori
Sergio Casola	Artigianato
Ambrogio Carro	Turismo
Andrea Prete	Industria
Francesco Tavella	Associazioni Sindacali

### Composizione della Giunta camerale

Presidente	Guido Arzano
Vicepresidente	Antonio Ilardi
Componenti	Pietro Caggiano
	Giuseppe Gallo
	Enrico Bottiglieri

### Composizione del Collegio dei revisori dei conti

Presidente	Claudia Maio
Componenti effettivi	Elisabetta Ceraso
	Pietro Di Lorenzo
Componenti supplenti	Domenico Somma
	Mauro Cassese

## GOVERNANCE E ORGANIGRAMMA DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI SALERNO

ENTE		AREE DIRIGENZIALI		UNITA' ORGANIZZATIVE		UNITA' OPERATIVE	
Ente	Camera di Commercio di Salerno	SG	SEGRETARIO GENERALE	STAF1	UFFICI STAFF AL SEGRETARIO GENERALE	SEP	SEGRETERIA PRESIDENZA
						SET	SEGRETERIA TECNICA ORGANI COLLEGIALI
						CER	STAMPA E CERIMONIALE
						PRS	STUDI E SUPPORTO STRATEGICO
						CIC	CICLO DELLA PERFORMANCE
						ALC	ASSISTENZA LEGALE E CONTENZIOSO
						SED	SEGRETERIA DI DIREZIONE
						NCA	NUCLEO DI COORDINAMENTO AZIENDE SPECIALI
		DIR1	DIRIGENTE AREA 1	A1 - STAFF	UFFICI DI STAFF AL DIRIGENTE AREA 1	TUT	TUTELA DEI CONSUMATORI E DEGLI UTENTI
						QAI	QUALITA' E AUDIT INTERNO
						PDC	PROCEDIMENTI DISCIPLINARI e CONTENZIOSO DEL LAVORO
				A1 - DACT	DIRITTO ANNUO E CONTENZIOSO TRIBUTARIO	DAN	DIRITTO ANNUALE
						COT	CONTENZIOSO TRIBUTARIO
				A1 - AA.GG.	AFFARI GENERALI E PERSONALE	ASG	AFFARI GENERALI E ISTITUZIONALI
						UDP	GESTIONE, ORGANIZZAZIONE E SVILUPPO RISORSE UMANE
						URP	RELAZIONI CON IL PUBBLICO
						PIG	PROTOCOLLO INFORMATICO E GESTIONE DOCUMENTALE
						BIB	BIBLIOTECA
				A1 - BILA	BILANCIO, FINANZE E RISORSE	CFL	CONTABILITA' GENERALE
						BPC	BILANCIO, PROGRAMMAZIONE ECONOMICO E FINANZIARIA
						FLA	FISCO E LAVORO
		DIR2	DIRIGENTE AREA 2	A2 - STAFF	UFFICI IN STAFF AL DIRIGENTE AREA 2	PRG	PROGETTAZIONE GRAFICA E COMUNICAZIONE VISIVA
						SAN	SANZIONI R.I.
						ORD	ORDINANZE
						LPS	LOGISTICA PATRIMONIO E SICUREZZA
				A2 - ANAG	ATTIVITA' REGOLATE	CAR	ALBI E RUOLI
						ATG	CONTROLLO ATTIVITA' REGOLAMENTATE
				A2 - COORD	UFFICI COORDINATI DAI CAPI SERVIZIO "ATTIVITA' REGOLATE" E "MONITORAGGIO PROCESSI E QUALITA' R.I."	PTC	PRATICHE TELEMATICHE - COORDINAMENTO DATA ENTRY
						CEP	CERTIFICAZIONI PP.AA.
						CRE	CERTIFICAZIONI E REGISTRI
				A2 - MONI	MONITORAGGIO PROCESSI E QUALITA' R.I.	COQ	CONTROLLO QUALITA' DATI R.I.
						CPA	SEGRETERIA CPA - ARTIGIANATO

## GOVERNANCE E ORGANIGRAMMA DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI SALERNO

ENTE	AREE DIRIGENZIALI	UNITA' ORGANIZZATIVE	UNITA' OPERATIVE
			FDC FIRMA DIGITALE CNS - CARTE TACHIGRAFICHE
		A2 - PROV.   PROVEDITORATO	ACQ   ACQUISTI E SERVIZI GENERALI ARC   ARCHIVIO
		A2 - REG.   ATTIVITA' PRODUTTIVE	SUA   SUAP EGO   E GOVERNMENT SDE   SPORTELLI DECENTRATI
		A2 - STAFF   UFFICI IN STAFF AL DIRIGENTE AREA 2	PRG   PROGETTAZIONE GRAFICA E COMUNICAZIONE VISIVA SAN   SANZIONI R.I. ORD   ORDINANZE LPS   LOGISTICA PATRIMONIO E SICUREZZA
	DIR3   DIRIGENTE AREE 3-4		
		A4 - STAFF   UFFICI IN STAFF AL DIRIGENTE AREE 3-4	STA   STATISTICA E PREZZI
		A3 - COMP.   SOSTEGNO ALLA COMPETITIVITA'	INC   INCENTIVI ALLE IMPRESE FIN   FINANZA AGEVOLATA E MICROCREDITO
		A3 - PROM.   PROMOZIONE ECONOMICA	MAR   MARKETING TURISTICO FIE   FIERE ED EVENTI SAP   SVILUPPO E AGGIORNAMENTO PROFESSIONALE
		A4 - REGO.   REGOLAZIONE E TUTELA DEL MERCATO	MAB   MARCHI E BREVETTI MET   METRICO PRO   PROTESTI TFA   TUTELA DELLE FILIERE PRODUTTIVE E AMBIENTE

## **ARTICOLAZIONE DELLE AREE E DEI SERVIZI**

### **Uffici in staff al Segretario Generale**

Segreteria presidenza

*Responsabile: Montuori Anna*

Segreteria tecnica organi collegiali

*Responsabile: Montuori Anna*

Studi e Supporto Strategico

*responsabile: Giannattasio Irene*

Ciclo della Performance

*responsabile: Martinangelo Gerardo*

Stampa e Cerimoniale

*responsabile: Milito Gerardo*

Assistenza legale e contenzioso

*Responsabile: Cuomo Antonella*

Segreteria di Direzione

*Responsabile: D'Amore Rosalia*

Nucleo di Coordinamento Aziende Speciali

*Dirigenti aree*

### **Area I**

Servizio Affari Generali e Personale

*responsabile: De Luca Emilia*

Servizio Bilancio, Finanze e Risorse

*responsabile: Fucci Massimo*

Servizio Diritto Annuo e Contenzioso Tributario

*responsabile: Cipollaro Luigi*

Tutela consumatore e utenti (in staff al Dirigente responsabile)

*responsabile: Picardi Mario*

Qualità ed audit interno (in staff al Dirigente responsabile)

*responsabile: interim al dirigente di Area*

Procedimenti Disciplinari e Contenzioso del lavoro (in staff al Dirigente responsabile)

*responsabile: De Luca Emilia*

### **Area II**

Servizio Attività Regolate

*responsabile: Sangiovanni Attilio*

Servizio Monitoraggio processi e qualità R.I.

*Responsabile: Palo Cristina*

Servizio Attività Produttive

*Responsabile: Iazzetta Monica*

Servizio Provveditorato

*Responsabile: interim al dirigente di Area*

Progettazione grafica e Comunicazione visiva (in staff al Dirigente responsabile)

*responsabile: Cannavale Francesco*

Sanzioni Registro Imprese (in staff al Dirigente responsabile)

*responsabile: Serino Giulio*

Ordinanze (in staff al Dirigente responsabile)

*responsabile: Sbardella Domenico*

Logistica Patrimonio e Sicurezza (in staff al Dirigente responsabile)

*responsabile: Mele Giuseppe*

Uffici Pratiche Telematiche, coord.data entry; Certificazioni PP.AA; Certificazioni e Registri

*responsabili: Sangiovanni Attilio e Palo Cristina*

#### **Aree III e IV**

Servizio Promozione Economica

*responsabile: Pagano Fabrizio*

Servizio Sostegno alla competitività

*responsabile: Crisconio Mario*

Servizio Regolazione del Mercato

*responsabile: Romano Pasqualino*

Statistica e Prezzi (in staff al Dirigente responsabile)

*responsabile: Pareres Marisa*

## LE AREE STRATEGICHE, GLI OBIETTIVI STRATEGICI, LE INIZIATIVE E GLI INDICATORI DI MISURAZIONE

Partendo dal programma di mandato 2011-2016, dalla Relazione Previsionale e Programmatica 2013 e dalla relazione al budget 2013, documenti tutti riportati nell'allegato tecnico, sono state individuate per le 8 aree strategiche e, quindi, per i rispettivi obiettivi strategici, le seguenti iniziative/programmi:

### **Area Strategica 1**

#### **PUBBLICA AMMINISTRAZIONE VERSO LE IMPRESE: INFORMARE, INFORMATIZZARE E SEMPLIFICARE**

*obiettivi strategici:*

##### **1.1 Diffusione, promozione ed informatizzazione dei servizi**

INIZIATIVE/PROGRAMMI:

**A** Diffusione sul territorio dei servizi camerali attraverso l'ICT e rete di sportelli

**B** Promuovere l'utilizzo di servizi innovativi

**C** Informatizzazione dei servizi e impiego sistematico delle tecnologie ICT

##### **1.2 Riduzione dei tempi dell'azione amministrativa**

INIZIATIVE/PROGRAMMI:

**A** Dematerializzazione dei flussi cartacei

**B** Riduzione dei tempi di lavorazione delle pratiche

##### **1.3 Potenziare l'informazione statistica ed economica per le imprese, gli stakeholders e i policy makers**

INIZIATIVE/PROGRAMMI:

**A** Valorizzazione del patrimonio informativo camerale costituito dal Registro delle imprese e banche dati

**B** Proseguire le attività di monitoraggio economiche e sistematizzare l'informazione statistica

**C** Creare momenti di confronto e informazione pubblica anche il collaborazione con partner istituzionali

##### **1.4 Aumentare il livello di informazione e trasparenza percepito dall'utenza**

INIZIATIVE/PROGRAMMI:

**A** Potenziare la comunicazione istituzionale e rendere più efficace il dialogo con il territorio

**B** Garantire l'effettiva accountability verso l'esterno

**C** Potenziare il ruolo dell'URP e dell'Ufficio Stampa quale garanzia del diritto di informazione e di trasparenza

##### **1.5 Sostenibilità degli investimenti e pianificazione finanziaria**

INIZIATIVE/PROGRAMMI:

**A** Razionalizzazione nell'acquisto di beni e servizi e ottimizzazione delle risorse disponibili

**B** Sostenere il livello di recupero del diritto annuale mediante opposizione ai ricorsi tributari

##### **1.6 Adeguare le logiche organizzative all'innovazione**

INIZIATIVE/PROGRAMMI:

**A** Migliorare la comunicazione interna e il benessere organizzativo

**B** Garantire la formazione a tutto il personale camerale

## **1.7 Ottimizzare il ciclo della performance per garantire l'efficacia dell'azione camerale**

### **INIZIATIVE/PROGRAMMI:**

- A** Razionalizzare la programmazione delle attività per ottimizzazione la produttività del lavoro
- B** Potenziare il monitoraggio delle iniziative promozionali realizzate dalla Camera di commercio

## **Area Strategica 2**

### **TRASPARENZA, TUTELA DEL MERCATO E GIUSTIZIA ALTERNATIVA**

#### *obiettivi strategici:*

#### **2.1 Essere il punto di riferimento per il territorio su tutti gli aspetti inerenti la tutela del mercato a garanzia della trasparenza nei confronti di imprese e consumatori**

##### **INIZIATIVE/PROGRAMMI:**

- A** Sviluppare attività di assistenza nei confronti delle imprese
- B** Promozione di forme di controllo sulla presenza di clausole inique inserite nei contratti
- C** Effettuare attività di informazione a tutela di consumatori ed utenti
- D** Promozione della conoscenza degli strumenti della conciliazione e dell'arbitrato

## **Area Strategica 3**

### **CREDITO E FINANZA**

#### *obiettivi strategici:*

#### **3.1 Migliorare il monitoraggio del sistema finanziario locale per favorire l'accesso al credito**

##### **INIZIATIVE/PROGRAMMI:**

- A** Migliorare il monitoraggio del sistema finanziario locale per favorire l'accesso al credito per le imprese attraverso il sistema Confidi
- B** Favorire l'accesso al credito delle donne imprenditrici

#### **3.2 Abbattere il costo dei finanziamenti bancari**

##### **INIZIATIVE/PROGRAMMI:**

- A** Abbattere il costo dei finanziamenti bancari attraverso l'erogazione di contributi alle imprese tramite i Confidi

#### **3.3 Abbattere il costo dei finanziamenti bancari**

- A** Favorire l'accesso al credito mediante il rafforzamento del fondo rischi

## **Area Strategica 4**

### **INTERNAZIONALIZZAZIONE E MARKETING TERRITORIALE PER MEGLIO COMUNICARE E MEGLIO RELAZIONARE**

#### *obiettivi strategici:*

#### **4.1 Orientare e assistere le imprese nei processi di internazionalizzazione**

##### **INIZIATIVE/PROGRAMMI:**

- A** Promozione dell'internazionalizzazione delle imprese tramite l'organizzazione di eventi di portata nazionale e internazionale
- B** Sostegno all'internazionalizzazione attraverso la concessione di contributi

#### **4.2 Favorire la creazione di un Sistema integrato ("SalernoSI")**

INIZIATIVE/PROGRAMMI:

- A** Valorizzare il territorio in un'ottica integrata tra turismo, commercio, artigianato, prodotti tipici e arte
- B** Implementare un efficace approccio di marketing sui prodotti tipici locali che valorizzi il consumatore/turista esigente

#### **4.3 Definire politiche di attrazione degli investimenti esteri**

INIZIATIVE/PROGRAMMI:

- A** Definire politiche di attrazione degli investimenti esteri proseguendo e potenziando il progetto "Invest in Salerno"

#### **4.4 Migliorare la comunicazione istituzionale**

INIZIATIVE/PROGRAMMI:

- A** Migliorare la comunicazione istituzionale rafforzando la comunicazione esterna e revisionando la funzione editoriale

#### **4.5 Posizionare il territorio nel circuito del turismo congressuale e d'affari**

INIZIATIVE/PROGRAMMI:

- A** Posizionare il territorio nel circuito del turismo congressuale e d'affari mediante potenziamento del centro congressuale "Salerno Incontra"

### **Area Strategica 5**

#### **CAPITALE UMANO, CULTURA E RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA**

*obiettivi strategici:*

##### **5.1 Favorire l'apprendimento lungo tutto l'arco della vita**

INIZIATIVE/PROGRAMMI:

- A** Favorire l'apprendimento lungo tutto l'arco della vita tramite iniziative da realizzare in collaborazione con "Universitas Mercatorum"

##### **5.2 Favorire l'equilibrio attuale e futuro del mercato del lavoro**

INIZIATIVE/PROGRAMMI:

- A** Favorire l'equilibrio attuale e futuro del mercato del lavoro organizzando e sostenendo percorsi formativi

##### **5.3 Ridurre le barriere all'ingresso del sistema economico locale**

INIZIATIVE/PROGRAMMI:

- A** Ridurre le barriere all'ingresso del sistema economico locale fornendo un servizio di prima assistenza ad aspiranti imprenditori

##### **5.4 Promuovere la cultura d'impresa al femminile per superare le discriminazioni di genere**

INIZIATIVE/PROGRAMMI:

- A** Accrescere il livello di informazione e conoscenza del mondo imprenditoriale femminile

### **Area Strategica 6**

#### **SVILUPPO DEL SISTEMA TURISTICO**

*obiettivi strategici:*

##### **6.1 Diversificare l'offerta turistica salernitana e monitorare l'andamento del settore turismo in provincia di Salerno**

INIZIATIVE/PROGRAMMI:

- A** Attività dell'Osservatorio turistico

**B** Erogare contributi ad operatori del charter nautico

## **6.2 Aumentare l'attrattività turistica del territorio**

INIZIATIVE/PROGRAMMI:

**A** Organizzare collettive camerali in seno a manifestazioni fieristiche di settore in Italia e all'estero

**B** Sostenere eventi e manifestazioni organizzate da soggetti terzi sul territorio provinciale

## **6.3 Destagionalizzare i flussi turistici**

INIZIATIVE/PROGRAMMI:

**A** Erogare incentivi a T.O. nazionali ed esteri

## **Area Strategica 7**

### **SVILUPPO DELLE INFRASTRUTTURE**

*obiettivi strategici:*

#### **7.1 Promuovere e monitorare progetti infrastrutturali**

INIZIATIVE/PROGRAMMI:

**A** Promuovere e monitorare progetti infrastrutturali, quali lo scalo aeroportuale e lo sviluppo turistico della fascia litoranea tra Salerno e Capaccio

## **Area Strategica 8**

### **INNOVAZIONE E COMPETITIVITÀ**

*obiettivi strategici:*

#### **8.1 Aumentare l'interazione tra il mondo della ricerca e quello della produzione**

INIZIATIVE/PROGRAMMI:

**A** Promuovere spin off accademici e da ricerca

#### **8.2 Aumentare la capacità di innovazione delle imprese**

INIZIATIVE/PROGRAMMI:

**A** Predisposizione di servizi di informazione, assistenza e formazione capaci di stimolare comportamenti aziendali di tipo innovativo

Per le suddette iniziative/programmi sono stati individuati uno o più indicatori strategici/operativi, con i relativi target.

La declinazione degli obiettivi, delle iniziative/programmi e degli indicatori con i relativi target è contenuta all'interno dei seguenti allegati tecnici:

> *schede aree strategiche, obiettivi operativi, azioni operative.*

Tali cruscotti operativi saranno utilizzati per monitorare lo stato di attuazione degli obiettivi strategici e operativi, sia a livello di Ente che a livello di aree operative.

## **OBIETTIVI DEL SEGRETARIO GENERALE E DELLA DIRIGENZA**

La Camera di Commercio di Salerno è stata diretta, dal 1 ottobre 2009 e fino alla fine dell'anno 2012, dal solo Segretario Generale f.f., alla fine dell'anno 2012 sono stati assunti 3 dirigenti, per cui per l'anno 2013 saranno per la prima volta assegnati obiettivi alla dirigenza.

Per l'anno 2013 gli obiettivi assegnati al Segretario Generale ed ai Dirigenti sono sia gli obiettivi di competenza delle unità organizzative di diretta competenza (indicati oltre che nell'allegato "*schede aree strategiche, obiettivi operativi, azioni operative*" anche negli allegati "*Schede Obiettivi per Unità organizzativa*") sia gli obiettivi di efficacia ed efficienza in essere all'inizio dell'anno, con riferimento a quei specifici servizi/uffici oggetto di monitoraggio e valutazione da parte dell'Organismo Indipendente di Valutazione della performance.

Gli uffici/servizi oggetto di monitoraggio e valutazione per il Segretario Generale saranno i seguenti:

- Stampa e Cerimoniale
- Studi e Supporto Strategico
- Assistenza Legale e Contenzioso

Gli uffici/servizi oggetto di monitoraggio e valutazione per il Dirigente Area I saranno i seguenti:

- Gestione, Organizzazione e Sviluppo delle risorse Umane
- Protocollo Informatico e Gestione Documentale
- Bilancio, Programmazione Economico-Finanziaria
- Diritto Annuale
- Contenzioso Tributario
- Contabilità Generale
- Fisco e Lavoro
- Tutela Consumatori ed Utenti

Gli uffici/servizi oggetto di monitoraggio e valutazione per il Dirigente Area II saranno i seguenti:

- Pratiche Telematiche - Coordinamento data entry
- Certificazioni e Registri
- Controllo Qualità dati R.I.
- S.U.A.P.
- Albi e Ruoli
- Controllo Attività Regolamentate
- Sanzioni Registro Imprese
- Ordinanze
- Acquisti e Servizi Generali

Gli uffici/servizi oggetto di monitoraggio e valutazione per il Dirigente Aree III e IV saranno i seguenti:

- Fiere ed Eventi
- Incentivi alle Imprese
- Sviluppo e Aggiornamento Professionale
- Metrico
- Protesti

Per il monitoraggio e la valutazione saranno utilizzati i seguenti dati su base annuale:

**Volumi** (numero di pratiche, attività o funzioni evase/svolte nell'anno).

**TMU** (Tempo medio unitario necessario per singola pratica, attività o funzione).

**Carichi** (ore complessive dedicate dagli addetti all'ufficio per l'evasione di tutte le pratiche, attività o funzioni di riferimento).

I Volumi corrispondono alle pratiche, attività o funzioni evase nell'anno di riferimento. Si tratta di un dato che i responsabili dell'ufficio/servizio non possono modificare.

Il tempo medio unitario (TMU) è il tempo medio necessario, per l'evasione di una singola pratica, determinato dal Capo Ufficio/Capo Servizio, con la collaborazione degli addetti all'ufficio. Tale TMU, generalmente espresso in minuti, moltiplicato per i volumi (pratiche) determina il carico di lavoro (indicato in ore) per ogni singola funzione/attività.

Il totale ore sarà controllato dall'ufficio Controllo di gestione. Il tempo medio unitario sarà definito dal responsabile del servizio.

La verifica della congruenza del totale dei Carichi forniti dagli uffici (determinati moltiplicando i TMU con i volumi) con le ore di lavoro complessive effettuate dagli addetti all'ufficio, (dato fornito dall'ufficio Personale) renderà impossibile l'eventuale modifica arbitraria dei TMU, volta a coprire inefficienze/inefficacie dell'ufficio.

Le valutazioni saranno espresse dalla media ponderata del differenziale.

Tale media ponderata dei differenziali dei TMU sarà calcolata sui volumi dell'anno 2013:

$$\frac{\text{somma degli scostamenti TMU in minuti} \times \text{volumi}}{\text{totale volumi}}$$

Le schede tipo, utili al monitoraggio/valutazione degli Uffici/Servizi, sono allegate al Piano della Performance.

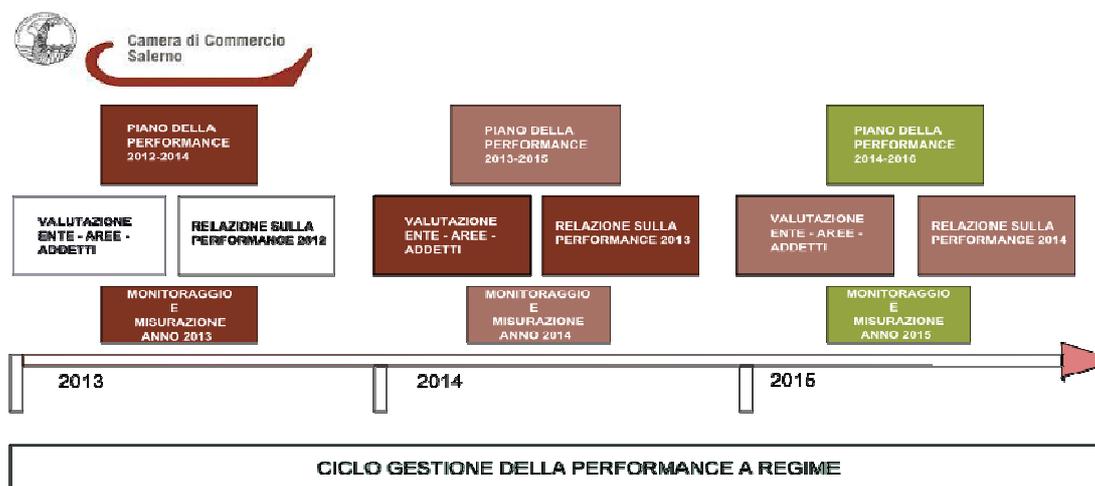
## ATTUAZIONE E MIGLIORAMENTO DEL CICLO DI GESTIONE DELLA PERFORMANCE

La piena attuazione del Ciclo di gestione della performance da parte della Camera di commercio di Salerno si compirà attraverso l'acquisizione e l'interiorizzazione di metodologie, competenze e strumenti necessari, utilizzando e valorizzando al contempo le professionalità operanti nell'ente.

L'attuazione avverrà tenendo conto:

- delle prassi, delle metodologie e delle esperienze già maturate dalla Camera di Commercio in materia di pianificazione e controllo;
- delle disposizioni contenute nel D.lgs n. 150/2009, in accordo anche con quanto previsto dal DPR n. 254/2005 e dalle delibere emanate dalla CIVIT (Commissione per la valutazione, la trasparenza, e l'integrità delle amministrative pubbliche);
- delle Linee guida realizzate specificamente per le Camere di Commercio a cura dell'Unioncamere nazionale.

Di seguito si riporta il cronogramma del triennio 2013-2015 del Ciclo di gestione della performance, primo triennio in cui il sistema si potrà considerare regime, dopo i primi anni di avvio. Nel corso del triennio saranno previsti dei momenti di verifica (*check*) in merito al grado di attuazione del Ciclo stesso e all'adeguamento dei relativi processi gestionali interni.



## ALLEGATI TECNICI

- > Mappa Strategica
- > Schede "aree strategiche, obiettivi operativi, azioni operative" per l'anno 2013
- > Schede "Obiettivi per Unità organizzativa" per l'anno 2013
- > Schede tipo rilevazione TMU, utili al monitoraggio/valutazione degli Uffici/Servizi
- > Documento sul Sistema di misurazione e valutazione della performance
- > Piano pluriennale 2011-2016
- > Relazione previsionale e programmatica 2013
- > Relazione al budget 2013