

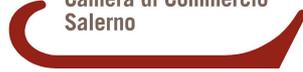
**Camera di Commercio di Salerno**



**Camera di Commercio  
Salerno**



**RELAZIONE SULLA *PERFORMANCE* PER L'ANNO 2013**



## INDICE

### 1. PRESENTAZIONE

### 2. SINTESI DELLE INFORMAZIONI D'INTERESSE PER I CITTADINI E GLI ALTRI *STAKEHOLDER* ESTERNI

2.1 Il contesto esterno di riferimento

2.2 L'amministrazione

2.3 I risultati raggiunti

2.4 Le criticità e le opportunità

### 3. OBIETTIVI: RISULTATI RAGGIUNTI E SCOSTAMENTI

3.1 Albero della *performance*

3.2 Aree strategiche e obiettivi strategici

3.3 Obiettivi e piani operativi

3.4 Obiettivi individuali

### 4. RISORSE, EFFICIENZA ED ECONOMICITÀ

### 5. PARI OPPORTUNITÀ E BILANCIO DI GENERE

### 6. IL PROCESSO DI REDAZIONE DELLA RELAZIONE SULLA *PERFORMANCE*

6.1 Fasi, soggetti, tempi e responsabilità

6.2 Punti di forza e di debolezza del ciclo della *performance*

ALLEGATO 1 – SCHEDE DI VALUTAZIONE DEI SERVIZI, DEL SEGRETARIO GENERALE e DIRIGENTI

ALLEGATO 2 - SCHEDE PIANO DELLA PERFORMANCE 2013-2015 CON RISORSE ECONOMICHE E PERSONALE

ASSEGNATO



## 1. PRESENTAZIONE

La relazione sulla Performance dell'Ente, richiesta dall'art. 10, comma 1, lettera b) del D.Lgs. 150/2009, evidenzia a consuntivo, con riferimento all'anno precedente, la performance organizzativa e individuale raggiunta rispetto ai singoli obiettivi definiti in sede di pianificazione.

Essa è, pertanto, il rendiconto del Piano della Performance ed evidenzia i risultati della capacità organizzativa dell'Ente, rappresentando il grado di raggiungimento degli obiettivi strategici ed operativi, nonché gli scostamenti rilevati.

Questo documento consente alla Camera di Commercio di illustrare agli stakeholder, in un'ottica di trasparenza ed accountability, i risultati ottenuti nel corso dell'anno 2013.

La presente relazione completa il ciclo di gestione della performance con riferimento alla terza annualità del Programma Pluriennale 2011-2016 della Camera di Commercio di Salerno.

E' da evidenziare che è stata recentemente prevista dal Governo una riduzione del 50% del diritto annuale dovuto dalle Imprese agli Enti camerali. Tale sensibile riduzione del valore del diritto annuale, se da un lato può apparire come un mero sgravio per le imprese, si traduce concretamente in una forte limitazione per le imprese stesse, le quali non potranno più ricevere la medesima attenzione da parte della Camera di Commercio in termini di attività cogenti circa la puntuale tenuta del Registro delle Imprese, degli Albi, Ruoli ed Elenchi, la cui gestione è attribuita alle Camere dallo Stato, il quale, paradossalmente, non solo non trasferisce alcuna risorsa ma quest'oggi stabilisce di ridurre, dal 2015, la disponibilità economico-finanziaria delle Camere. Un danno irreparabile deriverebbe dalla forzata riduzione delle attività sul fronte dell'accesso al credito, dell'accompagnamento ai mercati Internazionali, senza trascurare il delicato filone della formazione e dell'aggiornamento professionale di cui le Imprese necessitano per fronteggiare la crisi con determinazione. Tale riduzione di risorse si ripercuoterà inevitabilmente anche sulla performance della Camera, sia a livello strategico che operativo.

Il Presidente CCIAA di Salerno  
Guido Arzano



## 2. SINTESI DELLE INFORMAZIONI D'INTERESSE PER I CITTADINI E GLI ALTRI

### STAKEHOLDER ESTERNI

#### 2.1 Il contesto esterno di riferimento

La fase congiunturale che ha caratterizzato gli ultimi anni ha colpito duramente le economie dei Paesi dell'Unione europea, in particolare l'Italia, che ha manifestato maggiori difficoltà nel reggere alle pressioni della crisi, inficiata da anni di stagnazione o debole crescita.

In un quadro così delineato, emerge la dicotomia tra l'evoluzione negativa del mercato interno e la crescita del mercato estero, con effetti incisivi in quei territori come il Mezzogiorno, caratterizzato una sostanziale chiusura all'internazionalizzazione.

Salerno è tradizionalmente la provincia che presenta maggiori opportunità economiche in Campania, con un valore aggiunto procapite pari al 67,2% della media nazionale nel 2002 (a fronte del 63,6% campano e del 66,4% meridionale). La crisi, però, ha ridotto tale valore rapidamente, portandolo al 65,4% nel 2013, inferiore anche rispetto al dato meridionale complessivo.

Per il secondo trimestre 2014, tuttavia, le previsioni appaiono maggiormente positive ed, infatti, la quota di imprenditori manifatturieri salernitani che dichiara un incremento nei livelli della produzione sale al 20,2%, sebbene inferiore a tutti gli altri territori provinciali di riferimento.

Perdendo quasi un punto di reddito disponibile fra 2009 e 2012, soprattutto a causa del pesante calo del 2012, in corrispondenza con il ritorno di una forte fase recessiva dopo la ripresa del 2010-2011, le famiglie salernitane, nel ranking nazionale, si collocano in una poco lusinghiera 93-ma posizione.

Le famiglie salernitane dispongono, poi, in media, di 286.578 euro di attivo patrimoniale, un valore superiore alla media campana e che per sua composizione, essenzialmente da beni immobili, riflette scelte di investimento prudentziali e conservative tipiche del Meridione.

Salerno ha un indice di povertà meno rilevante di quello dell'asse Caserta-Napoli, in cui si concentrano i numeri più drammatici della povertà nella regione in esame. Nondimeno, con oltre 102mila famiglie in povertà relativa nel 2012 (grosso modo lo stesso numero del 2009), Salerno evidenzia una "sacca permanente" di povertà con un indice del 24%, in rapida crescita dal 20,7% del 2011.

Le famiglie salernitane, non possono quindi che ridurre la loro spesa per consumi. Nel 2012, infatti, si segnala il calo del dato pro capite più pesante fra tutte le realtà campane (-7,2%). Questo declino cancella incrementi che, nel 2010/2011, erano stati più rapidi della media. Anche se in



misura meno radicale del resto della regione, il modello di consumo, si basa su spese primarie ed irrinunciabili (ad es. alimentari ed affitti di casa) con una incidenza particolare, a detrimento delle voci di spesa meno immediatamente indispensabili.

Dopo la crescita del periodo 2008-2011, si evidenzia una riduzione del numero di imprese con tassi più rapidi di quelli osservabili a livello nazionale. Infatti nel 2012-2013 lo stock totale di imprese registrate è tornato su livelli analoghi a quelli del 2010, ovvero al di sotto della soglia delle 120mila unità produttive. Il calo verificatosi nel 2013 è riconducibile soprattutto alle imprese individuali, meno capitalizzate, più esposte quindi alla difficile congiuntura e alle restrizioni creditizie.

Le potenzialità di rigenerazione del tessuto produttivo sono affidate in buona misura alle imprese straniere e giovanili, in forte crescita. Queste ultime, in particolare, mostrano una voglia di fare imprese che la crisi, per certi versi, contribuisce ad alimentare. In calo invece le imprese femminili.

La necessità di integrare redditi familiari decrescenti porta sul mercato del lavoro categorie precedentemente inattive, facendo crescere il tasso di attività, che è superiore a quello campano. D'altra parte, però, sia pur con un andamento erratico e con un tasso di occupazione migliore di quello campano, la provincia perde 20.000 posti di lavoro fra 2009 e 2013, e il bacino di disoccupazione si amplia di circa 26.000 unità. La componente straordinaria della CIG cresce anche nel 2013, evidenziando quindi la prosecuzione della crisi produttiva.

Nel primo trimestre 2014, le imprese locali prevedono di fare 1.420 assunzioni (soprattutto nell'industria alimentate, nel turismo, nei servizi alla persona e nel commercio) alimentate soprattutto dalle imprese più piccole, più reattive, e con una quota di assunzioni di immigrati e di giovani (quest'ultima di poco inferiore ad un terzo del totale) superiore alla media. Le professioni più richieste riguardano gli operai, i conduttori di macchine ed impianti, le professioni del commercio e delle vendite.

Il mercato creditizio di Salerno è in contrazione, come nel resto del Paese: la raccolta aumenta del 3,3%, gli impieghi si restringono del 2,1%, soprattutto quelli diretti alle imprese, riducendo così la liquidità netta in circolazione. Le imprese continuano comunque ad assorbire una quota relativamente alta degli impieghi, e quindi ad investire su livelli superiori al resto della regione. Una quota particolarmente elevata di crediti in sofferenza, e peraltro ancora crescente (soprattutto nel comparto di clientela imprenditoriale) contribuisce a spiegare la contrazione



creditizia, ed a alimentare tassi di interesse, sui prestiti alle imprese, più alti di quelli delle altre province campane, e del Paese.

Il saldo di bilancia commerciale è positivo ed in continuo miglioramento, grazie ad un calo delle importazioni (legato al calo della domanda interna) ed a un incremento delle esportazioni, nel settore agricolo, in quello metallurgico e dei mezzi di trasporto, sui mercati europei e nord americani tradizionali, ma anche in quelli nord africani. Viceversa, la presenza sui mercati asiatici e latino americani emergenti è ancora poco sviluppata.

L'importante settore turistico provinciale si avvale di una crescita rapida dell'offerta ricettiva, soprattutto nel segmento complementare, grazie all'espansione di posti-letto negli alloggi in affitto e nei bed and breakfast, modalità adatte a catturare un crescente turismo "low cost". I flussi in ingresso sono importanti, ma subiscono un forte calo fra 2009 e 2012, alimentato soprattutto dal segmento turistico nazionale, atteso che l'indice di internazionalizzazione turistica, per quanto basso, è in crescita.

I settori che possono far guardare al futuro all'economia salernitana, rivitalizzandola, sono, in primis, quelli dell'industria culturale e creativa, basata sulla tipicità agroalimentare e artigianale locale, ma anche sugli eventi culturali e di spettacolo che la città capoluogo offre. Tale industria rappresenta il 4,4-4,6% del valore aggiunto e dell'occupazione provinciale, ed ha quindi ampi margini di sviluppo ulteriore. Accanto alla cultura, l'economia del mare, che rappresenta il 3,8% del valore aggiunto provinciale (e che è basata soprattutto su turismo, ristorazione e attività sportivo/ricreative) ha ampi margini di crescita, stanti le risorse locali, ma che richiede un maggiore sforzo dell'imprenditoria locale in termini di produttività media. Infine, la green economy vede il 29,6% delle imprese, un quota superiore persino alla media nazionale, investire in metodologie produttive di tipo ecosostenibile, per accrescere la competitività di costo e di prodotto.

### **Le ultime indicazioni congiunturali dalle imprese**

L'analisi del tessuto imprenditoriale è una disamina complessa che per essere resa più realistica e completa possibile, necessita di essere corroborata con l'esame di statistiche di indagine. Il sentiment delle imprese e degli imprenditori rappresenta, infatti, una variabile quanto mai cruciale nelle dinamiche economiche. Le aspettative del sistema imprenditoriale circa lo sviluppo di una particolare attività, sia essa industriale o terziaria, incidono profondamente sulle dinamiche di sviluppo di un sistema economico, in quanto, è proprio in base alle attese che gli imprenditori indirizzano le proprie scelte di investimento. Oltre l'analisi relativa alle consistenze



del tessuto imprenditoriale, resa possibile attraverso le statistiche del Registro delle Imprese (Cfr Capitolo 4), pertanto, si procederà ad analizzare i dati risultanti dalle indagini congiunturali che il Centro Studi Unioncamere, per conto di Unioncamere Campania, effettua trimestralmente sulle imprese campane dell'industria manifatturiera e del commercio al dettaglio.

Nello specifico, per quanto riguarda il sistema manifatturiero, l'indagine congiunturale campana si rivolge trimestralmente a 570 aziende con almeno un dipendente. Si tratta di una survey specifica all'interno della quale viene esplicitamente chiesto agli imprenditori di dichiarare l'andamento di alcuni indicatori fondamentali per un'attività economica, quali il fatturato e la produzione, sia in termini congiunturali sia in termini tendenziali. Ampio spazio è inoltre fornito alle previsioni per il trimestre successivo per gli stessi indicatori.

Per quanto riguarda l'industria manifatturiera, si evidenzia come le imprese salernitane subiscano, al primo trimestre 2014, un calo tendenziale dell'1,5% del proprio fatturato, in linea con l'andamento regionale (-1,5%).

In termini congiunturali, ovvero, nel confronto con il IV trimestre 2013, le imprese salernitane che dichiarano una riduzione nei livelli di fatturato risulta pari al 18%, una quota inferiore rispetto quanto dichiarato da tutte le altre province campane. In termini tendenziali, invece, la quota di imprenditori che dichiarano una riduzione dei livelli di fatturato si attesta ad una quota maggiore e pari al 18,4%. Al contrario, le imprese che dichiarano un incremento delle vendite rispetto allo stesso trimestre del precedente anno risulta pari al 9,0%, un valore inferiore a tutte le altre province campane ad eccezione della provincia di Avellino (4,8%). Per quel che concerne la componente estera del fatturato, il 48,9% degli imprenditori salernitani dichiarano un aumento dei livelli di fatturato, una cifra superiore rispetto la media campana di quasi quindici punti percentuali, sebbene, in termini quantitativi si verifichi in provincia una riduzione del -0,1%, in controtendenza rispetto tutti gli altri territori di riferimento.

Il clima economico sfavorevole si riflette sull'andamento della produzione che infatti si riduce del -1,1% rispetto al primo trimestre 2013. Per il secondo trimestre 2014, tuttavia, le previsioni appaiono maggiormente positive ed, infatti, la quota di imprenditori salernitani che dichiara un incremento nei livelli della produzione sale al 20,2%, sebbene anche in questo caso il risultato della provincia appare inferiore rispetto a tutti gli altri territori di riferimento, ad eccezione, della provincia di Avellino (20,7%).



Nello specifico, le imprese commerciali della provincia di Salerno subiscono, tra il primo trimestre del 2013 ed il corrispondente trimestre del 2014, un significativo calo del fatturato (pari a 4,9 punti), sebbene di intensità inferiore rispetto quello sperimentato dal resto della regione (in cui la discesa è di 5,8 punti). Ovvio ripercussione dell'andamento negativo subito dalla domanda interna, considerato come tale settore di attività economica sia strettamente collegato con le dinamiche registrate dai consumi interni.

Positive appaiono però le indicazioni per il prossimo futuro considerando come, per il II trimestre 2014, aumenti al 10,2% la quota di imprenditori che dichiarano di attendersi un incremento dei livelli di vendite. Stesso dicasi per gli ordinativi, che nel secondo trimestre rimangono invariati per più dell'81% del campione, contro l'80,7% campano, manifestando quindi una complessiva difficoltà a cogliere appieno le previsioni di ripresa economica su scala nazionale.

Tale difficoltà ad andare oltre una mera stabilizzazione dei livelli di attività si evince anche dalle previsioni degli operatori intervistati, che nell'88,1% dei casi prevedono una stabilità della loro attività nei mesi a venire, contro l'84% circa medio regionale. Il saldo fra previsioni di sviluppo e previsioni di contrazione dell'attività è comunque leggermente positivo, il che lascia intravedere anche qualche tendenza verso la crescita che forse, però, non si rileverà nell'immediato, e non si diffonderà all'intero comparto.

### **Struttura ed evoluzione del sistema imprenditoriale**

L'analisi dei flussi di nati/mortalità delle imprese, fornita dal patrimonio di dati che il sistema camerale mette a disposizione degli analisti, rappresenta una fondamentale indicazione dell'impatto economico-produttivo (e quindi in definitiva occupazionale e sociale) che la crisi ha avuto sull'economia locale. Per molti anni, il turismo, la portualità e la logistica, una ritrovata centralità della vocazione commerciale, culturale e di servizi avanzati, l'emersione delle qualità dell'agroalimentare hanno fatto della provincia salernitana l'area "emergente" del panorama campano, spesso in grado di fare concorrenza alla centralità partenopea, anche grazie ad un territorio caratterizzato da minori diseconomie urbane.

La crisi ha tuttavia frenato e invertito tali processi, e, già osservando i dati amministrativi sul numero delle imprese registrate presso la Camera di commercio, si evidenzia una riduzione numerica su tassi più rapidi di quelli osservabili a livello nazionale. Dopo la crescita del periodo 2008-2011, queste ultime dinamiche hanno riportato lo stock totale di imprese registrate su livelli analoghi a quelli del 2010, ovvero al di sotto della soglia delle 120mila unità produttive.



Il degrado del tessuto produttivo salernitano si evince dal salto improvviso del numero delle cessazioni che si verifica a partire dal 2011, e che le porta, nell'ultimo biennio, su livelli attorno alle 8.500-9.000 unità all'anno. Pur considerando come le cessazioni rappresentino solo in modo approssimativo la difficoltà del "fare impresa" di un territorio, poiché includono anche i trasferimenti di sede, le fusioni, le incorporazioni e gli accorpamenti di rami d'azienda, è evidente come il salto in avanti di tale indicatore sia un indizio di crescente instabilità del sistema produttivo locale, di fronte ad una domanda interna che non riparte e una stretta creditizia giudicata ormai non più sostenibile.

D'altro canto, anche le iscrizioni al registro-imprese, nel biennio 2012-2013, subiscono una improvvisa contrazione, scendendo sui livelli precisi. Tale flessione può essere il sintomo di una crescente difficoltà a fare impresa, che, se così fosse, richiederebbe interventi importanti per rendere più "friendly" il contesto locale.

La dinamica di nati/mortalità a livello settoriale è influenzata, a livello interpretativo, dal consistente bacino di imprese non classificate settorialmente (il 7,9% dello stock totale di imprese). Una più precisa riclassificazione di tali imprese, ovviamente, modificherebbe significativamente l'analisi settoriale dei flussi.

Prescindendo da tale contestualizzazione, il risultato negativo appena ricordato per l'intera economia locale deriva soprattutto dalla forte contrazione di imprese agricole (-1.139 unità), ma anche dalla profonda crisi del settore commerciale (-563 esercizi), alle prese con il calo della domanda e con una ridefinizione radicale della sua identità. Le costruzioni, d'altro canto, soffrono ancora del rientro dagli squilibri di mercato degli anni precedenti, con un calo dei valori immobiliari che ancora non è sufficiente a far ripartire la domanda per abitazioni e locali commerciali.

In evidente contrazione è anche il numero di imprese manifatturiere, così come quello del settore dei trasporti e della logistica. La crisi non risparmia nemmeno le imprese legate al turismo ed alla ristorazione, nonostante la crescente domanda proveniente dai Paesi emergenti, così come (seppur in misura minore, a testimonianza della vitalità potenziale che tali settori avrebbero, in una fase congiunturale migliore) i servizi avanzati (Ict, finanza ed assicurazioni, servizi scientifici e professionali).

In conseguenza dei suddetti andamenti, il dato economico più vicino alla fotografia effettiva della consistenza del tessuto imprenditoriale locale, ovvero quello sulle imprese attive (imprese effettivamente operanti e produttive), mostra come il processo di ispessimento del tessuto



imprenditoriale locale, dopo anni di crescita, si blocchi improvvisamente nel 2011, e regredisca, nel biennio 2012-2013, portando il numero delle imprese attive su una consistenza poco al di sopra delle 100mila unità.

Valutando il tessuto imprenditoriale dal punto di vista della forma giuridica assunta dalle imprese, emerge chiaramente come il calo verificatosi nel 2013 sia riconducibile soprattutto alle unità produttive con forma giuridica più semplice, meno capitalizzate, più esposte quindi alla difficile congiuntura e alle restrizioni creditizie del sistema bancario. Le ditte individuali perdono più di 1.100 unità rispetto alla fine dell'anno precedente, mentre le imprese più capitalizzate (società di capitali), con assetti di governance più sofisticati, quindi più attrezzate per sostenere gli shock esogeni ed endogeni di questi anni, crescono di oltre 1.100 unità.

Questa duplice tendenza, al ridimensionamento da un lato, e all'accrescimento dall'altro, assecondando un andamento di lungo periodo, comune peraltro al resto del Paese, che va verso un progressivo consolidamento ed irrobustimento organizzativo del tessuto produttivo locale, e che la selezione indotta dalla crisi tende a rafforzare.

Stante il calo complessivo del numero di imprese, la crescita delle società di capitale è da attribuirsi, principalmente, ad imprese individuali e/o società di persone che cambiano stato giuridico, per adeguarsi alle esigenze di maggiore complessità e patrimonializzazione che sono richieste da mercati più concorrenziali e da un settore del credito più selettivo.

D'altro canto, le "altre forme", ovvero forme di tipo cooperativo, o consortile, o più in generale mirate a valorizzare modalità di collaborazione, si riducono, scendendo ad un 4,7% del totale del tessuto produttivo, del tutto marginale; ciò nonostante la durezza della crisi suggerirebbe, in teoria, il rafforzamento di modalità di cooperazione fra individui, e/o di collaborazione fra imprese, per resistere meglio, rafforzando il tessuto connettivo dell'economia locale.

In un periodo di acute difficoltà del tessuto imprenditoriale locale è fondamentale per l'economia salernitana rafforzare, soprattutto sul piano della sopravvivenza delle start-up, quelle che possono costituire importanti risorse per il rilancio dell'attività economica. Le nuove leve dell'imprenditoria, in termini di dinamismo dei flussi di nati/mortalità, sono ad oggi offerte dalla popolazione straniera, dalle donne e, in particolare, dai giovani.

Per quanto riguarda le imprese straniere, esse sono connotate, da diversi anni, da un dinamismo rimarchevole, se raffrontato ai segnali di declino che il tessuto imprenditoriale va mostrando. Nel 2013, le imprese straniere registrate presso la CCIAA di Salerno sono più di 6.300, un valore pari al 5,3% del totale che, considerando l'8,2% della media nazionale, mostra ampi



marginari di ulteriore incremento. Nel solo anno in questione, le unità produttive gestite da stranieri (ovviamente, prevalentemente da extracomunitari) crescono di 384 imprese, e manifestano una incidenza sul totale delle cessazioni rilevate in provincia particolarmente bassa (3,6%), inferiore sia all'incidenza percentuale delle imprese straniere sul totale provinciale, sia alla media nazionale (10,6%). Questo evidenzia come si tratti, spesso, di iniziative tutt'altro che avventurose, dotate della solidità per sopravvivere, pur in un contesto economico critico come quello attuale, spesso in assenza di specifiche politiche di supporto.

Quasi tutte le imprese straniere operanti in provincia di Salerno hanno, in linea con un comportamento che si verifica anche nel resto della regione e del Paese, la propensione ad adottare modelli di proprietà esclusivamente composti da soci stranieri, non aperti agli italiani. Tale tendenza, peraltro, si rafforza nel 2013, poiché la componente più dinamica dell'incremento del numero di imprese straniere proviene proprio da quelle che hanno una presenza esclusivamente non italiana. Si tratta, per certi versi, di un profilo abbastanza fisiologico, soprattutto per le iniziative imprenditoriali degli immigrati, che tendono a replicare assetti etnici e di comunità, ma che richiederebbero, anche in una ottica di maggiore integrazione, una più diffusa collaborazione con imprenditori italiani.

Le imprese femminili sono un altro ambito fondamentale per dare risposte efficaci ad un mercato del lavoro particolarmente problematico, ed ovviamente per un più generale progresso civile del territorio, tramite migliori condizioni di pari opportunità di genere anche nell'accesso alla professione di imprenditore.

Le imprese a guida femminile localizzate sul territorio sono quasi 31mila, sfiorando il 26% del totale provinciale. Si tratta di un valore leggermente superiore alla media nazionale, e in linea con quanto osservabile a livello nazionale. Un fenomeno, quello dell'imprenditorialità femminile, cresciuto notevolmente negli ultimi anni, anche grazie agli specifici incentivi alle imprese femminili di cui le aree-convergenza hanno potuto beneficiare tramite i fondi strutturali, con massimali di aiuto particolarmente alti.

Un altro fattore che ha alimentato il fenomeno è infine legato alle condizioni di funzionamento del mercato del lavoro, critiche al punto da spingere molte aspiranti lavoratrici a tentare il canale dell'autoimpiego, spesso confluendo nel settore del commercio al dettaglio.

La crisi economica colpisce in modo particolare proprio le imprese rosa salernitane. Nel 2012, il saldo di nati/mortalità fu particolarmente negativo per questa tipologia aziendale, con 361



imprese in meno rispetto all'anno precedente. Anche nel 2013 si registra nuovamente un saldo negativo, con 128 imprese registrate in meno.

Infine, una rilevanza particolare assumono oggi le imprese giovanili, soprattutto per la potenzialità che l'imprenditoria emergente ha, in sé, di produrre nuove idee in innovazione e quindi in competitività. Nonostante la crisi, la voglia di fare impresa da parte dei giovani salernitani è vivace. Le giovanili a Salerno rappresentano il 39,7% del totale delle iscrizioni della provincia nel 2013; un valore elevato, se confrontato con il 33,9% nazionale. L'incidenza delle cessazioni, viceversa, è pari al 16,7%, quota che non appare elevatissima, soprattutto in considerazione del pesante scenario recessivo del 2013, il che non toglie la necessità di "proteggere" le iniziative imprenditoriali meritevoli nei primi anni della loro crescita. Ne risulta che le imprese di tale segmento crescono di 1.740 unità nette nel 2012 e di ulteriori 1.640 unità nel 2013, e che quindi è l'imprenditoria giovanile a sostenere, insieme a quella straniera, le possibilità di rigenerazione di un tessuto produttivo locale.

### **I rapporti tra imprese e sistema bancario**

Il mercato del credito è caratterizzato da un declino degli impieghi, perlomeno dal 2011 a questa parte. La crisi economica ha infatti contribuito a deteriorare la qualità creditizia della clientela, e l'aumento generalizzato delle sofferenze ne è l'indicazione più chiara. D'altro canto, a parità di scoring creditizio, le banche, alle prese con problemi di ristrutturazione del loro portafoglio-titoli e di fronte ai requisiti patrimoniali più severi prescritti da Basilea 3, hanno adottato autonomamente strategie creditizie più caute. Infine, sul versante delle imprese, ma anche delle famiglie, si registra un calo della domanda di credito, legato ad una minore domanda per investimenti e consumi.

Il mercato creditizio salernitano non fa eccezione rispetto a tale scenario generale. Sul versante della raccolta, nel 2013 le banche locali hanno accresciuto i propri depositi del 3,3%. Al netto della raccolta presso le pubbliche amministrazioni, che è comunque un valore del tutto marginale, aumentano, più rapidamente della media nazionale, i depositi versati sia dalle imprese (+10,5%) che dalle famiglie (+2,7%), probabilmente per effetto di un comportamento prudentiale nella spesa, e di una accresciuta preferenza per il risparmio, a fronte di prospettive congiunturali ancora incerte.

Sul versante degli impieghi, invece, si registra una contrazione del 2,1%, più lenta di quella regionale, meridionale e nazionale, ma comunque tale da ridurre la liquidità netta che circola nel sistema economico locale, con effetti recessivi, anche in considerazione del parallelo incremento



dei depositi. Particolarmente intensa, anche se inferiore al dato riferito al resto del Paese, è la riduzione di credito a carico delle imprese, che risultano infatti essere la clientela più rischiosa per le banche locali. In linea con la media nazionale è invece la contrazione degli impieghi destinati alle famiglie.

Nonostante una contrazione creditizia relativamente più intensa, il comparto delle imprese assorbe il 44,3% del credito totale erogato in provincia di Salerno, una incidenza piuttosto importante, se paragonata alla media regionale e nazionale, che testimonia quindi di un livello dell'attività di investimento ancora relativamente soddisfacente, seppur colpito dagli effetti della recessione, e quindi di un livello di dinamismo imprenditoriale ancora relativamente buono. Ad essere particolarmente elevata, in confronto con le altre parti della Campania e del Paese, è la quota di credito destinata alle piccole e micro imprese (8,4%) che, evidentemente, è il prodotto della composizione dimensionale del tessuto produttivo locale.

Una quota alta e crescente di sofferenze è una delle cause della contrazione del credito. Già nel 2012, in provincia di Salerno, la percentuale di sofferenze sul totale degli impieghi è dell'11,1%, superiore sia a quella campana, che a quella meridionale soprattutto a causa della clientela imprenditoriale, rispetto alla quale tale incidenza supera il 15%.

Nel 2013, poi, le sofferenze, in valore, crescono di oltre il 20%, al di sotto della crescita nazionale, ma in modo più rapido rispetto a tutte le altre province campane. Anche nel 2013, tale aumento è da attribuirsi essenzialmente alle imprese (+22,4%) atteso che l'aumento delle sofferenze delle famiglie, per quanto significativo, si attesta al 12,2%. Di conseguenza, la soprarichiamata incidenza dei crediti non esigibili arriva, nel 2013, al 13,7%, ma per il comparto delle imprese sfiora il 20%.

Il valore medio delle sofferenze per affidato cresce ad un ritmo analogo a quello regionale e nazionale, attestandosi a circa 81.000 euro, il secondo più alto fra le province della Campania, ma di gran lunga inferiore alla media nazionale, per via della già ricordata importante incidenza degli impieghi alle micro e piccole imprese.

Evidentemente, il tasso di interesse risente, oltre che di fattori di mercato, anche di un elevato livello di rischiosità del credito. Prendendo a riferimento il tasso applicato alle operazioni a revoca, esso, per tutto il 2012-2013, rimane largamente al di sopra del valore campano, meridionale e nazionale, chiudendo, dicembre 2013, al 10,2%, con uno spread sfavorevole di 34 punti-base rispetto al dato nazionale.



In particolare, il tasso applicato alle imprese, pari al 10,6%, è il più oneroso fra tutte le province campane, convertendosi quindi in una grave penalizzazione competitiva per quelle imprese che, nonostante la crisi, cercano comunque di investire. Lo scostamento rispetto al tasso praticato a livello italiano è di 26 punti-base.

### **L'internazionalizzazione commerciale**

Il quadro economico dell'Italia è stato caratterizzato, negli ultimi anni dalla presenza di un mercato interno sostanzialmente fermo ha di fatto ridotto la possibilità di crescita delle piccole attività. Le imprese maggiori, o quelle più strutturate e organizzate, hanno invece in parte potuto bilanciare il problema, ricorrendo alla crescente domanda sui mercati internazionali. Sotto il profilo meramente territoriale, ciò ha determinato differenti opportunità per le singole province, premiando quelle più pronte e organizzate, ovvero caratterizzate da un'alta capacità di relazionarsi con l'estero.

La provincia di Salerno, come noto capace di attirare risorse sotto il profilo turistico, presenta una capacità di esportazione comunque soddisfacente, almeno nel confronto con le altre province campane e del Mezzogiorno.

Il valore complessivo delle esportazioni, infatti, in crescita costante durante gli ultimi quattro anni, nel 2013 ha raggiunto la cifra di 2 miliardi e 252 milioni di euro. Le importazioni, che all'indomani della crisi del 2009 subirono una rapida accelerazione, negli ultimi due anni hanno scontato del clima recessivo della domanda interna, che quindi ha ridotto la richiesta di prodotti stranieri, se non per la subfornitura alle esportazioni delle imprese locali. Nel 2012 e nel 2013, il saldo tra vendite e acquisti è stato così positivo, per una cifra maggiore di quella sperimentata nel decennio ormai alle spalle, e pari, rispettivamente, a 659,1 e 684,6 milioni di euro.

La crescita delle esportazioni, fin dall'introduzione dell'euro, ha trovato maggior enfasi di quanto non abbiano fatto le importazioni. Considerando il periodo 2002-2013, infatti, il tasso medio di crescita delle vendite oltre-confine delle imprese salernitane è stato del +3,3%, ovvero più del doppio di quanto osservabile per l'intera regione di riferimento. Una dinamica simile a quella del Mezzogiorno e dell'Italia, e più nello specifico seconda nel panorama campano, dietro al +4,1% della provincia di Benevento. Le importazioni, d'altro canto, hanno anch'esse trovato terreno fertile, ma su un ritmo inferiore a quello dell'export (+2,5% medio annuo).

A prescindere dal saldo della bilancia commerciale, il valore complessivo delle vendite all'estero colloca la provincia di Salerno in seconda posizione tra quelle campane, promuovendo un profilo export oriented. Per farsi un'idea del buon livello di esposizione all'estero, basti



confrontare il valore delle vendite con la popolazione residente. Il risultato che ne emerge, pari a oltre duemila euro per abitante, pur se inferiore a quello medio nazionale, appare leggermente superiore a quello del Mezzogiorno, peraltro sostenuto dalla localizzazione di importanti bacini di raccolta petrolifera nei capoluoghi delle isole maggiori.

In una struttura esportativa molto concentrata settorialmente, più del 55% è rappresentato dalla filiera agricola e agroindustriale, che può contare su una notevole varietà di produzioni tipiche sulle quali il territorio ha una posizione di leadership. Segue, con il 10% dell'export, il settore metallurgico, e con quasi l'8% quello dei mezzi di trasporto. Segue, con una incidenza comunque molto meno accentuata, il settore della gomma e plastica.

Peraltro, i diversi anelli della filiera agroalimentare locale sembrano reagire in modo diverso alla crisi: infatti, se la crescita dell'export di prodotti agricoli primari accelera, passando da una media del +7,7% fra 2002 e 2013, a una del +13,8% nel 2009-2013, quella dei prodotti agroindustriali rallenta (rispettivamente, +2,1% e +0,3%), anche se beneficia di una notevole ripresa durante gli ultimi dodici mesi, pari al +9% circa. Degli altri comparti di un certo rilievo nel panorama locale, si ricordano le ottime performance congiunturali della metallurgia (+22,7%) e dei mezzi di trasporto (+48,8%), mentre in difficoltà appare il comparto della gomma, plastica e lavorazione di minerali non metalliferi.

L'analisi dell'interscambio commerciale salernitano per area geografica evidenzia come, al 2013, la struttura sia grosso modo analoga a quella nazionale, con mercati di destinazione prevalentemente ubicati entro i confini comunitari (quasi il 61,3%). Nello specifico, i primi tre mercati all'export sono il Regno Unito, la Germania e la Francia, che da soli assorbono quasi il 40% dell'export provinciale complessivo.

Va però rilevato come, fra le aree emergenti, spicca l'8% di esportazioni nei Paesi del Nord-Africa, in particolare in Algeria e Libia, fra i primi dieci Paesi di destinazione dell'export provinciale, così come in Tunisia. Interessante, pur se secondario, il peso delle vendite verso l'Oceania, e in particolare in Australia, pari al 2,7% dell'export provinciale, ovvero il doppio della media nazionale. Viceversa, alcuni mercati emergenti caratterizzati per elevati livelli di crescita, sui quali un robusto posizionamento commerciale sarà essenziale, nei prossimi anni, registrano una quota di esportazioni molto modesta, ed inferiore alla già scarsa presenza complessiva del sistema Italia: ci si riferisce all'Asia Orientale (cui vengono dirottate il 5,1% delle esportazioni provinciali, ben al di sotto della quota regionale e nazionale) o l'America Latina, cui viene destinato meno del 2% dell'export locale.



Tra l'altro, la dinamica di medio periodo continua a privilegiare un incremento di export nell'Africa Settentrionale, nell'America del Nord e nell'area comunitaria, a discapito dello sfruttamento commerciale dei mercati dell'Asia Orientale (in cui, fra 2009 e 2013, l'export salernitano cresce ad un ritmo pari a poco più della metà di quello nazionale) o dell'America Latina, in cui si è cresciuti negli ultimi cinque anni solo ad un tasso del 2,8% medio annuo. Lo stesso vale per i Paesi europei extra-Ue, che includono aree commerciali interessanti, come i Balcani o la Russia, nei quali lo sforzo commerciale dell'ultimo quinquennio non è all'altezza di ciò che ha fatto l'economia italiana nel suo complesso.

### **La dotazione ricettiva e l'attrazione di flussi turistici**

Salerno è un'area da sempre caratterizzata da un'elevata capacità attrattiva per ciò che riguarda il turismo, soprattutto per via del bagaglio naturalistico e architettonico che insiste sul territorio. Nonostante le contingenze negative prodotte dall'attuale crisi economica, la provincia sembra comunque puntare con ottimismo al futuro, e ciò è certificato dalla crescita dell'offerta imprenditoriale nel comparto ricettivo, che ad oggi può contare su 3.858 esercizi ricettivi e oltre 100mila posti-letto. Un'offerta superiore persino a quella di Napoli, che da sempre è considerata l'area "portabandiera" del turismo campano. Persino nel periodo 2009-2012, in piena recessione, il numero di posti-letto continua a crescere con particolare rapidità (+21,1%, a fronte del +9,3% campano e del +3,5% italiano), indicando un trend positivo prospettato dagli operatori locali.

E' il segmento della ricettività complementare quello che evidenzia la maggiore vivacità, soprattutto in termini di incremento del numero delle strutture (+226%) più che in termini di aumento del numero dei posti-letto, comunque sostenuto.

Ciò lascia intendere che il settore della ricettività complementare stia crescendo soprattutto grazie a piccole o micro-strutture ricettive, più duttili ed adatte, anche in termini di costi fissi ridotti, a rispondere alle esigenze di un turismo con minori disponibilità economiche, come quello prodotto dalla crisi.

Anche l'offerta alberghiera, comunque, cresce, ed a ritmi più rapidi di quelli campani e nazionali, indicando come vi siano spazi di espansione anche per un turismo più tradizionale.

L'incidenza percentuale dell'offerta alberghiera è però non particolarmente rilevante (31,8% dei posti-letto totali, a fronte del 47,3% nazionale, la più bassa fra tutte le campane).

La qualità dell'offerta ricettiva alberghiera è di tipo medio-alto, considerando che le strutture con 4 stelle e più rappresentano il 43,4% dell'offerta totale di posti letto, a fronte del 35,6% nazionale, ma meno del 51,5% regionale.



La distribuzione degli esercizi complementari evidenzia una notevole prevalenza degli alloggi in affitto, che rappresentano quasi il 72% del totale delle strutture, un valore molto elevato, dietro il quale probabilmente vi è il rapidissimo incremento del numero di esercizi complementari sopra analizzato. Infatti, gli alloggi in affitto costituiscono la modalità più semplice e meno costosa per offrire ricettività, e possono quindi essere incrementati, dai titolari di immobili, nel modo più semplice possibile e senza necessità di grande liquidità, che scarseggia in una fase come quella attuale.

La seconda modalità di offerta ricettiva complementare, che segue a grande distanza rispetto agli alloggi in affitto, è quella dei bed and breakfast, anche questa una forma di ricettività particolarmente adatta a tempi di crisi, perché non richiede grandi investimenti, e si rivolge ad una clientela low cost, che è diventata particolarmente abbondante.

In linea con le vocazioni turistiche espresse dal territorio che, come si è visto, scontano previsioni favorevoli per il futuro da parte degli operatori (che si traducono in una crescita dell'offerta di posti-letto) Salerno registra, nel 2012, più di un milione di arrivi (il 27% circa del totale regionale) e quasi 6,5 milioni di presenze (più del 35% del totale regionale).

Tuttavia, la recessione, su un comparto ricettivo provinciale specializzato su un turismo spesso costoso, come quello della costiera amalfitana, incide in modo evidente sui flussi, che fra 2009 e 2012 si contraggono del 14% in termini di arrivi e del 12,7% in termini di presenze, risentendo in modo particolare del calo di afflusso di turisti italiani (come conseguenza del declino dei consumi interni determinato dalla crisi economica del nostro Paese).

Nel 2012, poi, la recrudescenza dei fenomeni di recessione economica comporta un calo particolarmente accentuato dei flussi rispetto all'anno precedente (-16,3% gli arrivi, -16,1% le presenze), che è più marcato rispetto al corrispondente decremento registrato su base regionale e nazionale, e che, ancora una volta, è alimentato dalla clientela italiana.

Nonostante, quindi, il fatto che Salerno sia dotata di grandissime risorse valorizzabili sotto il profilo turistico, che spiegano come mai gli operatori investano sul territorio aumentando il numero di posti-letto, la domanda turistica che si rivolge a tale territorio è particolarmente sensibile agli effetti generali del ciclo macroeconomico, e risente in modo particolare degli effetti della crisi, anche in ragione dell'incidenza particolarmente alta che il mercato interno, colpito in modo peculiare dagli effetti della recessione sulla domanda per consumi, assume.

L'indice di internazionalizzazione turistica, infatti, pur se in crescita di oltre cinque punti fra 2009 e 2012, è infatti molto più basso di quello di una provincia come Napoli, ma anche della



media nazionale. D'altra parte, l'incremento che tale indice evidenzia nei tre anni considerati, più rapido di quello nazionale, giustifica aspettative favorevoli per il futuro, perché indica un certo recupero di capacità di attrazione di turisti stranieri, e quindi di consumi turistici sul territorio (è noto infatti che il turismo straniero, caratterizzato da livelli di permanenza media più alti, ha una capacità di spesa superiore rispetto a quello domestico). E quindi, giustifica l'investimento in ampliamento delle strutture ricettive, anche di tipo tradizionale ed alberghiero (e quindi non solamente in relazione all'aumento della fascia più "povera" della clientela, come avviene per le strutture complementari più semplici).

Peraltro, Salerno è caratterizzata, in positivo, anche da una permanenza media piuttosto elevata, se si considera che essa è di 6 giornate, a fronte delle 3,7 della media nazionale e che, inoltre, in controtendenza rispetto ad un calo generalizzato, legato all'esigenza di fare viaggi meno dispendiosi per via della crisi, tale parametro aumenta dal 2009 al 2012. Segno che, sebbene la ricettività di fascia più bassa sia in fortissimo aumento, Salerno rimane la punta di diamante della regione per l'attrazione del turismo a più alto valore aggiunto e più elevata capacità di spesa.

La dinamica dei flussi in entrata scomposta per tipologia ricettiva evidenzia come, fra 2009 e 2012, gli esercizi alberghieri siano quelli che hanno registrato le più forti emorragie in termini di arrivi, con dinamiche in controtendenza rispetto al dato nazionale e regionale, mentre le perdite, in termini di presenze, si concentrano sugli esercizi complementari (atteso che in quelli alberghieri si registra invece un lieve aumento, pari a due punti percentuali, non distante dalla dinamica nazionale).

E' quindi palese che, in un contesto di calo generalizzato degli arrivi, gli alberghi, evidentemente grazie ai migliori e più esclusivi servizi che sono in grado di offrire rispetto alla media dei campeggi o dei villaggi turistici, hanno potuto accrescere la permanenza media di una clientela numericamente meno folta, rivolgendosi ad una élite di visitatori di fascia reddituale più alta, meno colpita dagli effetti della crisi. In sostanza, il turismo di nicchia, rivolto cioè ad una clientela più esclusiva (e più ridotta numericamente) resiste bene agli effetti della crisi.

In virtù dei risultati ottenuti su tale segmento di nicchia, Salerno riesce a difendere il suo invidiabile primato, regionale e nazionale, in termini di numero di giorni di permanenza media, che si attesta attorno alle 6 giornate.

### **Le filiere emergenti dell'economia: cultura, mare e ambiente**

Salerno è la seconda area urbana della Campania, e fra le più importanti del Mezzogiorno. Il suo ruolo urbano, sempre più complementare con quello di Napoli, genera opportunità



rilevantissime, che vanno anche al di là dei tradizionali assi di sviluppo dell'economia locale, perché la funzione urbana stimola, e fornisce un bacino di mercato, per una gamma di servizi avanzati sempre più rilevante, ed in grado di far emergere nuove filiere, basate sull'innovazione, la creatività, e la valorizzazione dei beni culturali e storici, oltre che, più in generale, della tradizione demografica locale.

Forme evolute di fruizione turistica, che includano anche modalità di integrazione fra pacchetti ed offerte diverse, con itinerari integrati, ma anche servizi avanzati alle imprese, ai professionisti ed ai cittadini, la stessa riconfigurazione dei servizi pubblici locali tradizionali (si pensi ad es. alle opportunità che l'infomobility genera per il settore informatico e dell'Ict) oltre che la fruizione economica della cultura e delle tradizioni locali, forniscono opportunità uniche per sviluppare imprese ed occupazione anche di elevata qualità, specie occupazione giovanile, quel segmento che, cioè, è più problematico nell'attuale fase.

Accanto alla filiera culturale, che secondo la classificazione Unioncamere-Symbola può suddividersi nelle aree culturale in senso stretto, creativa, di valorizzazione del patrimonio storico-artistico, di sviluppo delle performing arts, occorre ricordare la rilevanza centrale che l'economia del mare riveste per una provincia storicamente marittima come Salerno, che dal mare ritrae numerose attività economiche, da un turismo spesso di vera eccellenza, ai traffici portuali, con tutto l'indotto, anche terziario che comportano, fino alla piccola cantieristica ed all'attività ittica ed all'agroalimentare tipico.

E, ultima ma non meno rilevante, è la filiera dell'ambiente e dell'energia, quella green economy che, dallo sviluppo di metodiche avanzate per rendere più ecocompatibile l'ecosistema urbano, fino alle tecniche di efficientamento energetico e della compatibilità ambientale di materiali produttivi, rappresenta una opportunità sia per creare direttamente nuova occupazione ad alto livello di qualificazione, sia per generare canali di investimento attraverso i quali anche la componente "no green" del sistema produttivo locale può migliorare la sua competitività, riducendo costi di produzione legati all'energia o alle materie prime, oppure conferendo un maggiore valore aggiunto dal design e dai contenuti "eco" delle proprie produzioni. Il tutto contribuendo a migliorare la qualità dell'ambiente, quindi anche della vita dei cittadini.

### **L'economia del mare**

Salerno ritrae il 3,8% del suo valore aggiunto dall'economia del mare, una incidenza che, nonostante il fatto che la provincia sia interamente costiera, che Salerno stessa sia un porto commerciale in ascesa, che vi siano zone balneari e turistiche rinomate in tutto il mondo, come la



costiera amalfitana, è leggermente sottodimensionato, soprattutto in riferimento al dato meridionale, che è del 4,4%.

Peraltro, tale sottodimensionamento non si legge se si misura la rilevanza della filiera in termini di imprese, poiché in questo caso siamo al 4,1%, valore sia pur solo leggermente superiore alla media meridionale, oltre che nazionale. Tale discrepanza può essere il frutto di una insufficiente produttività delle imprese salernitane del settore, numerose ma non sempre in grado di tradurre tale numerosità in un elevato valore aggiunto.

Dette imprese operano soprattutto nel turismo e nella ristorazione (più della metà del totale delle imprese dell'economia del mare provinciale) e, in seconda battuta, in proporzioni abbastanza simili, nelle attività sportive e ricreative, legate ovviamente, ancora una volta, al turismo balneare, e in quelle ittiche. La rilevanza numerica delle imprese operanti nel turismo e nella ristorazione, ben più importante della corrispondente media nazionale, è probabilmente alla radice dello scostamento rilevato in termini di incidenza, fra le imprese ed il valore aggiunto dell'economia del mare. Molte piccolissime attività turistiche, ricettive o di ristorazione, infatti, potrebbero spingere verso il basso la produttività, riducendo l'impatto sul valore aggiunto complessivo. La cantieristica, e le attività di trasporto marittimo, che generalmente hanno un forte impatto produttivo e dunque sul valore aggiunto, perché movimentano un ampio e diversificato indotto, sono infatti meno rilevanti della media regionale, se misurate in termini di valore aggiunto totale dell'economia del mare salernitana.

Pertanto, così come il valore aggiunto, anche i livelli occupazionali, nonostante la diffusione numerica delle imprese operanti nella filiera in esame, presentano una incidenza leggermente inferiore alla media: l'occupazione dell'economia del mare provinciale assorbe infatti il 4,9% del totale, a fronte del 5% meridionale, un valore peraltro più basso, seppur di poco, anche rispetto alla media campana.

E' quindi abbastanza immediato pensare che ci sono molti margini di miglioramento della competitività strutturale della filiera, atteso che il mare è un elemento primario del territorio e della sua cultura economica (e non solo) ad iniziare dalla filiera ittica, importante ma sulla quale è possibile pensare a politiche di attrazione di investimenti esterni nella fase della lavorazione e del packaging del pesce.

Lo sviluppo del porto è ancora insufficiente a generare ricadute rilevanti nel segmento del trasporto merci e passeggeri, ed ovviamente il porto di Salerno soffre, storicamente, della concorrenza del vicino e più grande porto di Napoli e di evidenti strozzature nella logistica



retroportuale, anche se su attività come il trasporto container ed il Ro-Ro può ritagliarsi un ruolo anche maggiore di quello attuale. Relativamente poco importante è anche la filiera della cantieristica, anche se Salerno potrebbe spingere sulla piccola cantieristica di tipo diportistico.

### **L'economia Green**

Le imprese extragricole salernitane con almeno un addetto che hanno effettivamente investito, o quantomeno che hanno previsto di investire, nel periodo 2008-2013, su metodi green (dalla riconfigurazione dei prodotti e dei processi in senso ecosostenibile, alla ristrutturazione energetica di produzioni ed attività, alla produzione di energia sostenibile, ecc.) sono il 29,6% del totale, un dato superiore alla media nazionale, meridionale e, soprattutto, campana, segnalando quindi una certa capacità di cogliere il senso della sfida della green economy e delle sue opportunità da parte delle PMI locali. Un dato che, però, ha in sé ancora rilevanti margini di miglioramento, se si pensa alle possibilità che il settore dell'edilizia e quello commerciale e turistico, molto sviluppati nella provincia, possono dare, in termini di interventi di miglioramento dell'efficienza energetica; così come il settore dei rifiuti, che a Salerno vede una eccellenza in termini di raccolta differenziata, può contribuire a sviluppare un'impiantistica a valle per il riutilizzo ed il riciclo dei materiali, oltre che per la destinazione ad usi agricoli dell'umido compostato, creando posti di lavoro aggiuntivi. Una strada che è già stata avviata, proprio con l'apertura dell'impianto di compostaggio del capoluogo.

Nel dettaglio, le destinazioni di tali investimenti vedono prevalere, in più del 69% dei casi, la riduzione dei consumi di materie prime ed energia, nell'evidente tentativo di conseguire una maggiore competitività di costo, incidendo sulla bolletta energetica, una voce di costo particolarmente penalizzante per le PMI italiane e salernitane, rispetto alle concorrenti europee. Segue, in misura molto minore, la ristrutturazione in senso green dei processi produttivi, anche in ottemperanza ad obblighi normativi di riduzione delle emissioni e dei fattori inquinanti, ed infine, soltanto nel 13% circa dei casi, chi ha investito lo ha fatto sul prodotto o il servizio finale.

In questa ultima voce risiede una opportunità ancora non del tutto esplorata, che consentirebbe alle imprese locali di sfruttare un mercato di nicchia, disponibile a pagare un prezzo più alto per prodotti più attenti all'ambiente ed alla salute del consumatore. La rilevanza del settore agroalimentare per l'economia salernitana, ad esempio, offre una opportunità per investire su un miglioramento continuo (sia effettivo che percepito, investendo quindi anche in marketing) del prodotto, garantendo quei livelli di qualità che solo il made in Italy può dare.



## Scenario legislativo

L'art. 25, comma 2, del D.L. 24 gennaio 2012, n. 1, ha aggiunto il comma 5 bis all'art. 114 del Testo Unico degli Enti Locali (TUEL). Il nuovo comma 5 bis dell'art. 114 del TUEL prevede che le aziende speciali e le istituzioni degli enti locali, sono sottoposti al patto di stabilità interno a decorrere dal 2013. La norma impone ai predetti soggetti di iscriversi e di depositare i loro bilanci al Registro delle Imprese entro il 31 maggio di ciascun anno. Sono escluse le aziende speciali e le istituzioni che gestiscono i servizi socio-assistenziali ed educativi, culturali e delle farmacie. Si precisa, comunque, che i predetti soggetti sono obbligati o ad effettuare l'adempimento pubblicitario alla Camera di Commercio ovvero a comunicare le ragioni dell'eventuale mancato adempimento.

Il Ministero dell'Ambiente ha istituito il Registro FGAS (Gas Fluorurati) - Gazzetta Ufficiale dell'11 febbraio 2013.

A seguito dell'entrata in vigore del D.Lgs. n. 218 del 15/11/2012 che abroga il DPR 252 del 3/6/1998, dal 14/2/2013 la Camera di Commercio non è più competente al rilascio dei certificati del Registro delle Imprese integrati con la dicitura antimafia.

Entro il 30 settembre 2013 dovevano iscriversi al registro delle imprese/rea i soggetti esercitanti le attività di mediatore, agente e rappresentante di commercio, mediatore marittimo e spedizioniere (artt. 10 ed 11 dei decreti 26 ottobre 2011 attuativi degli articoli 73,74,75,76 del D.Lgs. 59/2010).

Il Documento Economia Finanza del 8 aprile 2014 ha previsto, tra l'altro:

- a) una mirata revisione dei costi di Autorità indipendenti e Camere di Commercio.
- b) sostegno delle Camere di Commercio all'internazionalizzazione, mediante certificazione, anche in lingua inglese, dei documenti necessari per l'installazione all'estero di un'impresa.
- c) destinare alle Camere di Commercio una somma di 70 milioni per ciascuno degli anni 2014-2016 per il sostegno al credito alle PMI tramite il rafforzamento dei Confidi, anche quelli non sottoposti a vigilanza della Banca d'Italia.

Il D.L. n. 90/2014 prevede, a partire dall'anno 2015, una riduzione del 50% del diritto annuale versato dalle imprese al Sistema Camerale.

Infine il ddl di riforma della Pubblica Amministrazione, che il governo doveva presentare entro il 13 giugno scorso, dovrebbe prevedere un accorpamento territoriale delle Camere di Commercio.



## 2.2 L'amministrazione

Si indica, di seguito, un quadro sintetico dei dati qualitativi e quantitativi che caratterizzano la Camera di Commercio di Salerno e le sue Aziende Speciali con l'obiettivo di fornire le informazioni rilevanti per l'interpretazione dei risultati raggiunti.

Nella tabella successiva sono riportati, in valore assoluto e percentuale, i dati medi annui di personale dipendente (a tempo determinato e indeterminato) ripartiti per categoria.

Tale dato consente di evidenziare l'investimento stabile in risorse umane che la Camera ha dedicato alle sue linee di attività essenziali.

### Dotazione organica della Camera di Commercio di Salerno al 31/12/2013

Categoria	Anno 2012		Anno 2013	
	Valore assoluto	Valore %	Valore assoluto	Valore %
Segretario Generale	1	1,16%	1	1,19%
Dirigente	3	3,49%	3	3,57%
Funzionari categoria D	31	36,05%	30	35,71%
Addetti categoria C	44	51,16%	44	52,38%
Addetti categoria B	5	5,81%	5	5,95%
Addetti categoria A	2	2,33%	1	1,19%
<b>Totale</b>	<b>86</b>	<b>100,00%</b>	<b>84</b>	<b>100,00%</b>



## 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 - 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
				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		
		DIR2	DIRIGENTE AREA 2				
				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
						FDC	FIRMA DIGITALE CNS - CARTE TACHIGRAFICHE
				A2 - PROV.	PROVVEDITORATO		
						ACQ	ACQUISTI E SERVIZI GENERALI
						ARC	ARCHIVIO
				A2 - REG.	ATTIVITA' PRODUTTIVE		



## GOVERNANCE E ORGANIGRAMMA DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI SALERNO

ENTE		AREE DIRIGENZIALI		UNITA' ORGANIZZATIVE		UNITA' OPERATIVE	
						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				
				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
				A4 - STAFF STA	UFFICI IN STAFF AL DIRIGENTE AREE 3-4 STATISTICA E PREZZI		



Nella tabella “Risorse economiche” sono, invece, riportati, in valore assoluto, i valori di proventi ed oneri, per il consuntivo dell’anno precedente, il preventivo ed il consuntivo dell’anno oggetto di rendicontazione.

Tali dati consentono di sintetizzare i flussi economici di proventi e di oneri che, dal consuntivo dell’anno precedente a quello oggetto di rendicontazione, hanno caratterizzato la fase di programmazione e quella di esecuzione del preventivo economico.

#### Risorse economiche

Dati di bilancio Gestione corrente	Consuntivo al 31/12/2012	Preventivo anno 2013	Consuntivo al 31/12/2013
<b>A) Proventi Correnti</b>			
Diritto Annuale	21.661.414,27	21.148.000,00	21.560.339,90
Diritto di Segreteria	3.721.897,66	3.760.550,00	3.768.079,65
Contributi trasferimenti e altre entrate	777.485,80	426.012,00	615.921,09
Proventi da gestione di beni e servizi	178.220,78	174.700,00	176.535,22
Variazioni delle rimanenze	16.844,90	-6.579,00	-113.657,07
<b>Totale Proventi Correnti (A)</b>	<b>26.355.863,41</b>	<b>25.502.683,00</b>	<b>26.007.218,79</b>
<b>B) Oneri Correnti</b>			
Spese per il personale	4.841.866,15	4.819.963,00	4.846.089,47
Spese di funzionamento	6.549.317,99	6.722.549,00	6.700.148,55
Spese per interventi economici	6.699.921,26	6.617.679,00	6.441.822,30
Ammortamenti e accantonamenti	9.595.752,85	7.659.380,00	9.425.388,36
<b>Totale Oneri Correnti (B)</b>	<b>27.686.858,25</b>	<b>25.819.570,00</b>	<b>27.413.448,68</b>
<b>Risultato Gestione Corrente (A-B)</b>	<b>-1.330.994,84</b>	<b>-316.888,00</b>	<b>- 1.406.229,89</b>

Nella tabella successiva sono riportati i dati rilevanti delle partecipazioni detenute dalla Camera. Ciò per ancorare l’analisi dei risultati, che sarà oggetto della sezione successiva, anche al contributo che, attraverso le partecipazioni, la Camera dà allo sviluppo dell’economia provinciale.



## Le partecipazioni

Partecipazioni della Camera di commercio di Salerno al 31 dicembre 2013			
Società	Valore nominale della partecipazione [€]	Valore Patrimoniale indicato nel bilancio consuntivo 2013 dell'Ente [€]	Quota partecipata dalla Cdc
<b>&gt;&gt; SOCIETÀ E ORGANISMI DEL SISTEMA CAMERALE</b>			
AGROQUALITÀ S.p.A.	9.181,02	8.282,80	0,459%
BORSA MERCI TELEMATICA ITALIANA S.c.p.A.	1.198,48	1.191,44	0,050%
INFOCAMERE S.c.p.A.	10.146,30	15.665,94	0,057%
ISNART S.c.p.A.	2.000,00	2.059,44	0,201%
RETECAMERE S.c.r.l. in liquidazione	2.310,97	0,00	0,954%
TECNO HOLDING SPA	29.136,28	268.889,17	0,117%
TECNOSERVICECAMERE S.c.p.A.	5.063,24	5.407,75	0,384%
I.C. OUTSOURCING S.c.r.l.	128,34	128,34	0,035%
JOBCAMERE S.c.r.l.	207,00	207,00	0,035%
UNIONTRASPORTI S.Cons.ar.l.	4.000,00	2.130,00	0,518%
CAMCOM - UNIVERSITAS MERCATORUM S.Cons.ar.l.	4.762,00	4.762,00	1,416%
<b>&gt;&gt; SOCIETÀ PARTECIPATE VARIE</b>			
AUTOSTRADIE MERIDIONALI S.p.A.	33.047,55	248.792,80	0,365%
CONSORZIO AEROPORTO SALERNO-PONTECAGNANO	5.125.804,04	2.894.969,78	74,883%
AEROPORTO SALERNO COSTA D'AMALFI SpA	576,00	1.145,25	0,056%
CONSORZIO ASI SALERNO	4.803,05	431.912,30	20,000%
CREDITO SALERNITANO S. Coop. P.A.	31.500,00	21.644,06	0,239%
PARCO SCIENTIFICO E TECNOLOGICO S.c.p.A.	8.000,00	8.068,44	4,000%
SALERNO INTERPORTO S.p.A. in liquidazione	278.541,77	0,00	6,963%
SALERNO SVILUPPO S.c.r.l.	63.162,00	50.424,15	15,000%
G.A.L. CONSORZIO PARCO NAZIONALE DEL CILENTO	2.582,28	0,00	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	39.331,91	4,635%
ALBURNI CALORE SVILUPPO S.r.l. in liquidazione	39.000,00	27.475,86	20,905%
BUSSENTO E VALLO DI DIANO V.D.& B. S.p.A.	4.235,00	1.795,67	3,529%
Sviluppo COSTA D'AMALFI S.p.A.	1.006,02	1.021,12	2,205%
SISTEMA CILENTO S.c.p.A.	77.460,00	66.966,81	6,303%

Fonte: Ufficio Ciclo della Performance

Inoltre la Camera partecipa nelle seguenti fondazioni: 1) Paestum Festival con €. 5.000,00; 2) Universitaria degli studi di Salerno con €. 125.000,00; 3) Scuola medica salernitana con €. 50.000,00.

In questa tabella, infine, sono riepilogati i dati dimensionali delle Aziende Speciali ed il contributo previsto ed effettivamente erogato nel corso dell'anno oggetto di rendicontazione.



Tale tabella evidenzia l'impegno di risorse che la Camera di commercio ha destinato allo sviluppo di azioni realizzate dalle proprie Aziende Speciali.

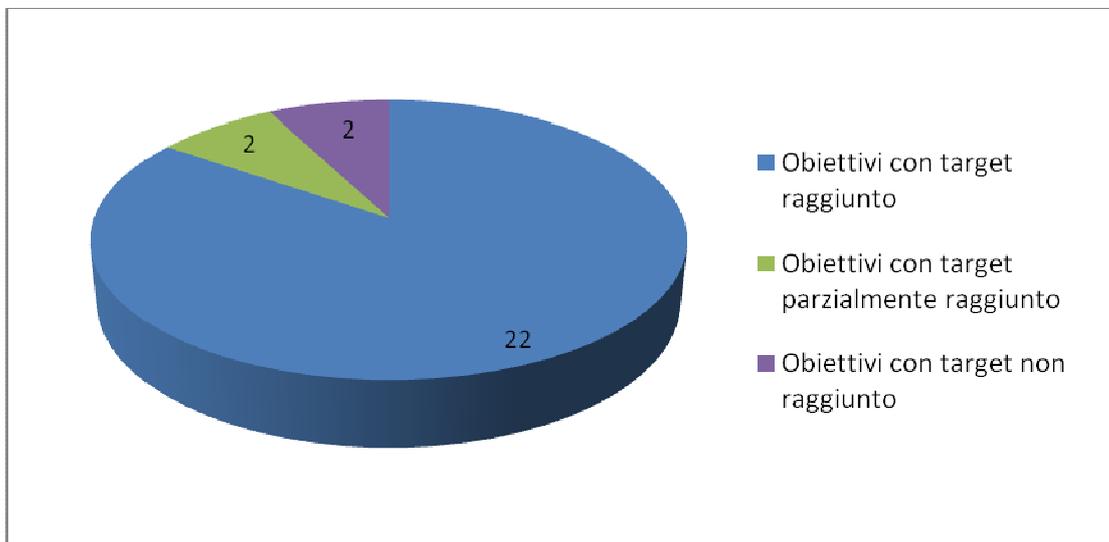
#### Le aziende speciali: dati dimensionali

Nome	Dipendenti al 31/12/2013	Contributo previsto	Contributo effettivo
Intertrade	3	807.078,91	961.078,90
Polaris	0	375.000,00	375.000,00
Jurimpresa	0	200.000,00	200.000,00

### 2.3 I risultati raggiunti

#### Grado di raggiungimento degli obiettivi strategici pianificati

	Valore assoluto	Valore %
Obiettivi con <i>target</i> raggiunto	22	84,62%
Obiettivi con <i>target</i> parzialmente raggiunto	2	7,69%
Obiettivi con <i>target</i> non raggiunto	2	7,69%
Obiettivi totali individuati nel Piano della performance	26	100,00%

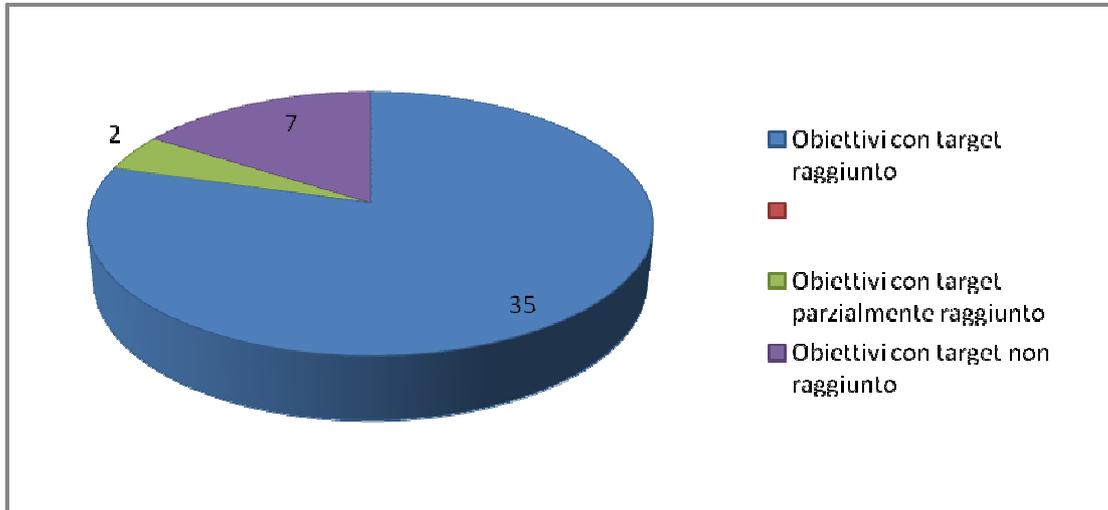


#### Grado di raggiungimento degli obiettivi operativi pianificati

	Valore assoluto	Valore %
Obiettivi con <i>target</i> raggiunto	35	79,55%
Obiettivi con <i>target</i> parzialmente raggiunto	2	4,55%



<b>Obiettivi con target non raggiunto</b>	7	15,91%
<b>Obiettivi totali individuati nel Piano della performance</b>	44	100,00%



#### Andamento (%) delle risorse disponibili e delle spese sostenute

##### PROVENTI

A preventivo	A consuntivo	Risorse disponibili rispetto a quelle preventivate (%)
€ 25.502.683	€ 26.007.219	101,98%

##### ONERI

###### Spese promozionali

A preventivo	A consuntivo	Spese sostenute rispetto a quelle preventivate(%)
€ 6.617.679	€ 6.441.822	97,34%

###### Spese per il personale

A preventivo	A consuntivo	Spese sostenute rispetto a quelle preventivate(%)
€ 4.819.963	€ 4.846.089	100,54%

###### Spese di funzionamento

A preventivo	A consuntivo	Spese sostenute rispetto a quelle preventivate(%)
€ 6.722.549	€ 6.700.149	99,67%

###### Ammortamenti ed accantonamenti

A preventivo	A consuntivo	Accantonamenti e ammortamenti effettuati rispetto a quelli preventivati(%)
€ 7.659.380	€ 9.425.388	123,06%



## 2.4 Le criticità e le opportunità

Si descrivono, di seguito, le principali criticità che sono intervenute nel corso dell'anno oggetto della Relazione, di natura interna alla Camera di commercio (variabili endogene):

- Nel corso del 2013 è stata definita la nuova struttura della Camera di Commercio, con tre aree dirigenziali, diverse Strutture intermedie di coordinamento e diversi nuovi Uffici.

Si evidenziano gli obiettivi programmati nel Piano i cui target non sono stati raggiunti per una percentuale superiore al 20%:

### OBIETTIVI STRATEGICI: CRITICITÀ E OPPORTUNITÀ RILEVATE

Obiettivo	% del mancato raggiungimento del target atteso	Criticità riscontrate	Obiettivi/azioni previste nel ciclo di programmazione successivo
1. Ottimizzare il ciclo della performance per garantire l'efficacia dell'azione camerale	33,33%	Per l'indicatore " Livello di realizzazione del Bilancio di Genere" era prevista la realizzazione del primo Bilancio di Genere dell'Ente. Al riguardo il gruppo di lavoro costituito presso Unioncamere ha concluso le attività, per cui è venuto meno il sostegno necessario, agli addetti al progetto, per lo sviluppo ed il completamento del primo Bilancio di Genere.	Costituire uno specifico ufficio e/o potenziare gli uffici esistenti, con addetti specificatamente dedicati, tra l'altro, all'elaborazione e analisi dei dati necessari alla redazione del bilancio di genere.
2. 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	41,21%	Per l'indicatore "Presenza di mediatori e conciliatori nel territorio" erano previste delle giornate di formazione ed aggiornamento per i conciliatori/mediatori. La Camera non era più titolare dell'iscrizione quale organismo di conciliazione e l'A.S. JurimpreSA, l'ha ottenuta a settembre 2013, per cui non è stato possibile realizzare l'attività prevista entro l'anno	Rideterminare la programmazione di questi specifici eventi in capo all'Azienda Speciale JurimpreSA.



		2013.	
3. Promuovere e monitorare progetti infrastrutturali	50,00%	Per l'indicatore "Individuazione del partenariato tecnico per la gestione dello scalo aeroportuale" la conclusione della gara di assegnazione del 65% del Capitale della società Consortile ai privati è stata ritardata dai numerosi ricorsi al TAR presentati dalla GESAC, ed, infine, l'offerta dell'unica società partecipante non ha ottenuto una valutazione positiva da parte della commissione di valutazione.	Pubblicazione di un secondo bando di gara, per l'assegnazione della maggioranza del capitale della società consortile ai privati.
4. Aumentare l'interazione tra il mondo della ricerca e quello della produzione	50,00%	Per l'indicatore: "Costituzione di un Fondo per la creazione di spin-off" nel corso dell'anno 2013 una delibera di programmazione dell'Organo Politico ha trasformato l'iniziativa in uno studio di fattibilità per la definizione di un Pledge Fund. Successivamente la Camera ha imputato €. 25.000 per uno studio di fattibilità del modello organizzativo e di funzionamento del Fondo, per la presentazione dello studio e per l'individuazione dei potenziali investitori. Il Fondo sarà costituito da più soggetti terzi.	

Per i primi due obiettivi suindicati, non è stato raggiunto il 100% del target atteso, ma è stato comunque raggiunto un target superiore al 51%, che rientra nel range di valutazione (vedere sezione 3.1 per i dettagli) "parzialmente raggiunto". Per gli altri due obiettivi strategici non è stato raggiunto il target atteso per cause non dipendenti dalla struttura operativa della Camera.



## OBIETTIVI OPERATIVI: CRITICITÀ E OPPORTUNITÀ RILEVATE

<b>Obiettivo</b>	<b>% del mancato raggiungimento del target atteso</b>	<b>Criticità riscontrate</b>	<b>Obiettivi/azioni previste nel ciclo di programmazione successivo</b>
1. Migliorare la comunicazione interna ed il benessere organizzativo	50,00%	Non è stato possibile realizzare l'azione "Gestire strumenti informatici per la gestione dello straordinario" per sopravvenute difficoltà tecnico-informatiche, risolte dalla software house solo all'inizio dell'anno 2014.	La Camera valuterà altre forme di sostegno volte a migliorare la comunicazione interna ed il benessere organizzativo
2. Garantire la formazione a tutto il personale camerale	100,00%	Non è stato possibile realizzare il "prototipo del Piano formativo del personale", a causa del perdurare delle misure di contenimento della spesa pubblica, sul conto erano disponibili solo €. 5.432,50 peraltro utilizzati nel corso dell'anno per saltuarie e necessarie attività formative.	L'obiettivo non è perseguibile.
3. Razionalizzare la programmazione delle attività per ottimizzare la produttività del lavoro	66,67%	Non è stato possibile realizzare il "Bilancio di Genere". Era prevista la realizzazione del primo Bilancio di Genere dell'Ente. Al riguardo il gruppo di lavoro costituito presso Unioncamere ha concluso le attività, per cui è venuto meno il sostegno necessario, agli addetti al progetto, per lo sviluppo ed il completamento del primo Bilancio di Genere.	Costituire uno specifico ufficio e/o potenziare gli uffici esistenti, con addetti specificatamente dedicati, tra l'altro, all'elaborazione e analisi dei dati necessari alla redazione del bilancio di genere.



4. Sviluppare le attività di assistenza nei confronti delle imprese	25,00%	Nel corso dell'anno 2013 non è stato possibile effettuare Analisi di laboratorio su oggetti controllati dall'ufficio metrico per mancanza di risorse destinante allo scopo.	Nell'ambito dell'attuazione del protocollo d'intesa tra Unioncamere ed il MISE, per la realizzazione di iniziative in materia, sono state previste risorse, per questa finalità, nell'anno 2014.
5. Promozione di forme di controllo sulla presenza di clausole inique inserite nei contratti	100,00%	Nel corso dell'anno 2013 la competenza è stata attribuita all'A.S. JurimpreSA, l'A.S. non ha potuto avviare, entro la fine del 2013, le procedure per la costituzione di commissioni tecniche per rilevare clausole inique e vessatorie	La Camera e l'A.S. speciale JurimpreSA, valuteranno l'iniziativa.
6. Effettuare attività di informazione a tutela di consumatori ed utenti	100,00%	La Camera non era più titolare dell'iscrizione quale organismo di conciliazione e l'A.S. JurimpreSA, l'ha ottenuta a settembre 2013, per cui non ha potuto avviare il monitoraggio dei fenomeni che interessano consumatore (con UNISA studi, ricerche e formazione).	Nel corso del 2014 saranno avviate le attività in collaborazione con UNISA.
7. Promozione della conoscenza degli strumenti della conciliazione e dell'arbitrato	39,34%	La Camera non era più titolare dell'iscrizione quale organismo di conciliazione e l'A.S. JurimpreSA, l'ha ottenuta a settembre 2013, per cui non è stato possibile realizzare tutte le attività previste entro l'anno 2013.	Rideterminare la programmazione di questi specifici eventi in capo all'Azienda Speciale JurimpreSA.
8. Promuovere e monitorare progetti infrastrutturali	50,00%	La conclusione della gara di assegnazione del 65% del Capitale della società Consortile ai privati è stata ritardata dai numerosi ricorsi al TAR presentati dalla	Pubblicazione di un secondo bando di gara, per l'assegnazione della maggioranza del capitale della società consortile ai privati.



		GESAC, ed, infine, l'offerta dell'unica società partecipante non ha ottenuto una valutazione positiva da parte della commissione di valutazione.	
9. Promuovere Spin off accademici e da ricerca	50,00%	L'iniziativa, inizialmente prevista, non è stata riproposta dall'organo politico con la definitiva programmazione per l'anno 2013.	

### 3. OBIETTIVI: RISULTATI RAGGIUNTI E SCOSTAMENTI

Si riporta in questo paragrafo la rappresentazione visuale sintetica e d'insieme della *performance* conseguita dalla Camera di commercio.

#### 3.1 Albero della performance



## Albero della Performance 2013

### Area Strategica

1 PUBBLICA AMMINISTRAZIONE  
VERSO LE IMPRESE: INFORMARE,  
INFORMATIZZARE E SEMPLIFICARE

#### Obiettivo Strategico

1.1 RIDUZIONE DEI COSTI DELLA  
BUROCRAZIA INNOVANDO  
L'EROGAZIONE DEI SERVIZI

#### Programma

1.1.1 DIFFUSIONE, PROMOZIONE ED  
INFORMATIZZAZIONE DEI SERVIZI

#### Obiettivo Operativo

1.1.1.A DIFFUSIONE SUL  
TERRITORIO DEI SERVIZI CAMERALI  
ATTRAVERSO L'ICT E RETE DI  
SPORTELLI

1.1.1.B PROMUOVERE L'UTILIZZO DI  
SERVIZI INNOVATIVI

1.1.1.C INFORMATIZZAZIONE DEI  
SERVIZI E IMPIEGO SISTEMATICO  
DELLE TECNOLOGIE ICT

1.2 RIDUZIONE DEI TEMPI  
DELL'AZIONE AMMINISTRATIVA

#### Programma

1.2.1 DEMATERIALIZZAZIONE DEI  
FLUSSI CARTACEI E RIDUZIONE DEI  
TEMPI DI LAVORAZIONE

#### Obiettivo Operativo

1.2.1.A DEMATERIALIZZAZIONE DEI  
FLUSSI CARTACEI

1.2.1.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

#### Programma

1.3.1 POTENZIARE L'INFORMAZIONE  
ECONOMICO-STATISTICA

#### Obiettivo Operativo

1.3.1.A VALORIZZAZIONE DEL  
PATRIMONIO INFORMATIVO  
CAMERALE COSTITUITO DAL  
REGISTRO IMPRESE E BANCHE DATI

1.3.1.B PROSEGUIRE LE ATTIVITA' DI  
MONITORAGGIO ECONOMICO E  
SISTEMATIZZARE L'INFORMAZIONE  
STATISTICA

1.3.1.C CREARE MOMENTI DI  
CONFRONTO E INFORMAZIONE  
PUBBLICA ANCHE IN  
COLLABORAZIONE CON PARTNER  
ISTITUZIONALI

1.4 AUMENTARE IL LIVELLO DI  
INFORMAZIONE E TRASPARENZA  
PERCEPITO DALL'UTENZA

#### Programma

1.4.1 POTENZIARE LA  
COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE E  
GARANTIRE L'ACCOUNTABILITY  
VERSO L'ESTERNO

#### Obiettivo Operativo

1.4.1.A POTENZIARE LA  
COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE E  
RENDERE PIU' EFFICACE IL DIALOGO  
COL TERRITORIO

1.4.1.B GARANTIRE L'EFFETTIVA



			ACCOUNTABILITY VERSO L'ESTERNO
			1.4.1.C POTENZIARE IL RUOLO DELL'U.R.P. E UFFICIO STAMPA QUALE GARANZIA DEL DIRITTO DI INFORMAZIONE E DI TRASPARENZA
	1.5 SOSTENIBILITA' DEGLI INVESTIMENTI E PIANIFICAZIONE FINANZIARIA		
		<b>Programma</b>	
		1.5.1 OTTIMIZZAZIONE DELLE RISORSE DISPONIBILI	
			<b>Obiettivo Operativo</b>
			1.5.1.A RAZIONALIZZAZIONE NELL'ACQUISTO DI BENI/SERVIZI E OTTIMIZZAZIONE DELLE RISORSE DISPONIBILI
			1.5.1.B SOSTENERE IL LIVELLO DI RECUPERO DEL DIRITTO ANNUALE MEDIANTE OPPOSIZIONE AI RICORSI TRIBUTARI
	1.6 ADEGUARE LE LOGICHE ORGANIZZATIVE ALL'INNOVAZIONE		
		<b>Programma</b>	
		1.6.1 MIGLIORARE LA COMUNICAZIONE INTERNA E LA FORMAZIONE DEL PERSONALE	
			<b>Obiettivo Operativo</b>
			1.6.1.A MIGLIORARE LA COMUNICAZIONE INTERNA E IL BENESSERE ORGANIZZATIVO
			1.6.1.B GARANTIRE LA FORMAZIONE A TUTTO IL PERSONALE CAMERALE
	1.7 OTTIMIZZARE IL CICLO DELLA PERFORMANCE PER GARANTIRE L'EFFICACIA DELL'AZIONE CAMERALE		
		<b>Programma</b>	
		1.7.1 MONITORAGGIO INIZIATIVE PROMOZIONALI - RAZIONALIZZAZIONE E OTTIMIZZAZIONE DEI PROCESSI DI PIANIFICAZIONE FINANZIARIA	
			<b>Obiettivo Operativo</b>
			1.7.1.A RAZIONALIZZARE LA PROGRAMMAZIONE DELLE ATTIVITA' PER OTTIMIZZARE LA PRODUTTIVITA' DEL LAVORO
			1.7.1.B POTENZIARE IL MONITORAGGIO DELLE INIZIATIVE PROMOZIONALI REALIZZATE DALLA CAMERA DI COMMERCIO
<b>Area Strategica</b>			
2 TRASPARENZA, TUTELA DEL MERCATO E GIUSTIZIA ALTERNATIVA			
			<b>Obiettivo Strategico</b>
			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
		<b>Programma</b>	
		2.1.1 POTENZIARE LE ATTIVITA' DI ASSISTENZA NEI CONFRONTI DELLE IMPRESE, EFFETTUARE INFORMAZIONE A TUTELA DI CONSUMATORI ED UTENTI, PROMUOVERE LA CONOSCENZA DI	



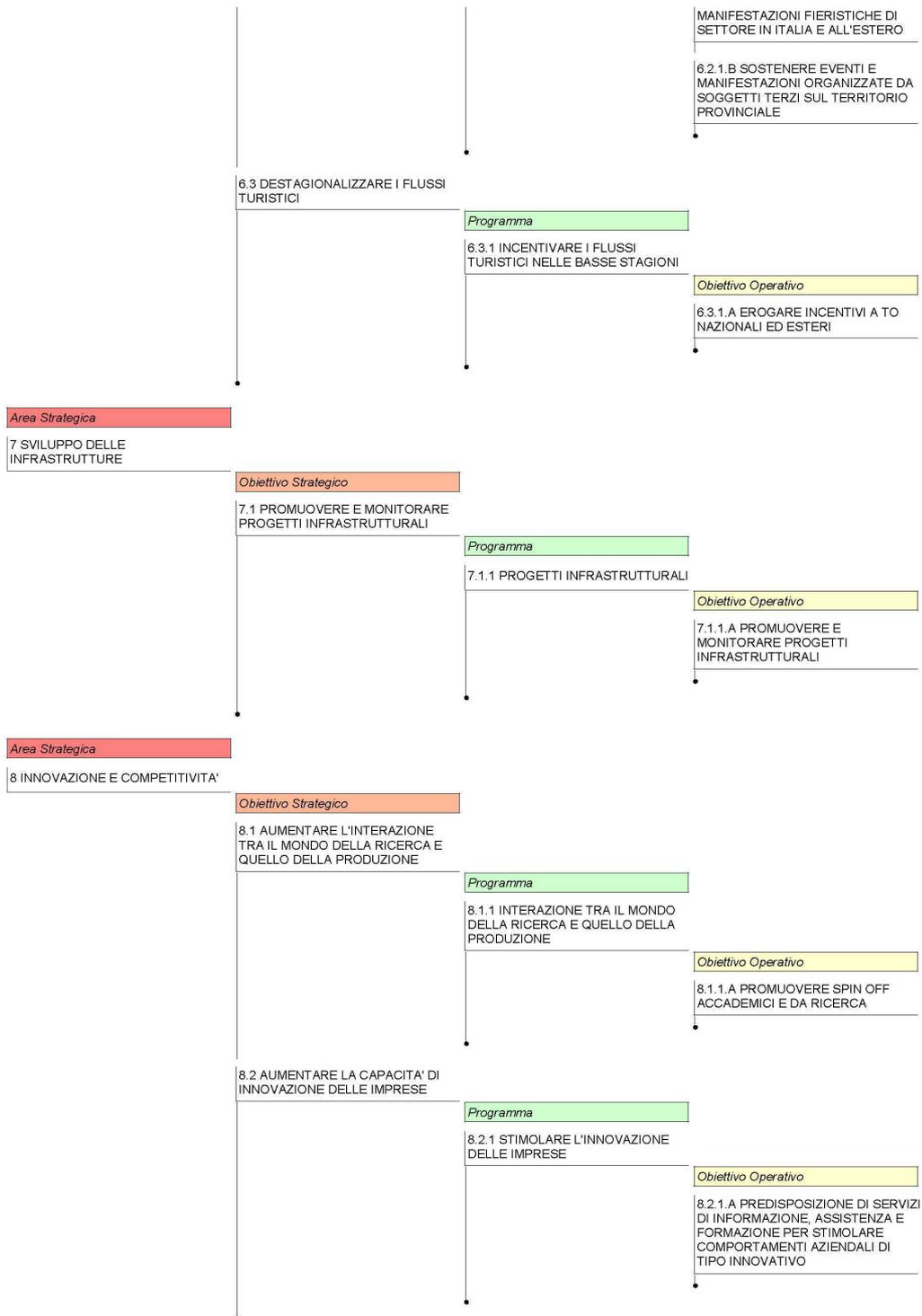
		CONCILIAZIONE E ARBITRATO		<p><b>Obiettivo Operativo</b></p> <p>2.1.1.A SVILUPPARE LE ATTIVITA' DI ASSISTENZA NEI CONFRONTI DELLE IMPRESE</p> <p>2.1.1.B PROMOZIONE DI FORME DI CONTROLLO SULLA PRESENZA DI CLAUSOLE INIQUHE INSERITE NEI CONTRATTI</p> <p>2.1.1.C EFFETTUARE ATTIVITA' DI INFORMAZIONE A TUTELA DI CONSUMATORI ED UTENTI</p> <p>2.1.1.D PROMOZIONE DELLA CONOSCENZA DEGLI STRUMENTI DELLA CONCILIAZIONE E DELL'ARBITRATO</p>
<b>Area Strategica</b>				
3 CREDITO E FINANZA				
			<b>Obiettivo Strategico</b>	
		3.1 MIGLIORARE IL MONITORAGGIO DEL SISTEMA FINANZIARIO LOCALE x FAVORIRE L'ACCESSO AL CREDITO		
			<b>Programma</b>	
		3.1.1 MIGLIORARE IL MONITORAGGIO DEL SISTEMA FINANZIARIO LOCALE x FAVORIRE L'ACCESSO AL CREDITO		
				<b>Obiettivo Operativo</b>
				3.1.1.A MIGLIORARE IL MONITORAGGIO DEL SISTEMA FINANZIARIO LOCALE x FAVORIRE L'ACCESSO AL CREDITO
				3.1.1.B FAVORIRE L'ACCESSO AL CREDITO DELLE DONNE IMPRENDITRICI
		3.2 ABBATTERE IL COSTO DEI FINANZIAMENTI BANCARI		
			<b>Programma</b>	
		3.2.1 ABBATTERE IL COSTO DEI FINANZIAMENTI BANCARI		
				<b>Obiettivo Operativo</b>
				3.2.1.A ABBATTERE IL COSTO DEI FINANZIAMENTI BANCARI ATTRAVERSO L'EROGAZIONE DI CONTRIBUTI
		3.3 MIGLIORARE IL RAPPORTO BANCA-IMPRESA		
			<b>Programma</b>	
		3.3.1 FAVORIRE L'ACCESSO AL CREDITO		
				<b>Obiettivo Operativo</b>
				3.3.1.A FAVORIRE L'ACCESSO AL CREDITO MEDIANTE IL RAFFORZAMENTO DEL FONDO RISCHI
<b>Area Strategica</b>				
4 INTERNAZIONALIZZAZIONE E MARKETING TERRITORIALE PER MEGLIO COMUNICARE E MEGLIO RELAZIONARE				
			<b>Obiettivo Strategico</b>	
		4.1 ORIENTARE E ASSISTERE LE IMPRESE NEI PROCESSI DI INTERNAZIONALIZZAZIONE		
			<b>Programma</b>	



	<p>4.1.1 FAVORIRE L'INTERNAZIONALIZZAZIONE</p>	<p><i>Obiettivo Operativo</i></p> <p>4.1.1.A PROMOZIONE DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE ANCHE TRAMITE L'ORGANIZZAZIONE DI EVENTI DI PORTATA NAZIONALE ED INTERNAZIONALE</p> <p>4.1.1.B SOSTEGNO ALL'INTERNAZIONALIZZAZIONE ATTRAVERSO LA CONCESSIONE DI CONTRIBUTI</p>
<p>4.2 FAVORIRE LA CREAZIONE DI UN SISTEMA INTEGRATO ("SalernoSI")</p>	<p><i>Programma</i></p> <p>4.2.1 AZIENDA SPECIALE INTERTRADE- SVILUPPO DI UN SISTEMA INTEGRATO "SalernoSI"</p>	<p><i>Obiettivo Operativo</i></p> <p>4.2.1.A VALORIZZARE IL TERRITORIO IN UN'OTTICA INTEGRATA TRA TURISMO, COMMERCIO, ARTIGIANATO, PRODOTTI TIPICI ED ARTE</p> <p>4.2.1.B IMPLEMENTARE UN EFFICACE APPROCCIO DI MARKETING SUI PRODOTTI TIPICI LOCALI CHE VALORIZZI IL CONSUMATORE/TURISTA ESIGENTE</p>
<p>4.3 DEFINIRE POLITICHE DI ATTRAZIONE DEGLI INVESTIMENTI ESTERI</p>	<p><i>Programma</i></p> <p>4.3.1 DEFINIRE POLITICHE DI ATTRAZIONE DEGLI INVESTIMENTI ESTERI</p>	<p><i>Obiettivo Operativo</i></p> <p>4.3.1.A DEFINIRE POLITICHE DI ATTRAZIONE DEGLI INVESTIMENTI ESTERI</p>
<p>4.4 MIGLIORARE LA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE</p>	<p><i>Programma</i></p> <p>4.4.1 MIGLIORARE LA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE</p>	<p><i>Obiettivo Operativo</i></p> <p>4.4.1.A MIGLIORARE LA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE</p>
<p>4.5 POSIZIONARE IL TERRITORIO NEL CIRCUITO DEL TURISMO CONGRESSUALE E D'AFFARI</p>	<p><i>Programma</i></p> <p>4.5.1 POSIZIONARE IL TERRITORIO NEL CIRCUITO DEL TURISMO CONGRESSUALE E D'AFFARI</p>	<p><i>Obiettivo Operativo</i></p> <p>4.5.1.A POSIZIONARE IL TERRITORIO NEL CIRCUITO DEL TURISMO CONGRESSUALE E D'AFFARI</p>
<p><i>Area Strategica</i></p> <p>5 CAPITALE UMANO, CULTURA E RESPONSABILITA' SOCIALE D'IMPRESA</p>	<p><i>Obiettivo Strategico</i></p> <p>5.1 FAVORIRE L'APPRENDIMENTO LUNGO TUTTO L'ARCO DELLA VITA</p>	



	<b>Programma</b>	
	5.1.1 FAVORIRE L'APPRENDIMENTO LUNGO TUTTO L'ARCO DELLA VITA	<b>Obiettivo Operativo</b>
		5.1.1.A FAVORIRE L'APPRENDIMENTO LUNGO TUTTO L'ARCO DELLA VITA
5.2 FAVORIRE L'EQUILIBRIO ATTUALE E FUTURO DEL MERCATO DEL LAVORO	<b>Programma</b>	
	5.2.1 FAVORIRE L'EQUILIBRIO ATTUALE E FUTURO DEL MERCATO DEL LAVORO	<b>Obiettivo Operativo</b>
		5.2.1.A FAVORIRE L'EQUILIBRIO ATTUALE E FUTURO DEL MERCATO DEL LAVORO
5.3 RIDURRE LE BARRIERE ALL'INGRESSO NEL SISTEMA ECONOMICO LOCALE	<b>Programma</b>	
	5.3.1 RIDURRE LE BARRIERE ALL'INGRESSO NEL SISTEMA ECONOMICO LOCALE	<b>Obiettivo Operativo</b>
		5.3.1.A RIDURRE LE BARRIERE ALL'INGRESSO NEL SISTEMA ECONOMICO LOCALE
5.4 PROMUOVERE LA CULTURA D'IMPRESA AL FEMMINILE PER SUPERARE LE DISCRIMINAZIONI DI GENERE	<b>Programma</b>	
	5.4.1 SUPPORTO ALLA CREAZIONE E PROMOZIONE DELL'IMPRENDITORIA FEMMINILE	<b>Obiettivo Operativo</b>
		5.4.1.A ACCRESCERE IL LIVELLO DI INFORMAZIONE E CONOSCENZA DEL MONDO IMPRENDITORIALE FEMMINILE
<b>Area Strategica</b>		
6 SVILUPPO DEL SISTEMA TURISTICO	<b>Obiettivo Strategico</b>	
	6.1 DIVERSIFICARE L'OFFERTA TURISTICA SALERNITANA E MONITORARE L'ANDAMENTO DEL SETTORE TURISMO IN PROVINCIA DI SALERNO	
	<b>Programma</b>	
	6.1.1 Marketing territoriale turistico	<b>Obiettivo Operativo</b>
		6.1.1.A ATTIVITA' DELL'OSSERVATORIO TURISTICO
		6.1.1.B EROGARE CONTRIBUTI AD OPERATORI DEL CHARTER NAUTICO
6.2 AUMENTARE L'ATTRATTIVITA' TURISTICA DEL TERRITORIO	<b>Programma</b>	
	6.2.1 ATTRATTIVITA' TURISTICA DEL TERRITORIO	<b>Obiettivo Operativo</b>
		6.2.1.A ORGANIZZARE COLLETTIVE CAMERALI IN SENO A





Di seguito si riportano, per aree di intervento strategico, i risultati della performance degli obiettivi strategici previsti nel Piano della performance per l'anno 2013. Per ogni indicatore di performance viene indicato il target atteso, il risultato e la corrispondente faccina verde/gialla/rossa, a seconda che il target sia stato raggiunto (81%-100% faccina verde), parzialmente raggiunto (51%-80% faccina gialla) o non raggiunto (0% - 50% faccina rossa).

Relazione sulla Performance - Obiettivi Strategici	Performance	Valutazione
<b>Obiettivi</b>		
<b>1 PUBBLICA AMMINISTRAZIONE VERSO LE IMPRESE: INFORMARE, INFORMATIZZARE E SEMPLIFICARE (AS1.)</b>		
1.1 RIDUZIONE DEI COSTI DELLA BUROCRAZIA INNOVANDO L'EROGAZIONE DEI SERVIZI (OS1.)	99,42%	
1.2 RIDUZIONE DEI TEMPI DELL'AZIONE AMMINISTRATIVA (OS2.)	86,98%	
1.3 POTENZIARE L'INFORMAZIONE STATISTICA ED ECONOMICA PER LE IMPRESE, GLI STAKEHOLDERS E I POLICY MAKERS (OS7.)	88,89%	
1.4 AUMENTARE IL LIVELLO DI INFORMAZIONE E TRASPARENZA PERCEPITO DALL'UTENZA (OS3.)	96,30%	
1.5 SOSTENIBILITA' DEGLI INVESTIMENTI E PIANIFICAZIONE FINANZIARIA (OS4.)	84,02%	
1.6 ADEGUARE LE LOGICHE ORGANIZZATIVE ALL'INNOVAZIONE (OS5.)	100,00%	
1.7 OTTIMIZZARE IL CICLO DELLA PERFORMANCE PER GARANTIRE L'EFFICACIA DELL'AZIONE CAMERALE (OS6.)	66,67%	
<b>2 TRASPARENZA, TUTELA DEL MERCATO E GIUSTIZIA ALTERNATIVA (AS2.)</b>		
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 (OS8.)	58,79%	
<b>3 CREDITO E FINANZA (AS3.)</b>		
3.1 MIGLIORARE IL MONITORAGGIO DEL SISTEMA FINANZIARIO LOCALE x FAVORIRE L'ACCESSO AL CREDITO (OS21.)	100,00%	
3.2 ABBATTERE IL COSTO DEI FINANZIAMENTI BANCARI (OS22.)	91,05%	
3.3 MIGLIORARE IL RAPPORTO BANCA-IMPRESA (OS9.)	100,00%	
<b>4 INTERNAZIONALIZZAZIONE E MARKETING TERRITORIALE PER MEGLIO COMUNICARE E MEGLIO RELAZIONARE (AS4.)</b>		
4.1 ORIENTARE E ASSISTERE LE IMPRESE NEI PROCESSI DI INTERNAZIONALIZZAZIONE (OS10.)	98,70%	
4.2 FAVORIRE LA CREAZIONE DI UN SISTEMA INTEGRATO (SalernoSI) (OS11.)	100,00%	
4.3 DEFINIRE POLITICHE DI ATTRAZIONE DEGLI INVESTIMENTI ESTERI (OS23.)	100,00%	
4.4 MIGLIORARE LA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE (OS24.)	100,00%	
4.5 POSIZIONARE IL TERRITORIO NEL CIRCUITO DEL TURISMO CONGRESSUALE E D'AFFARI (OS25.)	100,00%	
<b>5 CAPITALE UMANO, CULTURA E RESPONSABILITA' SOCIALE D'IMPRESA (AS5.)</b>		
5.1 FAVORIRE L'APPRENDIMENTO LUNGO TUTTO L'ARCO DELLA VITA (OS26.)	100,00%	
5.2 FAVORIRE L'EQUILIBRIO ATTUALE E FUTURO DEL MERCATO DEL LAVORO (OS12.)	100,00%	
5.3 RIDURRE LE BARRIERE ALL'INGRESSO NEL SISTEMA ECONOMICO LOCALE (OS13.)	100,00%	
5.4 PROMUOVERE LA CULTURA D'IMPRESA AL FEMMINILE PER SUPERARE LE DISCRIMINAZIONI DI GENERE (OS14.)	100,00%	
<b>6 SVILUPPO DEL SISTEMA TURISTICO (AS6.)</b>		
6.1 DIVERSIFICARE L'OFFERTA TURISTICA SALERNITANA E MONITORARE L'ANDAMENTO DEL SETTORE TURISMO IN PROVINCIA DI SALERNO (OS15.)	100,00%	
6.2 AUMENTARE L'ATTRATTIVITA' TURISTICA DEL TERRITORIO (OS16.)	100,00%	
6.3 DESTAGIONALIZZARE I FLUSSI TURISTICI (OS17.)	100,00%	
<b>7 SVILUPPO DELLE INFRASTRUTTURE (AS7.)</b>		
7.1 PROMUOVERE E MONITORARE PROGETTI INFRASTRUTTURALI (OS18.)	50,00%	
<b>8 INNOVAZIONE E COMPETITIVITA' (AS8.)</b>		
8.1 AUMENTARE L'INTERAZIONE TRA IL MONDO DELLA RICERCA E QUELLO DELLA PRODUZIONE (OS19.)	50,00%	
8.2 AUMENTARE LA CAPACITA' DI INNOVAZIONE DELLE IMPRESE (OS20.)	100,00%	



### 3.2 Aree strategiche e obiettivi strategici

Per gli obiettivi strategici sopra riportati si indicano, di seguito, gli indicatori di performance ad essi associati:

Area Strategica/obiettivo strategico	Indicatore	Misura	Stato 2012	Stato 2013	Peso		Target	Consuntivo	Performance KPI	Performance Obiettivo
<b>1 PUBBLICA AMMINISTRAZIONE VERSO LE IMPRESE: INFORMARE, INFORMATIZZARE E SEMPLIFICARE (AS1.)</b>					0,00	=				
<b>1.1 RIDUZIONE DEI COSTI DELLA BUROCRAZIA INNOVANDO L'EROGAZIONE DEI SERVIZI (OS1.)</b>					0,00	=				<b>99,42%</b>
	Grado di diffusione del SUAP	Numero di comuni in delega per il Suap	59	59	0,20	>=	103,00%	100%	<b>97,09%</b>	
	Grado di decentramento dell'attività di rilascio dei dispositivi di firma digitale.	Numero dispositivi di firma digitale rilasciati dagli sportelli decentrati / Dispositivi di firma digitale rilasciati nell'anno			0,20	>=	10,00%	11,78%	<b>100,00%</b>	
	N. Sportelli attivati e gestiti dalle associazioni di categoria nell'anno	N. Sportelli attivati e gestiti nell'anno			0,20	>=	10,00	28,00	<b>100,00%</b>	
	Livello di collaborazione con altre PA (Certificazioni PP.AA.)	numero Enti con con i quali si dialoga tramite "Certificazioni PP.AA"			0,20	>=	20,00	130,00	<b>100,00%</b>	
	Corsi di formazione e seminari su Comunica/Suap/Bilanci/Telemaco	Numero corsi di formazione e seminari su Comunica/Suap/Bilanci/Telemaco			0,20	>=	5,00	20,00	<b>100,00%</b>	
<b>1.2 RIDUZIONE DEI TEMPI DELL'AZIONE AMMINISTRATIVA (OS2.)</b>					0,00	=				<b>86,98%</b>
	Rispetto dei tempi di evasione (5 giorni) delle pratiche Registro Imprese	Pratiche del Registro Imprese ricevute nell'anno ed evase entro 5 giorni dal loro ricevimento / Pratiche del Registro Imprese ricevute nell'anno			0,11	>=	33,00%	42,32%	<b>100,00%</b>	
	Tasso di sospensione delle pratiche Registro Imprese	Pratiche del Registro Imprese con almeno una gestione correzione nell'anno / Pratiche del Registro Imprese evase nell'anno			0,11	<=	19,00%	18,67%	<b>100,00%</b>	
	Tempo medio di pagamento delle fatture passive	Sommatoria dei giorni che intercorrono tra la data ricevimento e la data del mandato di pagamento delle fatture passive ricevute e pagate nell'anno / Fatture passive ricevute e pagate nell'anno			0,11	<=	60,00	53,54	<b>100,00%</b>	



	Livello di impiego della procedura informatica per la liquidazione delle fatture.	Numero fatture liquidate attraverso la procedura informatica nell'anno / Totale fatture liquidate nell'anno			0,11	>=	1,00	1,00	<b>100,00%</b>	
	Graduale sostituzione della documentazione cartacea con quella informatica.	Documentazione informatica prodotta e archiviata nell'anno / Totale documentazione prodotta e archiviata nell'anno			0,11	>=	0,15	0,10	<b>66,69%</b>	
	Grado di utilizzo della PEC e/o E-mail nelle comunicazioni interne.	Numero comunicazioni interne trasmesse tramite PEC e/o E-mail nell'anno / Numero totale comunicazioni interne trasmesse nell'anno (PEC e/o E-mail)			0,11	>=	1,00	1,00	<b>100,00%</b>	
	Grado di utilizzo della PEC e/o E-mail nelle comunicazioni verso l'esterno.	Numero di comunicazioni trasmesse all'esterno tramite PEC e/o E-mail / Numero totale comunicazioni trasmesse all'esterno			0,11	>=	0,20	0,17	<b>86,31%</b>	
	Tempi medi di lavorazione delle pratiche telematiche Registro Imprese (senza sospensione).	Tempi di lavorazione delle pratiche telematiche evase nell'anno (pratiche senza sospensione) / Pratiche telematiche evase nell'anno			0,11	<=	4,00	13,40	<b>29,85%</b>	
	Tempi medi di lavorazione delle pratiche telematiche Registro Imprese (con almeno 1 sospensione).	Tempi di lavorazione delle pratiche telematiche evase nell'anno (con almeno 1 sospensione) / Pratiche telematiche evase nell'anno			0,11	<=	27,00	18,20	<b>100,00%</b>	
<b>1.3 POTENZIARE L'INFORMAZIONE STATISTICA ED ECONOMICA PER LE IMPRESE, GLI STAKEHOLDERS E I POLICY MAKERS (OS7.)</b>					0,00	=				<b>88,89%</b>
	Realizzazione di indagini congiunturali	Numero indagini su specifici temi realizzate nell'anno			0,25	>=	3,00	6,00	<b>100,00%</b>	
	Grado di divulgazione dei documenti statistici pubblicati tramite web	Numero documenti statistici prodotti e pubblicati sul sito camerale nell'anno / Numero documenti statistici prodotti nell'anno			0,25	>=	100,00%	88,89%	<b>88,89%</b>	
	Realizzazione eventi di divulgazione economica.	Numero eventi realizzati dalla CCIAA			0,25	>=	3,00	2,00	<b>66,67%</b>	
	Grado di conclusione dei procedimenti di cancellazione avviati con il progetto Qualità del R.I. (tra il 2011 ed il 2012)	Numero cancellazioni effettuate / Numero procedimenti di cancellazione avviati con il progetto Qualità R.I. tra il 2011 ed il 2012			0,25	>=	5,00%	8,74%	<b>100,00%</b>	
<b>1.4 AUMENTARE IL LIVELLO DI INFORMAZIONE E TRASPARENZA PERCEPITO DALL'UTENZA (OS3.)</b>					0,00	=				<b>96,30%</b>
	CSI (livelli di servizio camerale)	CSI (livelli di servizio camerale)			0,11	>=	3,00	3,45	<b>100,00%</b>	
	Grado di utilizzo del sito istituzionale della CCIAA	Numero di accessi al sito istituzionale nell'anno	169.955	166.009	0,11	>=	1,00	0,98	<b>97,68%</b>	



	Numero eventi di rappresentanza organizzati dalla CCIAA	Numero iniziative organizzate/promosse dalla CCIAA			0,11	>=	2,00	6,00	<b>100,00%</b>	
	Grado di interesse alle informazioni presenti sul sito istituzionale	Tempo medio di permanenza sul sito camerale	2,49	2,52	0,11	>=	100,00%	101,20%	<b>100,00%</b>	
	Grado di interesse dell'utenza su specifici settori (sez. Registro Imprese del sito web istituzionale)	Tempo medio di permanenza su pagine del sito di specifici settori/attività	3,03	2,55	0,11	>=	100,00%	84,16%	<b>84,16%</b>	
	Attuazione e rispetto del Piano della Trasparenza	Numero attività del Piano della trasparenza realizzate nell'anno / Numero di attività del Piano della trasparenza previste nell'anno			0,11	>=	100,00%	84,85%	<b>84,85%</b>	
	Livello di soddisfazione dell'utenza rilevato attraverso i reclami	Numero di Reclami			0,11	<=	3,00	0,00	<b>100,00%</b>	
	Grado di realizzazione del CRM	N. Imprese qualificate nella banca dati CRM / N. totale delle imprese da qualificare nella banca dati CRM			0,11	>=	12,00%	13,72%	<b>100,00%</b>	
	Grado di pulizia della banca dati CRM	N. mail inviate con utilizzo del CRM che non raggiungono il destinatario / N. mail inviate con l'utilizzo del CRM			0,11	<=	65,00%	38,62%	<b>100,00%</b>	
<b>1.5 SOSTENIBILITA' DEGLI INVESTIMENTI E PIANIFICAZIONE FINANZIARIA (OS4.)</b>					0,00	=				<b>84,02%</b>
	Livello di riduzione dei costi per consumi energetici negli anni.	Costi consumi energetici	121.894,36	87.427,41	0,10	<=	1,00	0,70	<b>100,00%</b>	
	Grado di realizzazione del piano annuale dei lavori.	Ammontare importo lavori realizzati / Importo lavori previsti (Piano Annuale Lavori)			0,10	>=	85,00%	85,07%	<b>100,00%</b>	
	Capacità di recupero del diritto annuale di competenza non versato.	Importo diritto annuale delle imprese a cui è stata inviata la mail / Importo diritto annuale non incassato			0,10	>=	100,00%	100,00%	<b>100,00%</b>	
	Sostenibilità degli investimenti (Indicatore n. 1 di equilibrio finanziario)	Patrimonio netto + Diritto annuale di competenza recuperato / Immobilizzazioni			0,10	>=	1,56	1,31	<b>84,10%</b>	
	Sostenibilità degli investimenti (Indicatore n. 2 di equilibrio finanziario).	Patrimonio netto + Passivo fisso / Immobilizzazioni			0,10	>=	1,64	1,55	<b>94,28%</b>	
	Sostenibilità degli investimenti (Indicatore n. 3 di equilibrio finanziario).	Disponibilità liquide (Depositi bancari + depositi postali) + Passivo fisso / Immobilizzazioni			0,10	>=	0,61	0,58	<b>94,98%</b>	



	Sostenibilità degli investimenti (Indicatore n. 4 di equilibrio finanziario).	Attivo circolante / Immobilizzazioni			0,10	>=	1,15	0,87	<b>75,22%</b>	
	Percentuale delle posizioni a ruolo nell'anno sul totale delle posizioni esistenti (D.A.)	Totale posizioni a ruolo nell'anno (Diritto Annuale) / Totale posizioni esistenti nell'anno (Diritto Annuale)			0,10	<=	10,00%		<b>0,00%</b>	
	Percentuale di discussioni vinte (giudizi tributari)	numero discussioni vinte (giudizi tributari) / numero di ricorsi notificati alla Camera (giudizi tributari)			0,10	>=	90,00%	82,46%	<b>91,62%</b>	
	Indicatore di Cash Management x il monitoraggio del rischio finanziario	Posizione Finanziaria Netta / Patrimonio netto			0,10	<=	1,90	-0,46	<b>100,00%</b>	
<b>1.6 ADEGUARE LE LOGICHE ORGANIZZATIVE ALL'INNOVAZIONE (OS5.)</b>					0,00	=				<b>100,00%</b>
	Numero di ore (sommatoria) destinate alla formazione del personale assunto a tempo indeterminato.	Sommatoria delle ore di formazione alle quali i dipendenti assunti a tempo indeterminato hanno partecipato nell'anno			1,00	>=	85,00	149,00	<b>100,00%</b>	
<b>1.7 OTTIMIZZARE IL CICLO DELLA PERFORMANCE PER GARANTIRE L'EFFICACIA DELL'AZIONE CAMERALE (OS6.)</b>					0,00	=				<b>66,67%</b>
	Monitoraggio periodico degli obiettivi strategici.	Numero report di monitoraggio realizzati nell'anno			0,33	>=	2,00	2,00	<b>100,00%</b>	
	Livello di realizzazione del Bilancio di genere.	Realizzazione secondo prototipo del Bilancio di Genere.			0,33	>=	1,00		<b>0,00%</b>	
	inserimento/mantenimento valori e principi di genere nell'attività di programmazione	inserimento/mantenimento valori e principi di genere nell'attività di programmazione			0,33	=	100,00	100,00	<b>100,00%</b>	
<b>2 TRASPARENZA, TUTELA DEL MERCATO E GIUSTIZIA ALTERNATIVA (AS2.)</b>										
<b>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 (OS8.)</b>					0,00	=				<b>58,79%</b>
	Riduzione delle non conformità in seguito all'attività di analisi svolta.	Numero sanzioni emesse a seguito dell'attività di analisi svolta	38	0	0,25	<=	1,00	0,00	<b>100,00%</b>	
	Riduzione delle segnalazioni di non conformità alle Autorità giudiziarie.	Numero segnalazioni di non conformità rispetto alle verifiche effettuate alle Autorità giudiziarie	0	0	0,25	<=	1,00	0,00	<b>100,00%</b>	
	Presenza di mediatori e conciliatori nel territorio	Numero conciliatori/mediatori che hanno partecipato alle giornate di formazione e aggiornamento			0,25	>=	40,00	0,00	<b>0,00%</b>	



	Aumento della richiesta di conciliazioni e mediazioni	Numero conciliazioni e mediazioni realizzate	206	76	0,25	>=	1,05	0,37	<b>35,14%</b>	
<b>3 CREDITO E FINANZA (AS3.)</b>					0,00	=				
<b>3.1 MIGLIORARE IL MONITORAGGIO DEL SISTEMA FINANZIARIO LOCALE x FAVORIRE L'ACCESSO AL CREDITO (OS21.)</b>					0,00	=				<b>100,00%</b>
	Pubblicazione sul sito web delle condizioni economiche praticate dai Confidi	Pubblicazione sul sito web delle condizioni economiche praticate dai Confidi			1,00	=	100,00	100,00	<b>100,00%</b>	
<b>3.2 ABBATTERE IL COSTO DEI FINANZIAMENTI BANCARI (OS22.)</b>					0,00	=				<b>91,05%</b>
	Percentuale di utilizzo risorse stanziate per programmi di sostegno al credito	Risorse conferite per il sostegno al credito nell'anno / Risorse previste per il sostegno al credito nell'anno			0,50	>=	100,00%	100,00%	<b>100,00%</b>	
	Aumento delle imprese che accedono al credito attraverso il sostegno della CCIAA.	Imprese che hanno ottenuto finanziamenti garantiti con agevolazioni dalla Camera di commercio nell'anno	715	587	0,50	>=	1,00	0,82	<b>82,10%</b>	
<b>3.3 MIGLIORARE IL RAPPORTO BANCA-IMPRESA (OS9.)</b>					0,00	=				<b>100,00%</b>
	Istituzione di uno sportello informativo sul microcredito	Istituzione di uno sportello informativo sul microcredito			1,00	=	100,00	100,00	<b>100,00%</b>	
<b>4 INTERNAZIONALIZZAZIONE E MARKETING TERRITORIALE PER MEGLIO COMUNICARE E MEGLIO RELAZIONARE (AS4.)</b>					0,00	=				
<b>4.1 ORIENTARE E ASSISTERE LE IMPRESE NEI PROCESSI DI INTERNAZIONALIZZAZIONE (OS10.)</b>					0,00	=				<b>98,70%</b>
	Livello di erogazione di servizi informativi sull'internazionalizzazione (Punto operativo R.C.E.E.N.)	Numero servizi informativi erogati alle imprese (Punto operativo R.C.E.E.N.)			0,14	>=	300,00	345,00	<b>100,00%</b>	
	Incremento delle posizioni Italiancom	Numero posizioni Italiancom			0,14	>=	1,02	1,14	<b>100,00%</b>	
	Grado di coinvolgimento delle imprese nelle iniziative di internazionalizzazione promosse dalla CCIAA o dall'Azienda Speciale	Numero imprese (ricorrenze) coinvolte nelle iniziative di internazionalizzazione / Numero totale delle imprese (banca dati Italiancom) nell'anno			0,14	>=	30,00%	40,17%	<b>100,00%</b>	
	Grado di utilizzo dei servizi informativi (Italiancom - richieste evase)	Numero accessi ai servizi informativi Italiancom (richieste evase)			0,14	>=	830,00	945,00	<b>100,00%</b>	
	Promozione dell'internazionalizzazione	Numero eventi promozionali realizzati sull'internazionalizzazione			0,14	>=	12,00	16,00	<b>100,00%</b>	



	Livello dei servizi tecnici erogati per l'export (impresacard)	Numero servizi tecnici erogati per l'export			0,14	>=	500,00	840,00	<b>100,00%</b>	
	Percentuale delle imprese esportatrici che ottengono finanziamenti camerati	Numero imprese beneficiarie di contributi (mostre e fiere) per la partecipazione ad eventi di internazionalizzazione nell'anno / Numero imprese che fanno attività di export (da banca dati Italiancom)			0,14	>=	5,00%	4,54%	<b>90,87%</b>	
<b>4.2 FAVORIRE LA CREAZIONE DI UN SISTEMA INTEGRATO (SalernoSI) (OS11.)</b>					0,00	=				<b>100,00%</b>
	PROMOZIONE DEL TERRITORIO: n. eventi promozionali	PROMOZIONE DEL TERRITORIO: n. eventi promozionali			1,00	>=	12,00	16,00	<b>100,00%</b>	
<b>4.3 DEFINIRE POLITICHE DI ATTRAZIONE DEGLI INVESTIMENTI ESTERI (OS23.)</b>					0,00	=				<b>100,00%</b>
	Progetto Invest in Salerno: Attuazione di azioni per la promozione del sistema Salerno e di attrazione di investimenti	Progetto Invest in Salerno: Attuazione di azioni per la promozione del sistema Salerno e di attrazione di investimenti			1,00	=	100,00	100,00	<b>100,00%</b>	
<b>4.4 MIGLIORARE LA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE (OS24.)</b>					0,00	=				<b>100,00%</b>
	Vendita di spazi pubblicitari	Numero spazi pubblicitari venduti			1,00	>=	50,00	57,00	<b>100,00%</b>	
<b>4.5 POSIZIONARE IL TERRITORIO NEL CIRCUITO DEL TURISMO CONGRESSUALE E D'AFFARI (OS25.)</b>					0,00	=				<b>100,00%</b>
	Sale complessivamente noleggiate nell'anno (Centro congressuale Salerno Incontra)	Totale sale noleggiate nell'anno (centro congressuale Salerno Incontra)			1,00	>=	500,00	630,00	<b>100,00%</b>	
<b>5 CAPITALE UMANO, CULTURA E RESPONSABILITA' SOCIALE D'IMPRESA (AS5.)</b>					0,00	=				
<b>5.1 FAVORIRE L'APPRENDIMENTO LUNGO TUTTO L'ARCO DELLA VITA (OS26.)</b>					0,00	=				<b>100,00%</b>
	Realizzazione di un portale per la diffusione della cultura d'impresa (Polaris)	Realizzazione di un portale per la diffusione della cultura d'impresa (Polaris)			0,50	=	100,00	100,00	<b>100,00%</b>	
	Realizzazione di percorsi formativi	Realizzazione di percorsi formativi			0,50	=	100,00	100,00	<b>100,00%</b>	
<b>5.2 FAVORIRE L'EQUILIBRIO ATTUALE E FUTURO DEL MERCATO DEL LAVORO (OS12.)</b>					0,00	=				<b>100,00%</b>
	N. Partecipanti a corsi di formazione e seminari (Grado di partecipazione/affluenza)	N. Partecipanti al programma (iniziative, eventi, progetti, corsi formativi, seminari, fiere, ecc.)			0,50	>=	300,00	1581,00	<b>100,00%</b>	
	Attività promosse dalla CCIAA per aggiornamenti professionali	Numero corsi/seminari di aggiornamento professionale realizzati			0,50	>=	25,00	45,00	<b>100,00%</b>	
<b>5.3 RIDURRE LE BARRIERE ALL'INGRESSO NEL SISTEMA ECONOMICO LOCALE (OS13.)</b>					0,00	=				<b>100,00%</b>
	Numero iniziative istituzionali dell'Azienda Speciale Polaris a favore delle imprese	Numero iniziative formative/ informative realizzate			1,00	>=	10,00	15,00	<b>100,00%</b>	



<b>5.4 PROMUOVERE LA CULTURA D'IMPRESA AL FEMMINILE PER SUPERARE LE DISCRIMINAZIONI DI GENERE (OS14.)</b>					0,00	=				<b>100,00%</b>
	Affluenza ai seminari sulla imprenditorialità femminile	Numero partecipanti ai seminari per la promozione dell'imprenditoria femminile			1,00	>=	100,00	100,00	<b>100,00%</b>	
<b>6 SVILUPPO DEL SISTEMA TURISTICO (AS6.)</b>					0,00	=				
<b>6.1 DIVERSIFICARE L'OFFERTA TURISTICA SALERNITANA E MONITORARE L'ANDAMENTO DEL SETTORE TURISMO IN PROVINCIA DI SALERNO (OS15.)</b>					0,00	=				<b>100,00%</b>
	Aggiornamento dell'osservatorio sul turismo	Aggiornamento dell'osservatorio sul turismo			1,00	=	100,00	100,00	<b>100,00%</b>	
<b>6.2 AUMENTARE L'ATTRATTIVITA' TURISTICA DEL TERRITORIO (OS16.)</b>					0,00	=				<b>100,00%</b>
	Grado di utilizzo dei contributi stanziati per manifestazioni di attrazione turistica	Contributi erogati per manifestazioni di attrazione turistica (art. 12 L. 241/90) / Totale contributi stanziati per il settore turismo			0,50	>=	80,00%	95,98%	<b>100,00%</b>	
	Organizzazione di collettive in seno a manifestazioni fieristiche del settore turismo	numero collettive organizzate in seno a manifestazioni fieristiche del settore turismo			0,50	>=	2,00	2,00	<b>100,00%</b>	
<b>6.3 DESTAGIONALIZZARE I FLUSSI TURISTICI (OS17.)</b>					0,00	=				<b>100,00%</b>
	Sostegno della CCIAA al turismo in bassa stagione	Contributi erogati nell'anno			0,50	>=	1,00	1,18	<b>100,00%</b>	
	Flussi turistici previsti nell'anno	Flussi turistici			0,50	>=	5.200,00	7.042,00	<b>100,00%</b>	
<b>7 SVILUPPO DELLE INFRASTRUTTURE (AS7.)</b>					0,00	=				
<b>7.1 PROMUOVERE E MONITORARE PROGETTI INFRASTRUTTURALI (OS18.)</b>										<b>50,00%</b>
	Individuazione del partenariato tecnico per la gestione dello scalo aeroportuale.	Individuazione del partenariato tecnico per la gestione dello scalo aeroportuale			0,50	=	100,00	0,00	<b>0,00%</b>	
	Sviluppo turistico fascia litoranea tra Salerno e Capaccio: realizzazione della fase di interlocuzione con i soggetti istituzionali coinvolti (Comuni ecc.)	Realizzazione della fase di interlocuzione con i soggetti istituzionali coinvolti (Comuni ecc.)			0,50	=	100,00	100,00	<b>100,00%</b>	
<b>8 INNOVAZIONE E COMPETITIVITA' (AS8.)</b>					0,00	=				
<b>8.1 AUMENTARE L'INTERAZIONE TRA IL MONDO DELLA RICERCA E QUELLO DELLA PRODUZIONE (OS19.)</b>										<b>50,00%</b>



	Realizzazione azioni a sostegno dell'innovazione e della competitività di cui al Protocollo per la competitività del sistema Salerno	Realizzazione azioni a sostegno dell'innovazione e della competitività di cui al "Protocollo per la competitività del sistema Salerno"			0,50	=	100,00	100,00	<b>100,00%</b>	
	Costituzione di un Fondo per la creazione di spin-off	Costituzione di un Fondo per la creazione di spin-off			0,50	=	100,00	0,00	<b>0,00%</b>	
<b>8.2 AUMENTARE LA CAPACITA' DI INNOVAZIONE DELLE IMPRESE (OS20.)</b>										<b>100,00%</b>
	Attivazione dello sportello per l'innovazione	Attivazione dello sportello per l'innovazione			1,00	=	100,00	100,00	<b>100,00%</b>	

Come già evidenziato al punto 2.3 della presente relazione gli obiettivi strategici pienamente raggiunti corrispondono all'84,62% del totale mentre gli obiettivi parzialmente raggiunti corrispondono al 7,69% del totale e, infine, gli obiettivi non raggiunti corrispondono al restante 7,69%.



### 3.3 Aree, obiettivi e piani operativi

Con riferimento a ciascun obiettivo strategico si riportano i seguenti elementi degli obiettivi/piani operativi:

Programmi/Obiettivi	Indicatore	Misura	Stato 2012	Stato 2013	Peso		Target	Consuntivo	Performance KPI	Performance Obiettivo
<b>1 PUBBLICA AMMINISTRAZIONE VERSO LE IMPRESE: INFORMARE, INFORMATIZZARE E SEMPLIFICARE (AS1.)</b>					0,00	=				
<b>1.1.1 DIFFUSIONE, PROMOZIONE ED INFORMATIZZAZIONE DEI SERVIZI (PR1.)</b>					0,00	=				
<b>1.1.1.A DIFFUSIONE SUL TERRITORIO DEI SERVIZI CAMERALI ATTRAVERSO L'ICT E RETE DI SPORTELLI (OO1.)</b>					0,00	=				<b>99,42%</b>
<b>Proseguire nella gestione Suap (AZ1.)</b>					0,00	=				
	Grado di diffusione del SUAP	Numero di comuni in delega per il Suap	59	59	0,50	>=	103,00%	100%	<b>97,09%</b>	
	Numero iniziative formative-informative realizzate dalla CCIAA nell'anno	Numero iniziative organizzate/promosse dalla CCIAA			0,50	>=	2,00	9,00	<b>100,00%</b>	
<b>Gestire gli sportelli camerali decentrati sul territorio provinciale. (presso Comuni) (AZ3.)</b>					0,00	=				
	numero visite periodiche sulla sicurezza (D.Lgs. 81/2008)	numero visite periodiche sulla sicurezza (D.Lgs. 81/2008)			1,00	>=	1,00	2,00	<b>100,00%</b>	
<b>Realizzazione segnaletica stradale relativa alle sedi camerali sul territorio (AZ4.)</b>					0,00	=				
	Data di realizzazione dell'evento/iniziativa/attività	Data realizzazione iniziativa/evento/attività			1,00	<=	31/12/2013	11/03/2013	<b>100,00%</b>	
<b>Implementare e sviluppare gli sportelli decentrati sul territorio provinciale attivati con le Associazioni di categoria per l'erogazione dei servizi camerali (AZ5.)</b>					0,00	=				
	N. Sportelli attivati e gestiti dalle associazioni di categoria nell'anno	N. Sportelli attivati e gestiti nell'anno			1,00	>=	10,00	28,00	<b>100,00%</b>	
<b>1.1.1.B PROMUOVERE L'UTILIZZO DI SERVIZI INNOVATIVI (OO2.)</b>					0,00	=				<b>100,00%</b>
<b>Promuovere iniziative formative-informative alle Associazioni di categoria, e professionali, agenzie, sui servizi decentrati della CCIAA (ASSOCIAZIONI) (AZ7.)</b>					0,00	=				
	Numero iniziative formative-informative realizzate dalla CCIAA nell'anno	Numero iniziative organizzate/promosse dalla CCIAA			1,00	>=	3,00	8,00	<b>100,00%</b>	
<b>Favorire la conoscenza delle procedure e dell'organizzazione</b>					0,00	=				



<b>degli sportelli decentrati per incrementare la fruibilità dei servizi offerti da parte dell'utenza. (AZ9.)</b>	Corsi di formazione e seminari su Comunica/Suap/Bilanci/Telemaco	Numero corsi di formazione e seminari su Comunica/Suap/Bilanci/Telemaco			1,00	>=	5,00	20,00	<b>100,00%</b>	
<b>Promuovere la piattaforma VERIFICHE PA presso le altre PP.AA ed aderire alle reti burocratiche (AZ113.)</b>					0,00	=				
	Livello di collaborazione con altre PA (Certificazioni PP.AA.)	numero Enti con con i quali si dialoga tramite "Certificazioni PP.AA"			1,00	>=	20,00	130,00	<b>100,00%</b>	
<b>1.1.1.C INFORMATIZZAZIONE DEI SERVIZI E IMPIEGO SISTEMATICO DELLE TECNOLOGIE ICT (O03.)</b>					0,00	=				<b>100,00%</b>
<b>Mantenere nelle sedi camerali i totem informativi e gli internet point (wi-fi zone). (AZ10.)</b>					0,00	=				
	Data di abilitazione di ulteriori 2 access point	Data realizzazione iniziativa/evento/attività			1,00	<=	31/12/2013	02/02/2013	<b>100,00%</b>	
<b>Realizzare un call center per assistenza di primo e secondo livello, relativamente a R.I., Art, D.A. (AZ112.)</b>					0,00	=				
	Contatti telefonici tramite call center	Numero contatti telefonici tramite call center			0,50	>=	1.800,00	3.256,00	<b>100,00%</b>	
	Contatti telefonici di secondo livello (trasferiti dal call center) gestiti dalla Camera	Numero contatti di secondo livello (dal call center) gestiti dalla Camera			0,50	>=	660,00	1.245,00	<b>100,00%</b>	
<b>1.2.1 DEMATERIALIZZAZIONE DEI FLUSSI CARTACEI E RIDUZIONE DEI TEMPI DI LAVORAZIONE (PR2.)</b>					0,00	=				
<b>1.2.1.A DEMATERIALIZZAZIONE DEI FLUSSI CARTACEI (O04.)</b>					0,00	=				<b>88,89%</b>
<b>Estendere l'utilizzo della procedura di gestione e pagamento delle fatture e di XAC x ordinativi di spesa (AZ11.)</b>					0,00	=				
	Livello di impiego della procedura informatica per la liquidazione delle fatture.	Numero fatture liquidate attraverso la procedura informatica nell'anno / Totale fatture liquidate nell'anno			1,00	>=	1,00	1,00	<b>100,00%</b>	
<b>Sostituire progressivamente la documentazione cartacea con la documentazione informatica (AZ13.)</b>					0,00	=				
	Percentuale di realizzazione della dematerializzazione della documentazione cartacea	Percentuale di realizzazione			1,00	>=	15,00	10,00%	<b>66,67%</b>	
<b>Gestire il protocollo informatico per tutta la documentazione in entrata/uscita a/m PEC e E-mail (AZ14.)</b>					0,00	=				
	Grado di utilizzo della PEC e/o E-mail nelle comunicazioni interne.	Numero comunicazioni interne trasmesse tramite PEC e/o E-mail nell'anno / Numero totale comunicazioni interne trasmesse nell'anno (PEC e/o E-mail)			1,00	>=	1,00	1,00	<b>100,00%</b>	



<b>1.2.1.B RIDUZIONE DEI TEMPI DI LAVORAZIONE DELLE PRATICHE (OO12.)</b>				0,00	=				<b>88,31%</b>
<b>Velocizzare e ottimizzare i tempi di gestione delle pratiche (AZ27.)</b>	Rispetto dei tempi di evasione (5 giorni) delle pratiche Registro Imprese	Pratiche del Registro Imprese ricevute nell'anno ed evase entro 5 giorni dal loro ricevimento / Pratiche del Registro Imprese ricevute nell'anno		0,25	>=	33,00%	42,32%	<b>100,00%</b>	
	Tasso di sospensione delle pratiche Registro Imprese	Pratiche del Registro Imprese con almeno una gestione correzione nell'anno / Pratiche del Registro Imprese evase nell'anno		0,25	<=	19,00%	18,67%	<b>100,00%</b>	
	Tempi medi di lavorazione delle pratiche telematiche Registro Imprese (senza sospensione).	Tempi di lavorazione delle pratiche telematiche evase nell'anno (pratiche senza sospensione) / Pratiche telematiche evase nell'anno		0,25	<=	4,00	13,40	<b>29,85%</b>	
	Tempi medi di lavorazione delle pratiche telematiche Registro Imprese (con almeno 1 sospensione).	Tempi di lavorazione delle pratiche telematiche evase nell'anno (con almeno 1 sospensione) / Pratiche telematiche evase nell'anno		0,25	<=	27,00	18,20	<b>100,00%</b>	
				0,00	=				
<b>Predisporre la guida bilanci per la compilazione delle pratiche (AZ29.)</b>	Realizzazione dell'Evento/Iniziativa/Attività prevista dall'azione	Realizzazione dell'Evento/Iniziativa/Attività prevista dall'azione		1,00	=	100,00	100,00	<b>100,00%</b>	
				0,00	=				
<b>Aggiornare costantemente la sezione sul sito WEB del Registro Imprese (AZ30.)</b>	Realizzazione della pubblicazione sul sito web dell'Ente degli aggiornamenti relativi al Registro delle Imprese	Aggiornamento continuo, sul sito web dell'Ente, della sezione Registro Imprese		1,00	=	100,00	100,00	<b>100,00%</b>	
				0,00	=				
<b>1.3.1 POTENZIARE L'INFORMAZIONE ECONOMICO-STATISTICA (PR18.)</b>				0,00	=				
<b>1.3.1.A VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO INFORMATIVO CAMERALE COSTITUITO DAL REGISTRO IMPRESE E BANCHE DATI (OO38.)</b>				0,00	=				<b>100,00%</b>
<b>Pulire a aggiornare costantemente il database del Registro Imprese (AZ82.)</b>				0,00	=				
	Cancellazioni realizzate nell'anno	Numero cancellazioni effettuate		1,00	>=	500,00	1.195,00	<b>100,00%</b>	
<b>Miglioramento qualità</b>				0,00	=				



<b>banche dati anagrafiche: eliminazione dati obsoleti (AZ83.)</b>	Grado di conclusione dei procedimenti di cancellazione avviati con il progetto Qualità del R.I. (tra il 2011 ed il 2012)	Numero cancellazioni effettuate / Numero procedimenti di cancellazione avviati con il progetto Qualità R.I. tra il 2011 ed il 2012			1,00	>=	5,00%	8,74%	<b>100,00%</b>	
<b>1.3.1.B PROSEGUIRE LE ATTIVITA' DI MONITORAGGIO ECONOMICO E SISTEMATIZZARE L'INFORMAZIONE STATISTICA (O039.)</b>					0,00	=				<b>100,00%</b>
<b>Fornire statistiche e dati in modo puntuale e fruibile (AZ86.)</b>					0,00	=				
	Report di interesse economico-statistico prodotti	Report di interesse economico-statistico prodotti nell'anno			1,00	>=	16,00	18,00	<b>100,00%</b>	
<b>Proseguire con le attività di monitoraggio economico realizzate con l'osserv.economico e osserv.turismo (AZ91.)</b>					0,00	=				
	NUMERO INDAGINI SU SPECIFICI TEMI REALIZZATE NELL'ANNO (AD ES: FOCUS SETTORIALI SU CREDITO, COSTRUZIONI, MERCATO DEL LAVORO, ENERGIA)	numero di indagini su specifici temi realizzate nell'anno			1,00	>=	2,00	6,00	<b>100,00%</b>	
<b>1.3.1.C CREARE MOMENTI DI CONFRONTO E INFORMAZIONE PUBBLICA ANCHE IN COLLABORAZIONE CON PARTNER ISTITUZIONALI (O040.)</b>					0,00	=				<b>100,00%</b>
<b>Creare momenti di confronto e informazione pubblica (giornata dell'economia) o tramite il sito web (AZ92.)</b>					0,00	=				
	DATA DI REALIZZAZIONE DELLA GIORNATA DELL'ECONOMIA	data realizzazione della giornata dell'economia			0,50	<=	15/06/2013	14/06/2013	<b>100,00%</b>	
	NUMERO AGGIORNAMENTI DELLA SEZIONE ECONOMICO-STATISTICA DEL SITO WEB EFFETTUATI NEL CORSO DELL'ANNO	numero aggiornamenti sezione del sito web realizzati nell'anno			0,50	>=	16,00	16,00	<b>100,00%</b>	
<b>sostenere/aggiornare il portale statistico e di MKT Salerno (AZ93.)</b>					0,00	=				
	NUMERO CONTATTI REALIZZATI NELL'ANNO (SU SITI, PORTALI WEB ECC.)	numero contatti realizzati nell'anno (web)	4250	5254	1,00	>=	1,00	1,24	<b>100,00%</b>	
<b>1.4.1 POTENZIARE LA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE E GARANTIRE L'ACCOUNTABILITY VERSO L'ESTERNO (PR3.)</b>					0,00	=				
<b>1.4.1.A POTENZIARE LA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE E RENDERE PIU' EFFICACE IL DIALOGO COL TERRITORIO (O05.)</b>					0,00	=				<b>95,76%</b>
<b>Proseguire con la pubblicazione della rivista ufficiale della CCIAA "Il Follaro" (AZ17.)</b>					0,00	=				
	Pubblicazione annuale della rivista ufficiale della CCIAA il Follaro	Data realizzazione pubblicazione annuale del "Follaro"			1,00	<=	31/12/2013	28/10/2013	<b>100,00%</b>	



<b>Migliorare il sito istituzionale (AZ96.)</b>					0,00	=				
	Grado di interesse alle informazioni presenti sul sito istituzionale	Tempo medio di permanenza sul sito camerale			1,00	>=	100,00%	101,20%	<b>100,00%</b>	
<b>Organizzare e promuovere eventi di rappresentanza (AZ97.)</b>					0,00	=				
	Numero eventi di rappresentanza organizzati dalla CCIAA	Numero iniziative organizzate/promosse dalla CCIAA			1,00	>=	2,00	6,00	<b>100,00%</b>	
<b>Predisporre annualmente il Piano di Comunicazione (AZ98.)</b>					0,00	=				
	Predisposizione del piano di comunicazione	data di predisposizione del piano di comunicazione			1,00	<=	31/12/2013	20/12/2013	<b>100,00%</b>	
<b>Valorizzare la biblioteca camerale (AZ124.)</b>					0,00	=				
	Grado di affluenza alla Biblioteca camerale.	Numero utenti che accedono alla Biblioteca	350	331	1,00	>=	1,20	0,95	<b>78,81%</b>	
<b>1.4.1.B GARANTIRE L'EFFETTIVA ACCOUNTABILITY VERSO L'ESTERNO (OO6.)</b>					0,00	=				<b>84,85%</b>
<b>Attuazione del Piano triennale della trasparenza (AZ18.)</b>					0,00	=				
	Attuazione e rispetto del Piano della Trasparenza	Numero attività del Piano della trasparenza realizzate nell'anno / Numero di attività del Piano della trasparenza previste nell'anno			1,00	>	100,00	84,85%	<b>84,85%</b>	
<b>1.4.1.C POTENZIARE IL RUOLO DELL'U.R.P. E UFFICIO STAMPA QUALE GARANZIA DEL DIRITTO DI INFORMAZIONE E DI TRASPARENZA (OO13.)</b>					0,00	=				<b>100,00%</b>
<b>Proseguire il progetto CRM (Ciao Impresa): qualificare la banca dati quale patrimonio comune a tutti gli uffici (AZ109.)</b>					0,00	=				
	Estendere l'utilizzo della banca dati CRM a tutti gli uffici della Camera.	numero uffici coinvolti nel progetto CRM (alimentazione del database) nell'anno / Numero totale uffici della Camera (da coinvolgere nel progetto CRM)			0,50	>=	100,00%	100,00%	<b>100,00%</b>	
	Grado di realizzazione del CRM	N. Imprese qualificate nella banca dati CRM / N. totale delle imprese da qualificare nella banca dati CRM			0,50	>=	12,00%	13,72%	<b>100,00%</b>	
<b>Realizzare con periodicità le indagini di customer satisfaction (AZ110.)</b>					0,00	=				
	Realizzazione dell'indagine di customer satisfaction	data di realizzazione indagine di customer satisfaction			1,00	<=	31/12/2013	31/12/2013	<b>100,00%</b>	
<b>Migliorare la qualità della</b>					0,00	=				



<b>banca dati CRM: eliminare dati obsoleti (AZ32.)</b>	Grado di pulizia della banca dati CRM	N. mail inviate con utilizzo del CRM che non raggiungono il destinatario / N. mail inviate con l'utilizzo del CRM			1,00	<=	65,00%	38,62%	<b>100,00%</b>	
<b>Potenziare il contatto con l'utenza e migliorare gli standard di qualità raggiunti (AZ122.)</b>					0,00	=				
	Livello di soddisfazione dell'utenza rilevato attraverso i reclami	Numero di Reclami			1,00	<=	3,00	0,00	<b>100,00%</b>	
<b>1.5.1 OTTIMIZZAZIONE DELLE RISORSE DISPONIBILI (PR4.)</b>					0,00	=				
<b>1.5.1.A RAZIONALIZZAZIONE NELL'ACQUISTO DI BENI/SERVIZI E OTTIMIZZAZIONE DELLE RISORSE DISPONIBILI (007.)</b>					0,00	=				<b>100,00%</b>
<b>Predisporre un piano di lavoro triennale per interventi di recupero e risparmio energetico delle sedi camerali (AZ20.)</b>					0,00	=				
	Grado di realizzazione del piano annuale dei lavori.	Ammontare importo lavori realizzati / Importo lavori previsti (Piano Annuale Lavori)			1,00	>=	85,00%	85,07%	<b>100,00%</b>	
<b>Gestione multifunzionale delle fotocopiatrici (AZ120.)</b>					0,00	=				
	Postazioni Multifunzionali gestite (stampanti multifunzione)	Numero postazioni multifunzionali gestite			1,00	>=	6,00	13,00	<b>100,00%</b>	
<b>1.5.1.B SOSTENERE IL LIVELLO DI RECUPERO DEL DIRITTO ANNUALE MEDIANTE OPPOSIZIONE AI RICORSI TRIBUTARI (0054.)</b>					0,00	=				<b>91,62%</b>
<b>qualità dell'azione di rappresentanza in giudizio nei diversi gradi di giudizio tributario (AZ156.)</b>					0,00	=				
	Percentuale di discussioni vinte (giudizi tributari)	numero discussioni vinte (giudizi tributari) / numero di ricorsi notificati alla Camera			1,00	>=	90,00%	82,46%	<b>91,62%</b>	
<b>1.6.1 MIGLIORARE LA COMUNICAZIONE INTERNA E LA FORMAZIONE DEL PERSONALE (PR5.)</b>					0,00	=				
<b>1.6.1.A MIGLIORARE LA COMUNICAZIONE INTERNA E IL BENESSERE ORGANIZZATIVO (009.)</b>					0,00	=				<b>50,00%</b>
<b>Gestire strumenti informatici per la gestione dello straordinario (AZ23.)</b>					0,00	=				
	Eliminazione delle richieste cartacee nella gestione del personale camerale	Data realizzazione iniziativa/evento/attività			1,00	<=	31/12/2013		<b>0,00%</b>	
<b>Gestire la cartella comune</b>					0,00	=				



<b>per la condivisione dei documenti (AZ115.)</b>	Interventi di configurazione sul Server delle cartelle comuni per la condivisione dei documenti	Numero interventi di configurazione sul Server delle cartelle comuni per la condivisione dei documenti			1,00	>=	5,00	30,00	<b>100,00%</b>	
<b>1.6.1.B GARANTIRE LA FORMAZIONE A TUTTO IL PERSONALE CAMERALE (OO10.)</b>					0,00	=				<b>0,00%</b>
<b>Ricezione di proposte formative predisposte dai dirigenti con il coinvolgimento del personale (AZ117.)</b>					0,00	=				
	Realizzazione prototipo Piano formativo del personale	Realizzazione prototipo Piano formativo			1,00	=	100,00	0,00	<b>0,00%</b>	
<b>1.7.1 MONITORAGGIO INIZIATIVE PROMOZIONALI - RAZIONALIZZAZIONE E OTTIMIZZAZIONE DEI PROCESSI DI PIANIFICAZIONE FINANZIARIA (PR6.)</b>					0,00	=				
<b>1.7.1.A RAZIONALIZZARE LA PROGRAMMAZIONE DELLE ATTIVITA' PER OTTIMIZZARE LA PRODUTTIVITA' DEL LAVORO (OO11.)</b>					0,00	=				<b>33,33%</b>
<b>Proseguire la sperimentazione del Bilancio di Genere (2 prototipo) (AZ34.)</b>					0,00	=				
	Livello di realizzazione del Bilancio di genere.	Realizzazione secondo prototipo del Bilancio di Genere			0,50	=	1,00		<b>0,00%</b>	
	Data di realizzazione dell'evento/iniziativa/attività	Data realizzazione iniziativa/evento/attività			0,50	<=	31/12/2013		<b>0,00%</b>	
<b>Misurare le performance camerali (AZ99.)</b>					0,00	=				
	Report realizzati nell'anno per il monitoraggio	Numero report realizzati per il monitoraggio			1,00	>=	2,00	2,00	<b>100,00%</b>	
<b>1.7.1.B POTENZIARE IL MONITORAGGIO DELLE INIZIATIVE PROMOZIONALI REALIZZATE DALLA CAMERA DI COMMERCIO (OO56.)</b>					0,00	=				<b>100,00%</b>
<b>Misurare l'outcome prodotto dagli interventi promozionali realizzati dalla CCIAA attraverso rilevazioni ad hoc (AZ171.)</b>					0,00	=				
	Ritorno, in termini di fatturato, alle imprese in relazione alla loro partecipazione a manifestazioni fieristiche	Sommatoria fatturati realizzati dalle imprese in relazione alla partecipazione a manifestazioni fieristiche / Contributi erogati alle imprese partecipanti a manifestazioni fieristiche			1,00	>=	3,00	10,83	<b>100,00%</b>	
<b>2 TRASPARENZA, TUTELA DEL MERCATO E GIUSTIZIA ALTERNATIVA (AS2.)</b>					0,00	=				



<b>2.1.1 POTENZIARE LE ATTIVITA' DI ASSISTENZA NEI CONFRONTI DELLE IMPRESE, EFFETTUARE INFORMAZIONE A TUTELA DI CONSUMATORI ED UTENTI, PROMUOVERE LA CONOSCENZA DI CONCILIAZIONE E ARBITRATO (PR19.)</b>				0,00	=				
<b>2.1.1.A SVILUPPARE LE ATTIVITA' DI ASSISTENZA NEI CONFRONTI DELLE IMPRESE (OO42.)</b>				0,00	=				<b>75,00%</b>
<b>Effettuare prelievi di campioni per l'analisi presso laboratori autorizzati per accertamenti di eventuali non conformità (AZ89.)</b>	Numero ispezioni sulla sicurezza prodotti realizzate nell'anno	Numero ispezioni effettuate nell'anno		0,50	>=	175,00	300,00	<b>100,00%</b>	
	Numero ispezioni metriche realizzate nell'anno	Numero ispezioni effettuate nell'anno		0,50	>=	95,00	270,00	<b>100,00%</b>	
<b>Ampliare sul sito camerale l'area espressamente dedicata alla sicurezza dei prodotti con particolare attenzione alla prevenzione della non conformità (AZ90.)</b>				0,00	=				
	Aggiornamento sul sito camerale della sezione dedicata alla sicurezza dei prodotti	Data di aggiornamento della sezione dedicata del sito internet		1,00	<=	31/12/2013	31/05/2013	<b>100,00%</b>	
<b>Garantire piena assistenza alle imprese (prod./importatori) sulla base degli esiti delle analisi di laboratorio sugli oggetti controllati (giocattoli-materiale elettrico-prodotti tessili-strumenti MID) (AZ126.)</b>				0,00	=				
	Analisi di laboratorio effettuate su oggetti controllati (Ufficio Metrico)	numero analisi di laboratorio effettuate su oggetti controllati		1,00	>=	4,00	0,00	<b>0,00%</b>	
<b>2.1.1.B PROMOZIONE DI FORME DI CONTROLLO SULLA PRESENZA DI CLAUSOLE INIQUHE INSERITE NEI CONTRATTI (OO45.)</b>				0,00	=				<b>0,00%</b>
<b>Avviare le procedure per costituire commissioni tecniche per rilevare clausole inique e vessatorie(AZ127.)</b>				0,00	=				
	Avvio procedure per la costituzione delle commissioni tecniche per la rilevazione di clausole inique e vessatorie	Avvio procedure per la costituzione delle commissioni tecniche per la rilevazione di clausole inique e vessatorie		1,00	=	100,00	0,00	<b>0,00%</b>	
<b>2.1.1.C EFFETTUARE ATTIVITA' DI INFORMAZIONE A TUTELA DI CONSUMATORI ED UTENTI (OO43.)</b>				0,00	=				<b>0,00%</b>
<b>Monitorare i fenomeni che interessano consumatore e con UNISA studi, ricerche e formazione (AZ103.)</b>				0,00	=				
	Data di avvio attività di informazione (a tutela dei consumatori ed utenti)	Data di avvio attività di informazione (a tutela dei consumatori ed utenti)		1,00	<=	31/12/2013		<b>0,00%</b>	



<b>2.1.1.D PROMOZIONE DELLA CONOSCENZA DEGLI STRUMENTI DELLA CONCILIAZIONE E DELL'ARBITRATO (OO44.)</b>					0,00	=					<b>60,66%</b>
<b>Attività informativa e promozionale sulla mediazione (AZ104.)</b>	Data di avvio dell'attività informativa e promozionale sulla mediazione	Data di avvio dell'attività informativa e promozionale sulla mediazione			1,00	<=	31/12/2013	01/06/2013		<b>100,00%</b>	
<b>Avviare la formazione per mediatori/conciliatori in collaborazione con Atenei ed altre Istituzioni (AZ105.)</b>	Presenza di conciliatori/mediatori alle giornate di formazione e aggiornamento	Numero conciliatori/mediatori che hanno partecipato alle giornate di formazione e aggiornamento			1,00	>=	40,00	0,00		<b>0,00%</b>	
<b>Informatizzare i procedimenti di mediazione/conciliazione mediante attivazione del canale telematico on-line (AZ106.)</b>	Grado di informatizzazione delle istanze di conciliazione/mediazione tramite il canale telematico on-line	Istanze di conciliazione/mediazione inoltrate tramite il canale telematico on-line / Totale istanze di conciliazione/mediazione inoltrate alla Camera nell'anno			1,00	>=	20,00%	16,39%		<b>81,97%</b>	
<b>3 CREDITO E FINANZA (AS3.)</b>					0,00	=					
<b>3.1.1 MIGLIORARE IL MONITORAGGIO DEL SISTEMA FINANZIARIO LOCALE x FAVORIRE L'ACCESSO AL CREDITO (PR20.)</b>					0,00	=					
<b>3.1.1.A MIGLIORARE IL MONITORAGGIO DEL SISTEMA FINANZIARIO LOCALE x FAVORIRE L'ACCESSO AL CREDITO (OO46.)</b>					0,00	=					<b>100,00%</b>
<b>Pubblicare le condizioni economiche praticate dagli Organismi di Garanzia Fidi sul territorio prov. (AZ132.)</b>	Pubblicazione sul sito web delle condizioni economiche praticate dai Confidi	Pubblicazione sul sito web delle condizioni economiche praticate dai Confidi			1,00	=	100,00	100,00		<b>100,00%</b>	
<b>3.1.1.B FAVORIRE L'ACCESSO AL CREDITO DELLE DONNE IMPRENDITRICI (OO53.)</b>					0,00	=					<b>100,00%</b>
<b>Contributi alle imprese femminili attraverso i Confidi (AZ155.)</b>	Numero finanziamenti ottenuti da imprenditrici su contributi CCIAA ai Confidi	Numero finanziamenti ottenuti da imprenditrici su contributi CCIAA ai Confidi			1,00	>=	15,00	109,00		<b>100,00%</b>	
<b>3.2.1 ABBATTERE IL COSTO DEI FINANZIAMENTI BANCARI (PR21.)</b>					0,00	=					
<b>3.2.1.A ABBATTERE IL COSTO DEI FINANZIAMENTI BANCARI ATTRAVERSO L'EROGAZIONE DI</b>					0,00	=					<b>100,00%</b>



<b>CONTRIBUTI (0047.)</b>									
<b>Erogare contributi alle imprese tramite i Confidi (AZ133.)</b>				0,00	=				
Percentuale utilizzo risorse previste per un programma/iniziativa	Risorse destinate a consuntivo per una determinata iniziativa / Risorse destinate a preventivo per una determinata iniziativa			1,00	>=	100,00%	100,00%	<b>100,00%</b>	
<b>3.3.1 FAVORIRE L'ACCESSO AL CREDITO (PR7.)</b>				0,00	=				
<b>3.3.1.A FAVORIRE L'ACCESSO AL CREDITO MEDIANTE IL RAFFORZAMENTO DEL FONDO RISCHI (0017.)</b>				0,00	=				<b>100,00%</b>
<b>Istituire uno sportello informativo sul microcredito (AZ44.)</b>				0,00	=				
Istituzione di uno sportello informativo sul microcredito	Istituzione di uno sportello informativo sul microcredito			1,00	=	100,00	100,00	<b>100,00%</b>	
<b>Erogare contrib.x rafforzamento Fondi Rischi per favorire l'accesso al credito alle imprese export (AZ158.)</b>				0,00	=				
Percentuale utilizzo risorse previste per un programma/iniziativa	Risorse destinate a consuntivo per una determinata iniziativa / Risorse destinate a preventivo per una determinata iniziativa			1,00	>=	100,00%	100%	<b>100,00%</b>	
<b>4 INTERNAZIONALIZZAZIONE E MARKETING TERRITORIALE PER MEGLIO COMUNICARE E MEGLIO RELAZIONARE (AS4.)</b>				0,00	=				
<b>4.1.1 FAVORIRE L'INTERNAZIONALIZZAZIONE (PR8.)</b>				0,00	=				
<b>4.1.1.A PROMOZIONE DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE ANCHE TRAMITE L'ORGANIZZAZIONE DI EVENTI DI PORTATA NAZIONALE ED INTERNAZIONALE (0019.)</b>				0,00	=				<b>100,00%</b>
<b>Organizzare collettive camerali in seno a manifestazioni fieristiche in Italia e all'estero di particolare rilevanza (AZ48.)</b>				0,00	=				
Eventi di internazionalizzazione (collettive) organizzati dalla Camera	numero collettive organizzate dalla Camera			0,50	>=	6,00	8,00	<b>100,00%</b>	
Imprese che fruiscono di contributi x collettive o che partecipano a collettive camerali organizzate dalla Camera	Numero imprese che fruiscono di contributi o partecipano a collettive camerali organizzate dalla Camera			0,50	>=	190,00	304,00	<b>100,00%</b>	
<b>Fornire informazioni</b>				0,00	=				



<b>economiche in ambito internazionale (Enterprise Europe Network) (AZ51.)</b>	Livello di erogazione di servizi informativi sull'internazionalizzazione (Punto operativo R.C.E.E.N.)	Numero servizi informativi erogati alle imprese (Punto operativo R.C.E.E.N.)			1,00	>=	300,00	345,00	<b>100,00%</b>	
<b>Consolidamento del posizionamento della banca dati ITALIANCOM (AZ52.)</b>					0,00	=				
	Incremento delle posizioni Italiancom	Numero posizioni Italiancom	1841	2091	0,50	>=	1,02	1,14	<b>100,00%</b>	
	Grado di utilizzo dei servizi informativi (Italiancom - richieste evase)	Numero accessi ai servizi informativi Italiancom (richieste evase)			0,50	>=	830,00	945,00	<b>100,00%</b>	
<b>Posizionare le imprese sui mercati esteri (Promoexport) (AZ53.)</b>					0,00	=				
	PROMOEXPORT: eventi promozionali realizzati	PROMOEXPORT: eventi promozionali realizzati			1,00	>=	30,00	42,00	<b>100,00%</b>	
<b>Migliorare la performance delle imprese sui mercati esteri (Impresacard) (AZ134.)</b>					0,00	=				
	IMPRESACARD: servizi tecnici per l'export	IMPRESACARD: servizi tecnici per l'export			1,00	>=	500,00	840,00	<b>100,00%</b>	
<b>Incentivare la creazione e lo sviluppo di Consorzi per l'in (AZ161.)</b>					0,00	=				
	Sviluppo di Consorzi per l'export: implementazione di politiche tese a favorire l'aggregazione tra imprese.	implementazione di politiche export tese a favorire l'aggregazione tra imprese			1,00	=	100,00	100,00	<b>100,00%</b>	
<b>Organizzare specifici progetti di internazionalizzazione, MKT territoriale e comunicazione (AZ162.)</b>					0,00	=				
	specifici progetti di internazionalizzazione, MKT territoriale e comunicazione realizzati	numero specifici progetti di internazionalizzazione / MKT territoriale / comunicazione			1,00	>=	29,00	32,00	<b>100,00%</b>	
<b>4.1.1.B SOSTEGNO ALL'INTERNAZIONALIZZAZIONE ATTRAVERSO LA CONCESSIONE DI CONTRIBUTI (OO20.)</b>					0,00	=				<b>90,87%</b>
<b>Erogare contributi alle imprese per la partecipazione a mostre e fiere in Italia e all'estero (AZ56.)</b>					0,00	=				
	Percentuale delle imprese esportatrici che ottengono finanziamenti camerali	Numero imprese beneficiarie di contributi (mostre e fiere) per la partecipazione ad eventi di internazionalizzazione nell'anno / Numero imprese che fanno attività di export (da banca dati Italiancom)			1,00	>=	5,00%	4,54%	<b>90,87%</b>	
<b>4.2.1 AZIENDA SPECIALE INTERTRADE: SVILUPPO DI UN SISTEMA INTEGRATO "SalernoSI" (PR9.)</b>					0,00	=				
<b>4.2.1.A VALORIZZARE IL TERRITORIO IN UN'OTTICA INTEGRATA TRA TURISMO, COMMERCIO, ARTIGIANATO, PRODOTTI TIPICI ED ARTE (OO21.)</b>					0,00	=				<b>100,00%</b>
	<b>Posizionare e valorizzare il</b>				0,00	=				



<b>territorio in ambito nazionale ed internazionale (Prom.del territorio) (AZ159.)</b>	PROMOZIONE DEL TERRITORIO: n. eventi promozionali	PROMOZIONE DEL TERRITORIO: n. eventi promozionali			1,00	>=	12,00	16,00	<b>100,00%</b>	
<b>4.2.1.B IMPLEMENTARE UN EFFICACE APPROCCIO DI MARKETING SUI PRODOTTI TIPICI LOCALI CHE VALORIZZI IL CONSUMATORE/TURISTA ESIGENTE (OO22.)</b>					0,00	=				<b>100,00%</b>
<b>Istituire un centro di promozione delle eccellenze produttive salernitane, agricole e artigiane (AZ160.)</b>					0,00	=				
	Data di realizzazione dell'evento/iniziativa/attività	Data realizzazione iniziativa/evento/attività			1,00	<=	31/12/2013	06/09/2013	<b>100,00%</b>	
<b>4.3.1 DEFINIRE POLITICHE DI ATTRAZIONE DEGLI INVESTIMENTI ESTERI (PR24.)</b>					0,00	=				
<b>4.3.1.A DEFINIRE POLITICHE DI ATTRAZIONE DEGLI INVESTIMENTI ESTERI (OO50.)</b>					0,00	=				<b>100,00%</b>
<b>Proseguire e potenziare il progetto Invest in Salerno attivato d'intesa con la fondazione CARISAL (AZ139.)</b>					0,00	=				
	Progetto Invest in Salerno: Attuazione di azioni per la promozione del sistema Salerno e di attrazione di investimenti	Progetto Invest in Salerno: Attuazione di azioni per la promozione del sistema Salerno e di attrazione di investimenti			1,00	=	100,00	100,00	<b>100,00%</b>	
<b>4.4.1 MIGLIORARE LA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE (PR22.)</b>					0,00	=				
<b>4.4.1.A MIGLIORARE LA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE (OO48.)</b>					0,00	=				<b>100,00%</b>
<b>Rafforzare la comunicazione esterna della Holding Camerale (AZ136.)</b>					0,00	=				
	Potenziamento degli strumenti di comunicazione informatica quali i siti Internet e le newsletter, nonché rafforzamento del posizionamento delle attuali pubblicazioni	Potenziamento degli strumenti di comunicazione informatica quali i siti Internet e le newsletter, nonché rafforzamento del posizionamento delle attuali pubblicazioni			1,00	=	100,00	100,00	<b>100,00%</b>	
<b>Revisionare la funzione editoriale della Camera (AZ137.)</b>					0,00	=				
	Vendita di spazi pubblicitari	Numero spazi pubblicitari venduti			1,00	>=	50,00	57,00	<b>100,00%</b>	
<b>4.5.1 POSIZIONARE IL TERRITORIO NEL CIRCUITO DEL TURISMO CONGRESSUALE E D'AFFARI (PR23.)</b>					0,00	=				
<b>4.5.1.A POSIZIONARE IL TERRITORIO NEL CIRCUITO DEL TURISMO CONGRESSUALE E D'AFFARI (OO49.)</b>					0,00	=				<b>100,00%</b>



<b>Potenziare il centro congressuale Salerno Incontra (AZ138.)</b>				0,00	=				
	Sale complessivamente noleggiate nell'anno (Centro congressuale Salerno Incontra)	Totale sale noleggiate nell'anno (centro congressuale Salerno Incontra)		1,00	>=	500,00	630,00	<b>100,00%</b>	
<b>5 CAPITALE UMANO, CULTURA E RESPONSABILITA' SOCIALE D'IMPRESA (AS5.)</b>				0,00	=				
<b>5.1.1 FAVORIRE L'APPRENDIMENTO LUNGO TUTTO L'ARCO DELLA VITA (PR25.)</b>				0,00	=				
<b>5.1.1.A FAVORIRE L'APPRENDIMENTO LUNGO TUTTO L'ARCO DELLA VITA (0051.)</b>				0,00	=				<b>100,00%</b>
<b>Diffusione del patrimonio statistico e delle competenze dell'Università Telematica delle CCIAA (AZ141.)</b>				0,00	=				
	Realizzazione di un portale per la diffusione della cultura d'impresa (Polaris)	Realizzazione di un portale per la diffusione della cultura d'impresa (Polaris)		1,00	=	100,00	100,00	<b>100,00%</b>	
<b>Organizzare percorsi formativi qualificati in collaborazione con "Universitas Mercatorum" (AZ142.)</b>				0,00	=				
	Realizzazione di percorsi formativi	Realizzazione di percorsi formativi		1,00	=	100,00	100,00	<b>100,00%</b>	
<b>5.2.1 FAVORIRE L'EQUILIBRIO ATTUALE E FUTURO DEL MERCATO DEL MERCATO DEL LAVORO (PR10.)</b>				0,00	=				
<b>5.2.1.A FAVORIRE L'EQUILIBRIO ATTUALE E FUTURO DEL MERCATO DEL MERCATO DEL LAVORO (0025.)</b>				0,00	=				<b>100,00%</b>
<b>Iniziative di formazione nel settore dei trasporti (AZ163.)</b>				0,00	=				
	Numero iniziative formative-informative realizzate dalla CCIAA nell'anno	Numero iniziative organizzate/promosse dalla CCIAA		1,00	>=	2,00	2,00	<b>100,00%</b>	
<b>Organizzare seminari di aggiornamento professionale non solo per imprenditori e loro dipendenti (AZ164.)</b>				0,00	=				
	N. Partecipanti a corsi di formazione e seminari (Grado di partecipazione/affluenza)	N. Partecipanti al programma (iniziative, eventi, progetti, corsi formativi, seminari, fiere, ecc.)		0,50	>=	300,00	1.581,00	<b>100,00%</b>	
	Attività promosse dalla CCIAA per aggiornamenti professionali	Numero corsi/seminari di aggiornamento professionale realizzati		0,50	>=	25,00	45,00	<b>100,00%</b>	
<b>5.3.1 RIDURRE LE BARRIERE ALL'INGRESSO NEL SISTEMA ECONOMICO LOCALE (PR26.)</b>				0,00	=				
<b>5.3.1.A RIDURRE LE BARRIERE ALL'INGRESSO NEL SISTEMA ECONOMICO LOCALE (0052.)</b>				0,00	=				<b>100,00%</b>



<b>Attivare un servizio di orientamento e prima consulenza per aspiranti imprenditori (AZ146.)</b>				0,00	=				
	Realizzare un portale per la prima assistenza ad aspiranti imprenditori (Polaris)	Realizzare un portale per la prima assistenza ad aspiranti imprenditori (Polaris)		1,00	=	100,00	100,00	<b>100,00%</b>	
<b>5.4.1 SUPPORTO ALLA CREAZIONE E PROMOZIONE DELL'IMPRENDITORIA FEMMINILE (PR11.)</b>				0,00	=				
<b>5.4.1.A ACCRESCERE IL LIVELLO DI INFORMAZIONE E CONOSCENZA DEL MONDO IMPRENDITORIALE FEMMINILE (OO28.)</b>				0,00	=				<b>100,00%</b>
<b>Premio Venere d'Oro - Edizione 2012/2013/2014, partecipazione a manifestazioni di genere e a convegni nazionali ed internazionali (AZ108.)</b>	Affluenza ai seminari sulla imprenditorialità femminile	Numero partecipanti ai seminari per la promozione dell'imprenditoria femminile		0,00	=				
				0,50	>=	100,00	100,00	<b>100,00%</b>	
	Imprese femminili premiate all'interno dell'iniziativa premio Venere d'Oro	imprese femminili premiate (Premio Venere d'Oro)		0,50	>=	5,00	10,00	<b>100,00%</b>	
<b>6 SVILUPPO DEL SISTEMA TURISTICO (AS6.)</b>				0,00	=				
<b>6.1.1 Marketing territoriale turistico (PR12.)</b>				0,00	=				
<b>6.1.1.A ATTIVITA' DELL'OSSERVATORIO TURISTICO (OO29.)</b>				0,00	=				<b>100,00%</b>
<b>Proseguire nelle attività dell'Osservatorio sul turismo (AZ67.)</b>				0,00	=				
	Aggiornamento dell'osservatorio sul turismo	Aggiornamento dell'osservatorio sul turismo		1,00	=	100,00	100,00	<b>100,00%</b>	
<b>6.1.1.B EROGARE CONTRIBUTI AD OPERATORI DEL CHARTER NAUTICO (OO30.)</b>				0,00	=				<b>91,56%</b>
<b>Erogare contributi a operatori del charter nautico (AZ69.)</b>				0,00	=				
	livello di erogazione di contributi ad operatori del charter nautico	Risorse destinate a consuntivo per una determinata iniziativa / Risorse destinate a preventivo per una determinata iniziativa		1,00	>=	90,00%	82,40%	<b>91,56%</b>	
<b>6.2.1 ATTRATTIVITA' TURISTICA DEL TERRITORIO (PR13.)</b>				0,00	=				
<b>6.2.1.A ORGANIZZARE COLLETTIVE CAMERALI IN SENO A MANIFESTAZIONI FIERISTICHE DI SETTORE IN ITALIA E ALL'ESTERO (OO31.)</b>				0,00	=				<b>100,00%</b>



<b>Promuovere la partecipazione a collettive in seno a manifestazioni fieristiche di settore</b>	Organizzazione di collettive in seno a manifestazioni fieristiche del settore turismo	numero collettive organizzate in seno a manifestazioni fieristiche del settore turismo			1,00		2,00	2,00	<b>100,00%</b>	
<b>6.2.1.B SOSTENERE EVENTI E MANIFESTAZIONI ORGANIZZATE DA SOGGETTI TERZI SUL TERRITORIO PROVINCIALE (0032.)</b>					0,00	=				<b>100,00%</b>
<b>Erogazione contributi per eventi e manifestazioni turistiche sul territorio provinciale</b>	Grado di utilizzo dei contributi stanziati per manifestazioni di attrazione turistica	Contributi erogati per manifestazioni di attrazione turistica (art. 12 L. 241/90) / Totale contributi stanziati per il settore turismo			1,00	>=	80,00%	95,98%	<b>100,00%</b>	
<b>6.3.1 INCENTIVARE I FLUSSI TURISTICI NELLE BASSE STAGIONI (PR14.)</b>					0,00	=				
<b>6.3.1.A EROGARE INCENTIVI A TO NAZIONALI ED ESTERI (0034.)</b>					0,00	=				<b>84,55%</b>
<b>Erogare contributi per l'incentivare i flussi turistici in periodi di bassa stagione (AZ74.)</b>	Percentuale utilizzo risorse previste per un programma/iniziativa	Risorse destinate a consuntivo per una determinata iniziativa / Risorse destinate a preventivo per una determinata iniziativa			1,00	>=	80,00%	87,22%	<b>100,00%</b>	
<b>Erogare contributi per l'organizzazione dei voli charter sull'aeroporto di Salerno - costa d'Amalfi (AZ75.)</b>	Percentuale utilizzo risorse previste per un programma/iniziativa	Risorse destinate a consuntivo per una determinata iniziativa / Risorse destinate a preventivo per una determinata iniziativa			1,00	>=	80,00%	55,28%	<b>69,10%</b>	
<b>7 SVILUPPO DELLE INFRASTRUTTURE (AS7.)</b>					0,00	=				
<b>7.1.1 PROGETTI INFRASTRUTTURALI (PR15.)</b>					0,00	=				
<b>7.1.1.A PROMUOVERE E MONITORARE PROGETTI INFRASTRUTTURALI (0035.)</b>					0,00	=				<b>50,00%</b>
<b>Promuovere lo sviluppo turistico della fascia litoranea tra il comune di Salerno e Capaccio (AZ76.)</b>	Sviluppo turistico fascia litoranea tra Salerno e Capaccio: realizzazione della fase di interlocuzione con i soggetti istituzionali coinvolti (Comuni ecc.)	Realizzazione della fase di interlocuzione con i soggetti istituzionali coinvolti (Comuni ecc.)			1,00	=	100,00	100,00	<b>100,00%</b>	
<b>Procedere all'individuazione del partenariato tecnico per la gestione dello scalo aeroportuale (AZ151.).</b>	Data di realizzazione dell'evento/iniziativa/attività	Data realizzazione iniziativa/evento/attività			1,00	<=	31/12/2013		<b>0,00%</b>	
<b>8 INNOVAZIONE E COMPETITIVITA' (AS8.)</b>					0,00	=				



<b>8.1.1 INTERAZIONE TRA IL MONDO DELLA RICERCA E QUELLO DELLA PRODUZIONE (PR16.)</b>					0,00	=				
<b>8.1.1.A PROMUOVERE SPIN OFF ACCADEMICI E DA RICERCA (0036.)</b>					0,00	=				<b>50,00%</b>
<b>Realizzazione Spin off accademici e da ricerca (AZ77.)</b>					0,00	=				
	Realizzazione dell'Evento/Iniziativa/Attività prevista dall'azione	Realizzazione dell'Evento/Iniziativa/Attività prevista dall'azione			1,00	=	100,00	0,00	<b>0,00%</b>	
<b>Potenziare il tavolo di confronto tra attori istituzionali del mondo della ricerca e della produzione (AZ78.)</b>					0,00	=				
	Realizzazione azioni a sostegno dell'innovazione e della competitività di cui al Protocollo per la competitività del sistema Salerno	Realizzazione azioni a sostegno dell'innovazione e della competitività di cui al "Protocollo per la competitività del sistema Salerno"			1,00	=	100,00	100,00	<b>100,00%</b>	
<b>8.2.1 STIMOLARE L'INNOVAZIONE DELLE IMPRESE (PR17.)</b>					0,00	=				
<b>8.2.1.A PREDISPOSIZIONE DI SERVIZI DI INFORMAZIONE, ASSISTENZA E FORMAZIONE PER STIMOLARE COMPORAMENTI AZIENDALI DI TIPO INNOVATIVO (0037.)</b>					0,00	=				<b>100,00%</b>
<b>Creare uno sportello per l'innovazione PIP (Patent Information Point) (AZ79.)</b>					0,00	=				
	Attivazione dello sportello per l'innovazione	Attivazione dello sportello per l'innovazione			1,00	=	100,00	100,00	<b>100,00%</b>	

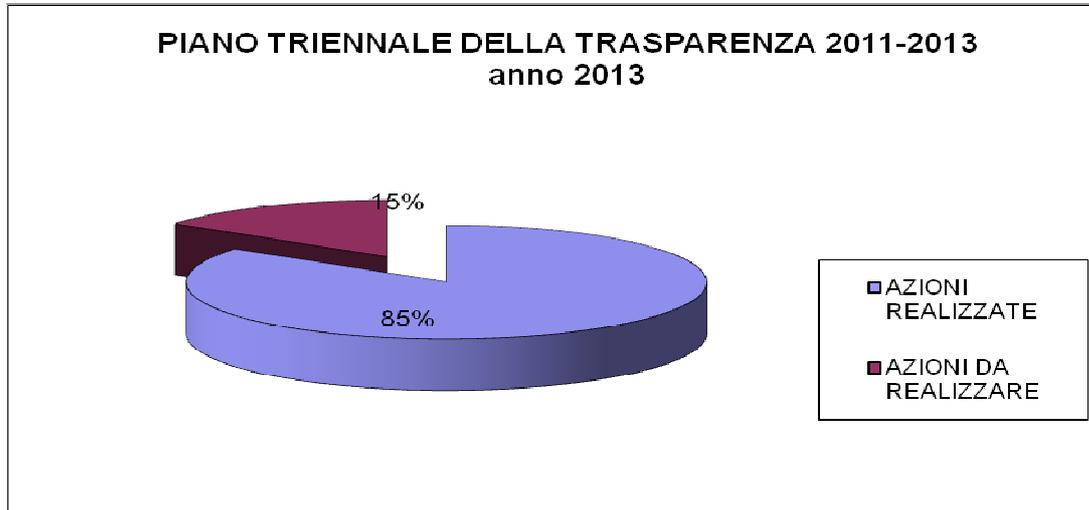
Come già evidenziato al punto 2.3 della presente relazione gli obiettivi operativi raggiunti pienamente corrispondono al 79,55% del totale, mentre gli obiettivi parzialmente raggiunti corrispondono al 4,55% del totale e, infine, gli obiettivi non raggiunti corrispondono al restante 15,91%.

### obiettivo trasparenza

L'art. 11 del D. Lgs. n. 150 del 27.10.2009 ha introdotto nell'ordinamento una nuova nozione di "trasparenza", intesa come "accessibilità totale delle informazioni concernenti ogni aspetto dell'organizzazione, degli indicatori relativi agli andamenti gestionali e all'utilizzo delle risorse per il perseguimento delle funzioni istituzionali, dei risultati dell'attività di misurazione e valutazione allo scopo di favorire forme diffuse di controllo del rispetto dei principi di buon andamento ed imparzialità. Essa costituisce livello essenziale delle prestazioni erogate dalle amministrazioni pubbliche ai sensi dell'art. 117, comma 2, lett. m) della Costituzione".

Il principale modo di attuazione della trasparenza è rappresentato dalla pubblicazione di una serie di dati / informazioni sul sito istituzionale della Camera di Commercio.

La Camera ha adottato, per il triennio 2011-2013, il piano triennale per la trasparenza e l'integrità concerne la pianificazione delle azioni volte ad adeguare l'articolazione delle informazioni istituzionali previste dalla normativa in materia attraverso il sito istituzionale camerale. Il piano è stato approvato con delibera di Giunta n. 80 del 2/08/2011.



Per il triennio 2014-2016 la Camera ha pubblicato il Piano Triennale di prevenzione della corruzione (P.T.P.C.), tale documento è previsto dall'articolo 1 della Legge 6 novembre 2012 n. 190, quale modalità attraverso la quale le Amministrazioni Pubbliche definiscono e comunicano all'ANAC (in precedenza CIVIT) e al dipartimento della Funzione Pubblica "la valutazione del diverso livello di esposizione degli uffici al rischio di corruzione e indicano gli interventi organizzativi volti a prevenire il medesimo rischio" (art. 1 comma 5). Come previsto dall'art. 10 comma 2 del D.Lgs. n. 33 del 2013, le misure del Programma triennale della trasparenza e dell'integrità sono



collegate al Piano triennale della prevenzione della corruzione, a tal fine, il "Programma triennale della trasparenza e integrità" è stato integrato, dal 2014, nel piano di prevenzione della corruzione.

**Carta dei Servizi della Camera: standard di qualità garantiti:**

AREA I	SERVIZIO EROGATO	PARAMETRO di QUALITA'		
		Indicatore	Standard garantito	Termini di legge
URP	Gestione Reclami	Tempi di risposta al reclamo	25 gg.	30 gg.
	Gestione richieste di accesso agli atti	Tempi di evasione richieste di accesso agli atti	25 gg.	30 gg.
Ufficio Diritto Annuale	Sblocco certificazione Registro Imprese	Tempo massimo per sblocco certificazione	30 gg. (*)	30 gg.
	Sgravio cartelle esattoriali	Tempo massimo per lo sgravio	30 gg. (*)	30 gg.
	Rimborso degli importi erroneamente versati	Tempo massimo per il rimborso	90 gg.	90 gg.
Ufficio Contenzioso Tributario	Esame delle memorie difensive in sede di autotutela	Tempo massimo di risposta	30 gg.	30 gg.
Bilancio, Finanze e Risorse	Emissione mandati di pagamento, pagamento di fatture, etc.	Tempo massimo di attesa per il pagamento di fatture, emissione di mandati di pagamento, ecc.	30 gg. (*)	30 gg.
Tutela dei consumatori e degli utenti	Informazioni sulla normativa a tutela dei consumatori e degli utenti	Tempo di risposta	a vista	---
	Redazione nota	Tempo massimo di redazione nota	15 gg.	30 gg.
Protocollo Informatico e Gestione Documentale	Protocoll.ne informatica di doc. pervenuti via Pec	Tempo massimo per la protocollazione	1 gg. (*)	7 gg.
	Protocoll.ne informatica di doc. pervenuti per posta, mail non Pec, fax e consegna a mano	Tempo massimo per la protocollazione	4 gg. (*)	7 gg.



<b>Affari Generali e Istituzioni</b>	Pubbl.ne all'Albo on line di atti deliberativi dell'Ente	Tempo massimo per la pubblicazione	1 gg. (*)	7 gg.
	Pubbl.ne all'Albo on line di atti prov.ti da terzi	Tempo massimo per la pubblicazione	2 gg. (*)	7 gg.
<b>Ufficio Gestione, Organizzazione e Sviluppo Risorse Umane</b>	Selezione del Personale	Tempo massimo di conclusione procedura	180 gg.	180 gg.
<b>Biblioteca</b>	Prestito libri e documenti	Tempo massimo di attesa	a vista (*)	----

AREA II	SERVIZIO EROGATO	PARAMETRO di QUALITA'		
		Indicatore	Standard garantito	Termini di legge
<b>Registro Imprese</b>	Certificati e Visure	Tempo massimo di attesa per il rilascio	a vista	-----
<b>Registro Imprese</b>	Rilascio copie atti societari e bilanci da archivio	Tempo massimo di attesa per il rilascio	a vista (*)	-----
<b>Registro Imprese</b>	Rilasci Elenchi	Tempo massimo di attesa per il rilascio	5 gg. (*)	-----
<b>Registro Imprese</b>	Iscrizioni, modifiche e cancellazioni per via telematica	Tempo massimo di evasione della pratica	5 gg. (*)	5 gg.
<b>Registro Imprese</b>	Bollatura libri contabili	Tempo massimo di attesa per la bollatura	5 gg.	30 gg.
<b>Registro Imprese</b>	Rilascio visto di conformità di firma	Tempo di attesa per il rilascio	a vista	----
<b>Registro Imprese</b>	Rilascio legalizzazione firma	Tempo di attesa per il rilascio	a vista	----
<b>Registro Imprese</b>	Richieste visure camerali da parte di PP.AA.	Tempo massimo di attesa per la trasmissione via PEC della visura	5 gg. (*)	30 gg.



<b>Registro Imprese</b>	Richiesta rilascio Carta Nazionale dei Servizi	Tempo massimo di attesa per il rilascio	a vista	---
<b>Registro Imprese</b>	Richiesta rilascio Carta Tachigrafica	Tempo di trasmissione della richiesta alla società InfoCamere	In giornata	InfoCamere entro 48 h dalla richiesta emette la carta e la spedisce all'indirizzo indicato dal richiedente
<b>Attività regolamentate</b>	Iscrizioni, modifiche e cancellazioni imprese installatrici di impianti (SCIA)	Tempo massimo per evasione pratica	5 gg. (*)	5 gg.
<b>Attività regolamentate</b>	Iscrizioni, modifiche e cancellazioni imprese di autoriparazioni (SCIA)	Tempo massimo per evasione pratica	5 gg. (*)	5 gg.
<b>Attività regolamentate</b>	Iscrizioni, modifiche e cancellazioni imprese di pulizia (SCIA)	Tempo massimo per evasione pratica	5 gg. (*)	5 gg.
<b>Attività regolamentate</b>	Iscrizioni, modifiche e cancellazioni imprese di facchinaggio (SCIA)	Tempo massimo per evasione pratica	5 gg. (*)	5 gg.
<b>Attività regolamentate</b>	Iscrizioni, modifiche e cancellazioni di agenti e rappresentanti di commercio (SCIA)	Tempo massimo per evasione pratica	5 gg. (*)	5 gg.
<b>Attività regolamentate</b>	Iscrizioni, modifiche e cancellazioni Mediatori (SCIA)	Tempo massimo per evasione pratica	5 gg (*)	5 gg.
<b>Attività regolamentate</b>	Iscrizioni, modifiche e cancellazioni Mediatori marittimi (SCIA)	Tempo massimo per evasione pratica	5 gg (*)	5 gg.
<b>Attività regolamentate</b>	Iscrizioni, modifiche e cancellazioni Spedizionieri (SCIA)	Tempo massimo per evasione pratica	5 gg (*)	5 gg.
<b>Albi e Ruoli</b>	Iscrizioni, modifiche e cancellazioni Ruolo periti ed esperti	Tempo massimo di rilascio dalla richiesta	180 gg.	180 gg.
	Certificati e visure	Tempo massimo di attesa per il rilascio	a vista	---
<b>Albi e Ruoli</b>	Iscrizioni, modifiche e cancellazioni Ruolo Conducenti	Tempo massimo di rilascio dalla richiesta	30 gg. (*)	60 gg.
	Certificati e visure	Tempo massimo di attesa per il rilascio	a vista	---



<b>Albi e Ruoli</b>	Iscrizioni, modifiche e cancellazioni Ruolo Gestori trasporto scolastico	Tempo massimo di rilascio dalla richiesta	30 gg. (*)	60 gg.
	Certificati e visure	Tempo massimo di attesa per il rilascio	a vista	---
<b>Albi e Ruoli</b>	Iscrizioni, modifiche e cancellazioni dall'Elenco	Tempo massimo di rilascio dalla richiesta	60 gg. (*)	60 gg.
	Certificati e visure	Tempo massimo di attesa per il rilascio	a vista	---
<b>Albi e Ruoli</b>	Iscrizioni, modifiche e cancellazioni Ruolo Mediatori marittimi Sezione Speciale	Tempo massimo di rilascio dalla richiesta	60 gg. (*)	60 gg.
	Certificati e visure	Tempo massimo di attesa per il rilascio	a vista	---
<b>Albi e Ruoli</b>	Certificati di origine	Tempi di rilascio certificato	A vista (*)	5 gg.
	Carnet A.t.a.	Tempi di rilascio carnet	3 gg. (**)	5 gg.
	Attestato di libera vendita	Tempi di rilascio attestato	3 gg. (**)	5 gg.
	Richiesta numero meccanografico	Tempi di rilascio numero meccanografico	1 g.	5 gg.
	Visto di deposito	Tempi di rilascio visto di deposito	a vista	---
<b>Sanzioni Registro Imprese e REA</b>	Notifica del processo verbale di accertamento	Tempo massimo di attesa per la notifica	15 gg. (*)	90 gg.



AREA III	SERVIZIO EROGATO	PARAMETRO di QUALITA'		
		Indicatore	Standard garantito	Termini di legge
<b>Incentivi alle imprese</b>	Liquidazione contributo	Tempo di attesa per la liquidazione	60 gg. (*)	60 gg. (*)
<b>Finanza agevolata e Microcredito</b>	Informazioni	Tempo massimo attesa	a vista (se la richiesta è fatta allo sportello) (*)	---
<b>Fiere ed Eventi</b>	Liquidazione contributo ai sensi del Regolamento in conformità dell'art. 12 L. 241/190	Tempo massimo di attesa per il provvedimento di liquidazione	30 gg. (*)	30 gg.
<b>Marketing Turistico</b>	Liquidazione contributo ai sensi del Regolamento in conformità dell'art. 12 L. 241/190	Tempo massimo di attesa per il provvedimento di liquidazione	30 gg. (*)	30 gg.
<b>Statistica e Prezzi</b>	Informazione statistica	Tempo massimo di risposta	7 gg. (*)	---
	Rilascio visti di conformità dei prezzi rispetto ai listini depositati	Tempo massimo di rilascio	2 gg. (*)	5 gg.
<b>Ufficio Protesti</b>	Pubblicazione elenchi dei protesti	Tempo massimo per la pubblicazione	10 gg.	10 gg.
	Cancellazione protesti a seguito di istanza del debitore	Tempo massimo per la cancellazione	20 gg.	25 gg.
	Rilascio certificati e visure protesti	Tempo massimo per il rilascio	a vista	---



<b>Ufficio Metrico</b>	Verifica prima in fabbrica o sul luogo di funzionamento di strumenti di misura nazionali (*)	Tempo massimo impiegato	30 gg.	30 gg.
	Verifica periodica di strumenti metrici nazionali (*)	Tempo massimo impiegato	30 gg.	30 gg.
	Concessione marchio di identificazione ed iscrizione nel registro assegnatari di identificazione dei fabbricanti di metalli preziosi	Tempo massimo impiegato	60 gg.	60 gg.
	Rilascio, sospensione e revoca del provvedimento di riconoscimento dei laboratori idonei all'esecuzione della verifica periodica su strumenti nazionali	Tempo massimo impiegato	Attività soggetta a SCIA e termine di 60 gg. per eventuale inibizione	60 gg.
	Rilascio concessione della conformità metrologica	Tempo massimo impiegato	60 gg.	60 gg.
	Collaudo di posa in opera di strumenti metrici fissi nazionali (*)	Tempo massimo impiegato	30 gg.	30 gg.
	Tachigrafo digitale: esame istruttorio dei requisiti necessari per il rilascio da parte del MISE dell'autorizzazione al Centro Tecnico	Tempo massimo impiegato	30 gg.	60 gg.
	Tachigrafo digitale: esame istruttorio per il rinnovo annuale autorizzazione a Centro Tecnico	Tempo massimo impiegato	30 gg.	30 gg.
	Iscrizione nel registro dei fabbricanti metrici - attività istruttoria	Tempo massimo impiegato	30 gg.	30 gg.
<b>Brevetti e Marchi</b>	Deposito domande di proprietà industriale	Tempo di rilascio del verbale di deposito	in giornata	in giornata
	Invio telematico all'UIBM	Tempo massimo di invio dal deposito	10 gg.	10 gg.
	Consegna attestati di proprietà industriale concessi dall'UIBM	Tempo di consegna dello attestato in possesso dello ufficio	a vista	a vista



<b>Tutela delle filiere produttive e ambiente</b>	Iscrizione elenco nazionale dei tecnici ed esperti negli oli di oliva vergini ed extravergini	Tempo massimo di attesa	7 gg.	30 gg.
	Panel Test	Tempo massimo di attesa	10 gg.	----
	Rilascio licenze nella produzione a scopo di commercio dei prodotti sementieri	Tempo massimo di attesa	90 gg.	90 gg.
	Gestione MUD	Tempo massimo di attesa	a vista	----
	Rilascio visure relative a dichiarazioni MUD depositate	Tempo massimo di attesa	3 gg.	----
	Iscrizione Registro nazionale RAEE	Tempo massimo di attesa	5 gg.	5 gg.
	Iscrizione Registro nazionale pile ed accumulatori	Tempo massimo di attesa	5 gg.	5 gg.

<b>AREA STAFF</b>	<b>SERVIZIO EROGATO</b>	<b>PARAMETRO di QUALITA'</b>		
		<b>Indicatore</b>	<b>Standard garantito</b>	<b>Termini di legge</b>
<b>Staff di Direzione</b>	Informazioni statistico-economiche	Tempo massimo di risposta	2 gg (*)	----
<b>Segreteria di Presidenza</b>	Richiesta di patrocinio morale	Tempo massimo di risposta	30 gg.	----
	Richiesta di concessione dello uso delle sale	Tempo massimo di risposta	20 gg.	----

per la consultazione delle note (\*) si rimanda alla Carta dei Servizi della Camera, consultabile al seguente indirizzo web:

<http://www.sa.camcom.it/uploaded/Generale/Trasparenza/varie/cartadeiservizi2013.pdf>



### 3.4 Obiettivi individuali

La Camera di Commercio di Salerno ha previsto il monitoraggio di obiettivi individuali per il Segretario Generale e per i tre Dirigenti di Area, attraverso il sistema indicato nel Piano della Performance 2013; per cui gli obiettivi della dirigenza sono stati determinati con riferimento a quei specifici servizi/uffici oggetto di monitoraggio e valutazione da parte dell'Organo Indipendente di Valutazione della performance.

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

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

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

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

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

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

Per il monitoraggio e la valutazione sono stati monitorati 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 è stato controllato dall'ufficio Ciclo della Performance. Il tempo medio unitario è stato 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) ha reso non possibile eventuali modifiche arbitrarie dei TMU, volte a coprire inefficienze/inefficacie dell'ufficio.

Le valutazioni sono espresse dalla media ponderata del differenziale.

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

somma degli scostamenti TMU in minuti X volumi

totale volumi.

Con questo sistema di misurazione si ritiene raggiunto l'obiettivo dei dirigenti e quindi, dei singoli servizi/uffici, quando viene assicurato il miglioramento e/o il mantenimento dei TMU nell'erogazione dei servizi e nello svolgimento delle specifiche attività proprie dei servizi/uffici oggetto di monitoraggio.

Il mantenimento dell'erogazione dei servizi/svolgimento delle attività è garantito laddove la variazione negativa dei TMU non sia superiore al 5% rispetto ai TMU rilevati nell'esercizio precedente. Tale percentuale è stata stabilita dall'Organismo di Valutazione quale parametro fondamentale di valutazione per gli esercizi precedenti al 2013.

Di seguito si riportano le schede utili al monitoraggio/valutazione degli Uffici/Servizi:



## Valutazione attività uffici e dirigenti

### Osservazione sui singoli uffici

#### **1. Segretario Generale dr. DE SIO**

##### **Stampa e Cerimoniale**

Per l'ufficio Stampa e Cerimoniale si evidenziano 0 gruppi di "attività/funzioni" su 1 in cui il TMU ponderato aumenta e 1 gruppo di "attività/funzioni" in cui il TMU ponderato diminuisce.

In quest'ufficio, complessivamente, si ha una variazione positiva del TMU ponderato pari a minuti -17,20 (espresso in minuti + frazioni in centesimi).

##### **Studi e Supporto Strategico**

Per l'ufficio Studi e Supporto Strategico si evidenziano 1 gruppi di "attività/funzioni" su 6 in cui il TMU ponderato aumenta e 1 gruppi di "attività/funzioni" in cui il TMU ponderato diminuisce, mentre per i restanti 4 gruppi il TMU non subisce variazioni.

In quest'ufficio complessivamente, si ha una variazione positiva del TMU ponderato pari a minuti -9,01 (espresso in minuti + frazioni in centesimi).

##### **Assistenza legale e contenzioso**

Per l'ufficio assistenza legale e contenzioso si evidenziano 0 gruppi di "attività/funzioni" su 3 in cui il TMU ponderato aumenta e 0 gruppi di "attività/funzioni" in cui il TMU ponderato diminuisce, mentre per i restanti 4 gruppi il TMU non subisce variazioni.

In quest'ufficio complessivamente, non si registrano variazioni del TMU ponderato: minuti 0,00 (espresso in minuti + frazioni in centesimi).

#### **2. Dirigente dr. LUCIANI**

##### **Gestione, sviluppo e Organizzazione delle risorse umane**

Per l'ufficio Gestione, sviluppo e Organizzazione delle risorse umane si evidenziano 2 gruppi di "attività/funzioni" su 5 in cui il TMU ponderato aumenta e 1 gruppi di "attività/funzioni" in cui il



TMU ponderato diminuisce, per i restanti gruppi il TMU non subisce variazioni.

In quest'ufficio, complessivamente, si ha una variazione negativa del TMU ponderato pari a minuti 2,96 (espresso in minuti + frazioni in centesimi), che è da considerarsi come stabile entro parametri accettabili.

#### **Protocollo Informatico e Gestione Documentale**

Per l'ufficio Protocollo Informatico e Gestione Documentale si evidenziano 0 gruppi di "attività/funzioni" su 4 in cui il TMU ponderato aumenta e 4 gruppi di "attività/funzioni" in cui il TMU ponderato diminuisce.

In quest'ufficio, complessivamente, si registra una variazione positiva del TMU ponderato pari a minuti -0,62 (espresso in minuti + frazioni in centesimi).

#### **Bilancio e Programmazione economico-finanziaria**

Per l'ufficio Bilancio e programmazione economico-finanziaria si evidenziano 0 gruppi di "attività/funzioni" su 2 in cui il TMU ponderato aumenta e 0 gruppi di "attività/funzioni" in cui il TMU ponderato diminuisce: per tutti i gruppi il TMU non subisce variazioni.

In quest'ufficio, complessivamente, non si registrano variazioni del TMU ponderato: minuti 0,00 (espresso in minuti + frazioni in centesimi).

#### **Diritto Annuale e Contenzioso Tributario**

Per gli uffici Diritto Annuale e Contenzioso Tributario si evidenziano 3 gruppi di "attività/funzioni" su 7 in cui il TMU ponderato aumenta e 4 gruppi di "attività/funzioni" in cui il TMU ponderato diminuisce.

In quest'uffici, complessivamente, si registra una variazione positiva del TMU ponderato pari a minuti -0,06 (espresso in minuti + frazioni in centesimi).

#### **Contabilità generale e Fisco e Lavoro**

Per gli uffici Contabilità Generale e Fisco e Lavoro si evidenziano 4 gruppi di "attività/funzioni" su 6 in cui il TMU ponderato aumenta e 2 gruppi di "attività/funzioni" in cui il TMU ponderato diminuisce.

In quest'uffici, complessivamente, si ha una leggera variazione negativa del TMU ponderato pari a minuti 0,027 (espresso in minuti + frazioni in centesimi), che è da considerarsi come stabile entro



parametri accettabili.

### **Tutela Consumatori ed Utenti**

Per l'ufficio Tutela Consumatori ed Utenti si evidenziano 3 gruppi di "attività/funzioni" su 5 in cui il TMU ponderato aumenta e 2 gruppi di "attività/funzioni" in cui il TMU ponderato diminuisce.

In quest'ufficio complessivamente, si ha una leggera variazione negativa del TMU ponderato pari a minuti 0,05 (espresso in minuti + frazioni in centesimi), che è da considerarsi come stabile entro parametri accettabili.

### **3. Dirigente dr. CRISCUOLO**

#### **Pratiche Telematiche e coordinamento Data Entry**

Per tali uffici si evidenziano 2 gruppi di "attività/funzioni" su 5 in cui il TMU ponderato aumenta e 3 gruppo di "attività/funzioni" in cui il TMU ponderato diminuisce.

In quest'uffici, complessivamente, si ha una variazione positiva del TMU ponderato pari a minuti - 4,67 (espresso in minuti + frazioni in centesimi).

#### **Controllo Qualità dati Registro Imprese**

Per l'ufficio Controllo Qualità dati Registro Imprese si evidenziano 0 gruppi di "attività/funzioni" su 1 in cui il TMU ponderato aumenta e 1 gruppi di "attività/funzioni" in cui il TMU ponderato diminuisce.

In quest'ufficio, complessivamente, si ha una variazione positiva del TMU ponderato pari a minuti -1.59 (espresso in minuti + frazioni in centesimi).

#### **S.U.A.P.**

Per l'ufficio S.U.A.P. si evidenziano 0 gruppi di "attività/funzioni" su 1 in cui il TMU ponderato aumenta e 1 gruppi di "attività/funzioni" in cui il TMU ponderato diminuisce.

In quest'ufficio complessivamente, si ha una variazione positiva del TMU ponderato pari a minuti -0,46 (espresso in minuti + frazioni in centesimi).

#### **Albi e ruoli**

Per l'ufficio Albi e ruoli si evidenziano 2 gruppi di "attività/funzioni" su 11 in cui il TMU ponderato



aumenta e 4 gruppi di "attività/funzioni" in cui il TMU ponderato diminuisce, quindi per i restanti 5 gruppi il TMU ponderato non registra variazioni.

In quest'ufficio, complessivamente, si ha una variazione positiva del TMU ponderato pari a minuti -2,24 (espresso in minuti + frazioni in centesimi).

### **Controllo Attività regolamentate**

Per l'ufficio Controllo Attività regolamentate si evidenziano 1 gruppi di "attività/funzioni" su 1 in cui il TMU ponderato aumenta e 0 gruppi di "attività/funzioni" in cui il TMU ponderato diminuisce. In quest'ufficio complessivamente, si ha una variazione negativa del TMU ponderato pari a minuti 0,46 (espresso in minuti + frazioni in centesimi), che è da considerarsi come stabile entro parametri accettabili.

### **Sanzioni Registro delle Imprese**

Per l'ufficio Sanzioni Registro delle Imprese si evidenziano 1 gruppi di "attività/funzioni" su 1 in cui il TMU ponderato aumenta e 0 gruppi di "attività/funzioni" in cui il TMU ponderato diminuisce. In quest'ufficio complessivamente, si ha una variazione negativa del TMU ponderato pari a minuti 0,71 (espresso in minuti + frazioni in centesimi), che è da considerarsi come stabile entro parametri accettabili.

### **Ordinanze**

Per l'ufficio Ordinanze si evidenziano 0 gruppi di "attività/funzioni" su 4 in cui il TMU ponderato aumenta e 0 gruppi di "attività/funzioni" in cui il TMU ponderato diminuisce, mentre per i restanti 4 gruppi il TMU ponderato non registra variazioni. In quest'ufficio, complessivamente, non si registrano variazioni del TMU ponderato: minuti 0,00 (espresso in minuti + frazioni in centesimi).

### **Archivio, Logistica Patrim. e Sicurezza, Acquisti e Servizi Generali**

Per gli uffici Archivio, Logistica Patrim. e Sicurezza, Acquisti e Servizi Generali si evidenziano 0 gruppi di "attività/funzioni" su 6 in cui il TMU ponderato aumenta e 5 gruppi di "attività/funzioni" in cui il TMU ponderato diminuisce, mentre per il restante gruppo il TMU ponderato non registra variazioni.

In quest'uffici complessivamente, si registra una variazione positiva del TMU ponderato pari a



minuti -4,49 (espresso in minuti + frazioni in centesimi).

#### **4. Dirigente dr. DI LEVA**

##### **Fiere ed Eventi**

Per l'ufficio indicato si evidenziano 0 gruppi di "attività/funzioni" su 2 in cui il TMU ponderato aumenta e 2 gruppi di "attività/funzioni" in cui il TMU ponderato diminuisce.

In quest'ufficio, complessivamente, si ha una variazione positiva del TMU ponderato pari a minuti -3,02 (espresso in minuti + frazioni in centesimi).

##### **Incentivi alle Imprese**

Per l'ufficio Incentivi alle Imprese si evidenziano 0 gruppo di "attività/funzioni" su 2 in cui il TMU ponderato aumenta e 2 gruppi di "attività/funzioni" in cui il TMU ponderato diminuisce.

In quest'ufficio, complessivamente, si ha una variazione positiva del TMU ponderato pari a minuti -0,67 (espresso in minuti + frazioni in centesimi).

##### **Sviluppo e Aggiornamento Professionale**

Per l'ufficio Sviluppo e Aggiornamento Professionale si evidenziano 0 gruppi di "attività/funzioni" su 1 in cui il TMU ponderato aumenta e 1 gruppi di "attività/funzioni" in cui il TMU ponderato diminuisce.

In quest'ufficio complessivamente, si ha una variazione positiva del TMU ponderato pari a minuti -104,00 (espresso in minuti + frazioni in centesimi).

##### **Ufficio Metrico**

Per l'ufficio Metrico si evidenziano 0 gruppi di "attività/funzioni" su 4 in cui il TMU ponderato aumenta e 3 gruppi di "attività/funzioni" in cui il TMU ponderato diminuisce, mentre per i restanti gruppi il TMU non subisce variazioni.

In quest'ufficio complessivamente, si ha una variazione positiva del TMU ponderato pari a minuti -0,54 (espresso in minuti + frazioni in centesimi).



## **Protesti**

Per l'ufficio Protesti si evidenziano 1 gruppi di "attività/funzioni" su 3 in cui TMU ponderato aumenta e 2 gruppi di "attività/funzioni" in cui il TMU ponderato diminuisce.

In quest'ufficio, complessivamente, si ha una variazione positiva del TMU ponderato pari a minuti -0,05 (espresso in minuti + frazioni in centesimi).

## **Marchi e Brevetti**

Per l'ufficio Marchi e Brevetti si evidenziano 0 gruppi di "attività/funzioni" su 1 in cui TMU ponderato aumenta e 1 gruppi di "attività/funzioni" in cui il TMU ponderato diminuisce.

In quest'ufficio, complessivamente, si ha una variazione positiva del TMU ponderato pari a minuti -1,14 (espresso in minuti + frazioni in centesimi).

## **Schede di valutazione dei Servizi e dei Dirigenti responsabili**

L'Ente ha adottato, quale sistema di valutazione dei dirigenti responsabili, delle schede di valutazione opportunamente adattate alla realtà camerale ed implementate con l'esposizione dei Tempi Medi Unitari (TMU) per i singoli uffici. Lo scostamento assoluto dei TMU è espresso in minuti/secondi (in sessantesimi).

Alla presente relazione sono allegate le schede di valutazione, sviluppate per i singoli uffici oggetto di valutazione (allegato 1), e di seguito si indica, con gli opportuni e dovuti commenti, quanto necessario per una loro corretta lettura:

### **Scheda Ufficio Stampa e Cerimoniale**

Per l'Ufficio Stampa e Cerimoniale, il cui dirigente responsabile è il dr. Raffaele De Sio, è stato determinato un TMU differenziale ponderato pari a minuti -17,20.

I TMU assoluti per l'anno 2013, raffrontati con i TMU assoluti dell'anno 2012 sono i seguenti:

Stampa e Cerimoniale	2012	2013	scostamento Assoluto	scostamento ponderato	Scarto in % su 2012
TMU	161,47	144,45	-17,02	-17,20	-10,65%

Il TMU ponderato registra una variazione positiva con uno scarto del -17,20% rispetto al 2012, tale variazione consente di dare una valutazione positiva all' ufficio.



### **Scheda Ufficio Studi e Supporto Strategico**

Per l'Ufficio Studi e Supporto Strategico, il cui dirigente responsabile è il dr. Raffaele De Sio, è stato determinato un TMU differenziale ponderato pari a minuti -9,01.

I TMU assoluti per l'anno 2013, raffrontati con i TMU assoluti dell'anno 2012 sono i seguenti:

Studi e Supporto Strategico	2012	2013	scostamento Assoluto	scostamento ponderato	Scarto in % su 2012
TMU	791,22	347,10	-444,12	-9,01	-1,14%

Il TMU ponderato registra una variazione positiva con uno scarto del -1,14% rispetto al 2012, tale variazione consente di dare una valutazione positiva all'ufficio.

### **Scheda Ufficio Assistenza Legale e Contenzioso**

Per l'Ufficio Assistenza Legale e Contenzioso, il cui dirigente responsabile è il dr. Raffaele De Sio, è stato determinato un TMU differenziale ponderato pari a minuti 0,00.

I TMU assoluti per l'anno 2013, raffrontati con i TMU assoluti dell'anno 2012 sono i seguenti:

Assistenza Legale e Contenzioso	2012	2013	scostamento Assoluto	scostamento ponderato	Scarto in % su 2012
TMU	87,37	96,20	8,43	0,00	0,00%

Il TMU ponderato resta stabile, registrando una variazione del 0,00% rispetto al 2012, tale stabilità consente di dare una valutazione positiva all'ufficio.

### **Scheda Ufficio Gestione, Sviluppo e organizzazione Risorse Umane**

Per l'Ufficio Gestione, Sviluppo e organizzazione Risorse Umane, il cui dirigente responsabile è il dr. Antonio Luciani, è stato determinato un TMU differenziale ponderato pari a minuti 2,96.

I TMU assoluti per l'anno 2013, raffrontati con i TMU assoluti dell'anno 2012 sono i seguenti:

Gestione, Sviluppo e organizzazione Risorse Umane	2012	2013	scostamento Assoluto	scostamento ponderato	Scarto in % su 2012
TMU	64,19	64,40	0,21	2,96	4,61%

Il TMU ponderato registra una variazione negativa con uno scarto del 4,61% rispetto al 2012, tale variazione non superiore al 5%, può essere considerata quale mantenimento dei livelli di



efficienza/efficacia raggiunti l'anno precedente e consente di dare una valutazione positiva all'ufficio.

### **Scheda Ufficio Protocollo informatico e Gestione documentale**

Per l'Ufficio Protocollo informatico e Gestione documentale, il cui dirigente responsabile è il dr. Antonio Luciani, è stato determinato un TMU differenziale ponderato pari a minuti -0,62.

I TMU assoluti per l'anno 2013, raffrontati con i TMU assoluti dell'anno 2012 sono i seguenti:

Protocollo informatico e Gestione documentale	2012	2013	scostamento Assoluto	scostamento ponderato	Scarto in % su 2012
TMU	4,26	3,53	-0,33	-0,62	-14,50%

Il TMU ponderato registra una variazione positiva del -0,62% rispetto al 2012, tale variazione consente di dare una valutazione positiva all'ufficio.

### **Scheda Ufficio Bilancio e Programmazione economico-finanziaria**

Per l'Ufficio Bilancio e Programmazione economico-finanziaria, il cui dirigente responsabile è il dr. Antonio Luciani, è stato determinato un TMU differenziale ponderato pari a minuti 0,00.

I TMU assoluti per l'anno 2013, raffrontati con i TMU assoluti dell'anno 2012 sono i seguenti:

Bilancio e Programmazione economico-finanziaria	2012	2013	scostamento Assoluto	scostamento ponderato	Scarto in % su 2012
TMU	2828,34	1833,20	-995,14	0,00	0,00%

Il TMU ponderato resta stabile, registrando una variazione dello 0,00% rispetto al 2012, tale stabilità consente di dare una valutazione positiva all'ufficio.

### **Scheda Uffici Diritto Annuale e Contenzioso Tributario**

Per gli Uffici Diritto Annuale e Contenzioso Tributario, il cui dirigente responsabile è il dr. Antonio Luciani, è stato determinato un TMU differenziale ponderato pari a minuti -0,06.

I TMU assoluti per l'anno 2013, raffrontati con i TMU assoluti dell'anno 2012 sono i seguenti:

Diritto Annuale e Contenzioso Tributario	2012	2013	scostamento Assoluto	scostamento ponderato	Scarto in % su 2012
TMU	1,22	1,39	0,17	-0,06	-4,52%



Il TMU ponderato registra una variazione positiva del -0,06% rispetto al 2012, tale variazione consente di dare una valutazione positiva agli uffici.

### **Scheda Uffici Contabilità Generale e Fisco e Lavoro**

Per gli Uffici Contabilità Generale e Fisco e Lavoro, il cui dirigente responsabile è il dr. Antonio Luciani, è stato determinato un TMU differenziale ponderato pari a minuti 0,03.

I TMU assoluti per l'anno 2013, raffrontati con i TMU assoluti dell'anno 2012 sono i seguenti:

Contabilità Generale e Fisco e Lavoro	2012	2013	scostamento Assoluto	scostamento ponderato	Scarto in % su 2012
TMU	34,44	36,21	1,37	0,03	0,08%

Il TMU ponderato registra una leggera variazione negativa con uno scarto dello 0,08% rispetto al 2012, tale scarto, non superiore al 5%, può essere considerato quale mantenimento dei livelli di efficienza/efficacia raggiunti l'anno precedente e consente di dare una valutazione positiva agli uffici.

### **Scheda Ufficio Tutela consumatori ed utenti**

Per l'Ufficio Tutela consumatori ed utenti, il cui dirigente responsabile è il dr. Antonio Luciani, è stato determinato un TMU differenziale ponderato pari a minuti 0,05.

I TMU assoluti per l'anno 2013, raffrontati con i TMU assoluti dell'anno 2012 sono i seguenti:

Tutela consumatori ed utenti	2012	2013	scostamento Assoluto	scostamento ponderato	Scarto in % su 2012
TMU	130,23	131,08	0,45	0,05	0,03%

Il TMU ponderato registra una leggera variazione negativa con uno scarto dello 0,03% rispetto al 2012, che essendo non superiore al 5%, può essere considerato quale mantenimento dei livelli di efficienza/efficacia raggiunti l'anno precedente e consente di dare una valutazione positiva all'ufficio.

### **Scheda Ufficio Pratiche Telematiche e Coordinamento Data Entry**

Per gli Uffici Pratiche Telematiche e Coordinamento Data Entry, il cui dirigente responsabile è il dr. Mauro Criscuolo, è stato determinato un TMU differenziale ponderato pari a minuti -4,67.

I TMU assoluti per l'anno 2013, raffrontati con i TMU assoluti dell'anno 2012 sono i seguenti:



Pratiche Telematiche e Coordinamento Data Entry	2012	2013	scostamento Assoluto	scostamento ponderato	Scarto in % su 2012
TMU	15,16	11,37	-3,39	-4,67	-30,83%

Il TMU ponderato registra una variazione positiva con uno scarto del -4,67% rispetto al 2012 e consente di dare una valutazione positiva agli uffici.

### **Scheda Ufficio Controllo Qualità Registro Imprese**

Per l'Ufficio Controllo Qualità Registro Imprese, il cui dirigente responsabile è il dr. Mauro Criscuolo, è stato determinato un TMU differenziale ponderato pari a minuti -1,59

I TMU assoluti per l'anno 2013, raffrontati con i TMU assoluti dell'anno 2012 sono i seguenti:

Controllo Qualità Registro Imprese	2013	2012	scostamento Assoluto	scostamento ponderato	Scarto in % su 2012
TMU	9,41	6,05	-3,36	-1,59	-16,92%

Il TMU ponderato registra una variazione positiva con uno scarto del 16,92% rispetto al 2012, tale variazione consente di dare una valutazione positiva all'ufficio.

### **Scheda Ufficio S.U.A.P.**

Per l'Ufficio S.U.A.P., il cui dirigente responsabile è il dr. Mauro Criscuolo, è stato determinato in TMU differenziale ponderato pari a minuti -0,46.

I TMU assoluti per l'anno 2013, raffrontati con i TMU assoluti dell'anno 2012 sono i seguenti:

S.U.A.P.	2012	2013	scostamento Assoluto	scostamento ponderato	Scarto in % su 2012
TMU	8,07	9,41	1,34	-0,46	-5,76%

Il TMU ponderato registra una variazione positiva con uno scarto del -0,46% rispetto al 2012, tale variazione consente di dare una valutazione positiva all'ufficio.

### **Scheda Ufficio Albi e Ruoli**

Per l'Ufficio Albi e Ruoli, il cui dirigente responsabile è il dr. Mauro Criscuolo, è stato determinato un TMU differenziale ponderato pari a minuti -2.24.

I TMU assoluti per l'anno 2013, raffrontati con i TMU assoluti dell'anno 2012 sono i seguenti:



Albi e Ruoli	2012	2013	scostamento Assoluto	scostamento ponderato	Scarto in % su 2012
TMU	13,59	14,25	0,26	-2,24	-16,46%

Il TMU ponderato registra una variazione positiva con uno scarto del -16,46% rispetto al 2012, tale variazione consente di dare una valutazione positiva all'ufficio.

### **Scheda Ufficio Attività Regolate**

Per l'Ufficio Attività Regolate, il cui dirigente responsabile è il dr. Mauro Criscuolo, è stato determinato un TMU differenziale ponderato pari a minuti 0,46.

I TMU assoluti per l'anno 2013, raffrontati con i TMU assoluti dell'anno 2012 sono i seguenti:

Attività Regolate	2012	2013	scostamento Assoluto	scostamento ponderato	Scarto in % su 2012
TMU	11,36	10,03	-1,33	0,46	4,05%

Il TMU ponderato registra una variazione negativa con uno scarto del 4,05% rispetto al 2012, tale variazione non superiore al 5%, può essere considerata quale mantenimento dei livelli di efficienza/efficacia raggiunti l'anno precedente e consente di dare una valutazione positiva all'ufficio.

### **Scheda Ufficio Sanzioni Registro Imprese**

Per l'Ufficio Sanzioni Registro Imprese, il cui dirigente responsabile è il dr. Mauro Criscuolo, è stato determinato un TMU differenziale ponderato pari a minuti 0,71.

I TMU assoluti per l'anno 2013, raffrontati con i TMU assoluti dell'anno 2012 sono i seguenti:

Sanzioni Registro Imprese	2012	2013	scostamento Assoluto	scostamento ponderato	Scarto in % su 2012
TMU	27,21	28,57	1,36	0,71	2,61%

Il TMU ponderato registra una variazione negativa con uno scarto del 2,61% rispetto al 2012, tale variazione non superiore al 5%, può essere considerata quale mantenimento dei livelli di efficienza/efficacia raggiunti l'anno precedente e consente di dare una valutazione positiva all'ufficio.

### **Scheda Ufficio Ordinanze**



Per l'Ufficio Ordinanze, il cui dirigente responsabile è il dr. Mauro Criscuolo, è stato determinato un TMU differenziale ponderato pari a minuti 0,00.

I TMU assoluti per l'anno 2013, raffrontati con i TMU assoluti dell'anno 2012 sono i seguenti:

Tutela del Mercato e Contenzioso	2012	2013	scostamento Assoluto	scostamento ponderato	Scarto in % su 2012
TMU	57,35	53,11	-4,24	0,00	0,00%

Il TMU ponderato non registra variazioni, tale stabilità può essere considerata quale mantenimento dei livelli di efficienza/efficacia raggiunti l'anno precedente e consente di dare una valutazione positiva all'ufficio.

### **Scheda Uffici Archivio, Logistica Patrimonio e Sicurezza, Acquisti e Servizi Generali**

Per gli Uffici Archivio, Logistica Patrimonio e Sicurezza, Acquisti e Servizi Generali, il cui dirigente responsabile è il dr. Mauro Criscuolo, è stato determinato un TMU differenziale ponderato pari a minuti -4.49.

I TMU assoluti per l'anno 2013, raffrontati con i TMU assoluti dell'anno 2012 sono i seguenti:

Archivio, Logistica Patrimonio e Sicurezza, Acquisti e Servizi Generali	2012	2013	scostamento Assoluto	scostamento ponderato	Scarto in % su 2012
TMU	47,19	48,07	0,48	-4,49	-9,52%

il TMU ponderato registra una variazione positiva del -9,52% rispetto al 2012, tale variazione positiva consente di dare una valutazione positiva agli uffici.

### **Scheda Ufficio Fiere ed Eventi**

Per l'Ufficio Fiere ed Eventi, il cui dirigente responsabile è il dr. Ciro Di Leva, è stato determinato un TMU differenziale ponderato pari a minuti -3,02.

I TMU assoluti per l'anno 2013, raffrontati con i TMU assoluti dell'anno 2012 sono i seguenti:

Fiere ed eventi	2012	2013	scostamento Assoluto	scostamento ponderato	Scarto in % su 2012
TMU	112,47	110,28	-2,19	-3,02	-2,69%



Il TMU ponderato registra una variazione positiva con uno scarto del -2,69% rispetto al 2012, tale variazione positiva consente di dare una valutazione positiva all'ufficio.

### **Scheda Ufficio Incentivi alle Imprese**

Per l'Ufficio Incentivi alle imprese, il cui dirigente responsabile è il dr. Ciro Di Leva, è stato determinato un TMU differenziale ponderato pari a minuti -0,67.

I TMU assoluti per l'anno 2013, raffrontati con i TMU assoluti dell'anno 2012 sono i seguenti:

Incentivi alle imprese	2012	2013	scostamento Assoluto	scostamento ponderato	Scarto in % su 2012
TMU	25,33	24,05	-1,28	-0,67	-2,65%

Il TMU ponderato registra una variazione positiva del -2,65% rispetto al 2012, tale variazione positiva consente di dare una valutazione positiva all'ufficio.

### **Scheda Ufficio Sviluppo e Aggiornamento professionale**

Per l'Ufficio Sviluppo e Aggiornamento professionale, il cui dirigente responsabile è il dr. Ciro Di Leva, è stato determinato un TMU differenziale ponderato pari a minuti -104,00.

I TMU assoluti per l'anno 2013, raffrontati con i TMU assoluti dell'anno 2012 sono i seguenti:

Sviluppo e competitività	2012	2013	scostamento Assoluto	scostamento ponderato	Scarto in % su 2012
TMU	1841,20	1737,30	-103,50	-104,00	-5,65%

Il TMU ponderato registra una variazione positiva con uno scarto del -5,65% rispetto al 2012, tale variazione positiva consente di dare una valutazione positiva all'ufficio.

### **Scheda Ufficio Metrico**

Per l'Ufficio Metrico, il cui dirigente responsabile è il dr. Ciro Di Leva, è stato determinato un TMU differenziale ponderato pari a minuti -0,54.

I TMU assoluti per l'anno 2013, raffrontati con i TMU assoluti dell'anno 2012 sono i seguenti:

Metrico	2012	2013	Scostamento Assoluto	scostamento ponderato	Scarto in % su 2012
TMU	41,20	49,43	8,23	-0,54	-1,31%



Il TMU ponderato registra una variazione positiva con uno scarto del -1,31% rispetto al 2012, tale miglioramento consente di dare una valutazione positiva all'ufficio.

### **Scheda Ufficio Protesti**

Per l'Ufficio Protesti, il cui dirigente responsabile è il dr. Ciro Di Leva, è stato determinato un TMU differenziale ponderato pari a minuti -0,05.

I TMU assoluti per l'anno 2013, raffrontati con i TMU assoluti dell'anno 2012 sono i seguenti:

Protesti	2012	2013	Scostamento Assoluto	scostamento ponderato	Scarto in % su 2012
TMU	2,50	3,06	0,16	-0,05	-1,96%

Il TMU ponderato registra una variazione positiva con uno scarto del -1,96% rispetto al 2012, tale scarto consente di dare una valutazione positiva all'ufficio.

### **Scheda Ufficio Marchi e Brevetti**

Per l'Ufficio Marchi e Brevetti, il cui dirigente responsabile è il dr. Ciro Di Leva, è stato determinato un TMU differenziale ponderato pari a minuti -1,14.

I TMU assoluti per l'anno 2013, raffrontati con i TMU assoluti dell'anno 2012 sono i seguenti:

Protesti	2012	2013	Scostamento Assoluto	scostamento ponderato	Scarto in % su 2012
TMU	21,25	37,04	15,39	-1,14	-5,35%

Il TMU ponderato registra una variazione positiva con uno scarto del -1,14% rispetto al 2012, tale variazione consente di dare una valutazione positiva all'ufficio.

### **Verifica di coerenza**

In considerazione del monitoraggio dell'efficienza degli uffici oggetto del controllo l'O.I.V. effettuerà una necessaria una verifica di coerenza tra le schede di valutazione degli uffici e le schede di valutazione individuale degli addetti agli uffici. Peraltro le schede di valutazione dall'anno 2013 prevedono una valutazione espressa in percentuale con un massimo pari a 100%, per cui, per agevolare il confronto, le valutazioni dell'anno 2012 sono state riparametrizzate su base 100.



Di seguito si riportano le valutazioni medie ottenute dagli addetti agli uffici, con l'indicazione dello scarto in percentuale (dati a sfondo grigio) confrontate con lo scarto dei TMU (sfondo bianco) e l'indicazione della media degli scarti (sfondo grigio chiaro):

**RIEPILOGO PER UFFICIO: STAMPA E CERIMONIALE**

differenziale TMU ponderato	scarto ass. TMU pond.	Votazione		differenza	Scarto ass. Medie ind.	Media scarti ass.
		2012	2013			
-17,20	-10,65%	99,334	99,400	0,066	0,07%	5,36%

**RIEPILOGO PER UFFICIO: PRAT.TELEM.DATA ENTRY**

differenziale TMU Ponderato	scarto ass. TMU pond.	Votazione		differenza	scarto ass. medie ind.	Media scarti ass.
		2012	2013			
-4,67	-30,83%	98,214	99,643	1,429	1,45%	16,14%

**RIEPILOGO PER UFFICIO: PROTESTI**

differenziale TMU ponderato	scarto ass. TMU pond.	Votazione		differenza	scarto ass. medie ind.	Media scarti ass.
		2012	2013			
-0,05	-1,96%	98,335	98,750	0,415	0,42%	1,19%

**RIEPILOGO PER UFFICIO: ALBI RUOLI**

differenziale TMU ponderato	scarto ass. TMU pond.	Votazione		differenza	scarto ass. medie ind.	Media scarti ass.
		2012	2013			
-2,24	-16,46%	99,165	100,000	0,835	0,84%	8,65%

**RIEPILOGO PER UFFICIO: METRICI**

differenziale TMU ponderato	scarto ass. TMU pond.	Votazione		differenza	scarto ass. medie ind.	Media scarti ass.
		2012	2013			
-0,54	-1,31%	99,000	99,600	0,600	0,61%	0,96%

**RIEPILOGO PER UFFICIO: ORDINANZE**

differenziale TMU ponderato	scarto ass. TMU pond.	Votazione		differenza	scarto ass. medie ind.	Media scarti ass.
		2012	2013			
0,00	0,00%	98,612	99,167	0,555	0,56%	0,28%

**RIEPILOGO PER UFFICIO: FIERE ED EVENTI**

differenziale TMU ponderato	scarto ass. TMU pond.	Votazione		differenza	scarto ass. medie ind.	Media scarti ass.
		2012	2013			
-3,02	-2,69%	100,000	100,000	0,000	0,00%	1,34%

**RIEPILOGO PER UFFICIO: INCENTIVI ALLE IMPRESE**

differenziale TMU ponderato	scarto ass. TMU pond.	Votazione		differenza	scarto ass. medie ind.	Media scarti ass.
		2012	2013			
-0,67	-2,65%	94,447	97,500	3,053	3,23%	2,94%



**RIEPILOGO PER UFFICIO: ARCH.LOG.P.S.ACQ.S.G.**

differenziale TMU ponderato	scarto ass. TMU pond.	Votazione		differenza	scarto ass. medie ind.	Media scarti ass.
		2012	2013			
-4,49	-9,52%	99,167	99,375	0,208	0,21%	4,87%

**RIEPILOGO PER UFFICIO: CONT.GEN., FISCO e LAV.**

differenziale TMU Ponderato	scarto ass. TMU pond.	Votazione		differenza	scarto ass. medie ind.	Media scarti ass.
		2012	2013			
0,03	0,08%	99,443	100,000	0,557	0,56%	0,24%

**RIEPILOGO PER UFFICIO: DIRITTO ANNUALE E C.T.**

differenziale TMU ponderato	scarto ass. TMU pond.	Votazione		differenza	Scarto ass. Medie ind.	Media scarti ass.
		2012	2013			
-0,06	-4,52%	96,668	99,375	2,708	2,80%	3,66%

**RIEPILOGO PER UFFICIO: BILANCIO E PROGR.E.F.**

differenziale TMU ponderato	scarto ass. TMU pond.	Votazione		differenza	Scarto ass. Medie ind.	Media scarti ass.
		2012	2013			
0,00	0,00%	100,000	100,000	0,000	0,00%	0,00%

**RIEPILOGO PER UFFICIO: TUTELA CONS. E UTENTI**

differenziale TMU ponderato	scarto ass. TMU pond.	Votazione		differenza	Scarto ass. Medie ind.	Media scarti ass.
		2012	2013			
0,05	0,03%	100,000	100,000	0,000	0,00%	-0.02%

**RIEPILOGO PER UFFICIO: SVILUPPO E AGG. PROF.**

differenziale TMU ponderato	scarto ass. TMU pond.	Votazione		differenza	Scarto ass. Medie ind.	Media scarti ass.
		2012	2013			
-104,00	-5,65%	96,667	100,000	3,333	3,44%	4.55%

**RIEPILOGO PER UFFICIO: SANZIONI R.I.**

differenziale TMU ponderato	scarto ass. TMU pond.	Votazione		differenza	Scarto ass. Medie ind.	Media scarti ass.
		2012	2013			
0,71	2,61%	100,000	100,000	0,000	0,00%	-1,30%

**CONTROLLO**

**RIEPILOGO PER UFFICIO: QUALITA' R.I.**

differenziale TMU ponderato	scarto ass. TMU pond.	Votazione		differenza	Scarto ass. Medie ind.	Media scarti ass.
		2012	2013			
-1,59	-16,92%	100,000	100,000	0,000	0,00%	8,46%



**RIEPILOGO PER UFFICIO: S.U.A.P.**

differenziale TMU ponderato	scarto ass. TMU pond.	Votazione 2012	2013	differenza	Scarto ass. Medie ind.	Media scarti ass.
-0,46	-5,76%	100,000	100,000	0,000	0,00%	2,88%

**RIEPILOGO PER UFFICIO: ATTIVITA' REGOLAMENTATE**

differenziale TMU ponderato	scarto ass. TMU pond.	Votazione 2012	2013	differenza	Scarto ass. Medie ind.	Media scarti ass.
0,46	4,05%	100,000	100,000	0,000	0,00%	-2,03%

**RIEPILOGO PER UFFICIO: STUDI E SUPP.STRATEG.**

differenziale TMU ponderato	scarto ass. TMU pond.	Votazione 2012	2013	differenza	Scarto ass. Medie ind.	Media scarti ass.
-9,01	-1,14%	100,000	100,000	0,000	0,00%	0,57%

**RIEPILOGO PER UFFICIO: PROT.INF. E GEST.DOC.**

differenziale TMU ponderato	scarto ass. TMU pond.	Votazione 2012	2013	differenza	Scarto ass. Medie ind.	Media scarti ass.
-0,62	-14,50%	96,667	100,000	3,333	3,45%	8,97%

**RIEPILOGO PER UFFICIO: GEST.SVIL. E ORG.R.U.**

differenziale TMU ponderato	scarto ass. TMU pond.	Votazione 2012	2013	differenza	Scarto ass. Medie ind.	Media scarti ass.
2,96	4,61%	100,000	100,000	0,000	0,00%	-2,30%

**RIEPILOGO PER UFFICIO: ASS.LEGALE E CONTENZ.**

differenziale TMU ponderato	scarto ass. TMU pond.	Votazione 2012	2013	differenza	Scarto ass. Medie ind.	Media scarti ass.
0,00	0,00%	100,000	100,000	0,000	0,00%	0,00%

**RIEPILOGO PER UFFICIO: MARCHI E BREVETTI**

differenziale TMU ponderato	scarto ass. TMU pond.	Votazione 2012	2013	differenza	Scarto ass. Medie ind.	Media scarti ass.
-1,14	-5,35%	100,000	100,000	0,000	0,00%	2,68%



Lo scostamento medio (miglioramento medio) delle valutazioni individuali degli addetti agli uffici oggetto di valutazione è pari allo 0,767%.

$$\text{Formula: } \frac{(0,07+1,45+0,42+0,84+0,61+0,56+3,23+0,21+0,56+2,80+3,44+3,45)}{23}$$

Lo scostamento medio (miglioramento medio) degli scarti assoluti (TMU ponderati + votazioni) è pari al 2,96%

$$\text{Formula: } \frac{(5,36+16,14+1,19+8,65+0,96+0,28+1,34+2,94+4,87+0,24+3,66-0,02+4,55-1,30+8,46+2,88-2,03+0,57+8,97-2,30+2,68)}{23}$$

Dai suddetti dati, si rileva una sostanziale coerenza nello svolgimento dell'attività dell'Ente, laddove infatti si verifica una sostanziale tenuta dell'efficienza media delle attività dei singoli uffici che trova conforto nell'aumento delle valutazioni individuali degli addetti ai diversi uffici.

Al riguardo per l'O.I.V. sarà possibile, secondo le consolidate indicazioni del precedente O.V.C.S., valutare come obiettivi con target raggiunto quei servizi/uffici per i quali si è verificato uno scostamento negativo dei TMU ponderati (minuti) non superiore al 5% rispetto ai TMU dell'anno precedente. Sarà inoltre possibile valutare come obiettivi con target parzialmente raggiunto quei servizi/uffici per i quali si è verificato uno scostamento negativo dei TMU ponderati (minuti) tra il 5% ed il 10% rispetto ai TMU dell'anno precedente.

La situazione degli obiettivi assegnati al Segretario Generale ed ai Dirigenti, che sarà oggetto di apposito esame e valutazione da parte dell'O.I.V. è la seguente:

#### **OBIETTIVI INDIVIDUALI ASSEGNATI AL SEGRETARIO GENERALE**

	<b>Valore assoluto</b>	<b>Valore %</b>
<b>Obiettivi con target raggiunto</b>	<b>3</b>	<b>100%</b>
<b>Obiettivi con target parzialmente raggiunto</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Obiettivi con target non raggiunto</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Obiettivi totali assegnati</b>	<b>3</b>	<b>100%</b>

#### **OBIETTIVI INDIVIDUALI ASSEGNATI AL DIRIGENTE AREA 1**

	<b>Valore assoluto</b>	<b>Valore %</b>
<b>Obiettivi con target raggiunto</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>
<b>Obiettivi con target parzialmente raggiunto</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>



<b>Obiettivi con target non raggiunto</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Obiettivi totali assegnati</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

#### **OBIETTIVI INDIVIDUALI ASSEGNATI AL DIRIGENTE AREA 2**

	<b>Valore assoluto</b>	<b>Valore %</b>
<b>Obiettivi con target raggiunto</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>
<b>Obiettivi con target parzialmente raggiunto</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Obiettivi con target non raggiunto</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Obiettivi totali assegnati</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

#### **OBIETTIVI INDIVIDUALI ASSEGNATI AL DIRIGENTE AREA 3**

	<b>Valore assoluto</b>	<b>Valore %</b>
<b>Obiettivi con target raggiunto</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>
<b>Obiettivi con target parzialmente raggiunto</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Obiettivi con target non raggiunto</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Obiettivi totali assegnati</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

#### **OBIETTIVI INDIVIDUALI ASSEGNATI AL PERSONALE**

Dall'anno 2013 la valutazione individuale del personale è effettuata con delle nuove schede di valutazione che tengono conto anche di specifici obiettivi individuali e/o di gruppo, che i dirigenti assegneranno ad inizio anno, al personale a loro assegnato. L'assegnazione, il monitoraggio e la verifica del raggiungimento dei suddetti obiettivi sono di competenza della dirigenza e del Segretario Generale.

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

In questa sezione la Camera di Commercio di Salerno rendiconta i risultati conseguiti in termini di efficienza ed economicità della propria azione nell'anno oggetto della Relazione, evidenziando la capacità della Camera di gestire le risorse economiche anche attraverso un continuo monitoraggio.

La rendicontazione è effettuata utilizzando alcuni tra i più significativi indicatori proposti dal Sistema Informativo Pareto, utili per manifestare lo stato di salute dell'Ente:



## 1) Margine di Struttura finanziaria a breve termine - EC1

Questo indicatore misura la capacità dell'Ente camerale di far fronte ai debiti a breve termine (ossia quelli con scadenza entro 12 mesi) mediante la liquidità disponibile o con i crediti a breve.

Esso, infatti, indica se l'ammontare delle attività che ritorneranno in forma liquida entro l'anno è superiore ai debiti che nello stesso arco di tempo diventeranno esigibili.

Inoltre, è in grado di fornire un'immediata percezione della misura di eventuali "squilibri" positivi o negativi.

Unità di misura: Valore percentuale

**Numeratore:** Attivo circolante (Voci di Stato patrimoniale: B = "Attivo circolante") - Passivo a breve (Voci di Stato patrimoniale: D entro 12 mesi = "Debiti di funzionamento" + E = "Fondi per rischi ed oneri" + F = "Ratei e risconti passivi")

**Denominatore:** Passivo a breve (Voci di Stato patrimoniale: D entro 12 mesi = "Debiti di funzionamento" + E = "Fondi per rischi ed oneri" + F = "Ratei e risconti passivi")

$$\begin{aligned} \text{Numeratore} &= 14.912.885,09 - (5.580.600,00 + 66.114,05 + 0,00) &= 164,10\% \\ \text{Denominatore} &= \frac{5.580.600,00 + 66.114,05 + 0,00}{14.912.885,09} \end{aligned}$$

Un valore dell'indicatore superiore al 100% evidenzia una situazione positiva.

## 2) Indice di Liquidità - EC2.1

Questo indicatore Misura l'attitudine ad assolvere, con le sole disponibilità liquide, agli impegni di breve periodo, L'indice di liquidità «secca» espressa come percentuale tra la liquidità a breve e le passività correnti fornisce un'indicazione sullo stato di equilibrio finanziario della Camera ed esprime la capacità di coprire con la liquidità corrente i programmi di investimento preventivati:

Indice di liquidità > 2 eccessiva liquidità

Indice di liquidità >1 equilibrio finanziario

Indice di liquidità da 0,5 < a < 1 condizioni limite di equilibrio

Indice di liquidità < 0,3 netto squilibrio finanziario

Unità di misura: Valore percentuale

**Numeratore:** Liquidità immediata + liquidità differita (calcolo: voci di Stato patrimoniale: (attivo) B = "Attivo circolante" - e) Crediti di funzionamento

**Denominatore:** Passività correnti (Voci di Stato patrimoniale: D entro 12 mesi = "Debiti di Funzionamento" + E = "Fondi per rischi ed oneri" + F = "Ratei e risconti passivi")

$$\text{Numeratore} = \frac{14.912.885,09 - 11.294.845,68}{11.294.845,68} = 0,64$$



Denominatore 5.580.600,00+66.114,05+0

### 3) Margine di struttura primario – EC 5.1

Misura la capacità della Camera di commercio di finanziare le attività di lungo periodo interamente con capitale proprio.

Unità di misura: Valore percentuale

**Numeratore:** Patrimonio netto (Voci di Stato patrimoniale: A = "Patrimonio netto")

**Denominatore:** Immobilizzazioni (Voci di Stato patrimoniale: A "Immobilizzazioni")

$$\begin{array}{l} \text{Numeratore} = \\ \text{Denominatore} = \end{array} \frac{20.185.173,60}{17.238.620,17} = 117,09\%$$

In generale è auspicabile un valore superiore all'80%: valori inferiori potrebbero però essere giustificati da forti Investimenti che abbiano comportato il ricorso al capitale di credito.

### 4) Interventi economici e nuovi investimenti per impresa attiva - EC18

Misura il valore medio di Interventi economici e nuovi investimenti finanziari per impresa attiva.

Tale indice si presta facilmente al confronto diretto tra le diverse Camere, a prescindere dalla dimensione delle stesse.

Unità di misura: Euro

**Numeratore:** *Interventi economici + Nuovi investimenti (finanziari) [Voci di Conto economico: B.8 = "Interventi economici" + Valore da Consuntivo art. 24 D.P.R. 254/2005]*

**Denominatore:** *Numero di imprese attive al 31/12 dell'anno "n"*

$$\begin{array}{l} \text{Numeratore} = \\ \text{Denominatore} = \end{array} \frac{6.441.822,30 + 1.639.956,34}{100.889} = \text{€} . 80,11$$

L'indicatore esprime il valore medio di Interventi economici e Nuovi investimenti per impresa attiva.

### 5) Scomposizione degli oneri correnti (incidenza interventi economici) - EC15.4



Misura l'incidenza degli interventi economici sul totale degli oneri correnti.

In generale, maggiore è l'incidenza degli interventi economici sul totale degli Oneri correnti più la Camera di Commercio ha utilizzato risorse per finanziare interventi diretti alle imprese.

Valore "congruo": 30%

Un valore <30% indica un insufficiente utilizzo delle risorse per finanziare gli interventi economici

Un valore >30% indica un utilizzo delle risorse per finanziare gli interventi economici "ottimale" solo in presenza di un risultato positivo della gestione ordinaria.

Unità di misura: %

**Numeratore:** Interventi economici (*Voci di Conto economico: B8="Interventi economici"*)

**Denominatore:** Oneri correnti (*Voci di Conto economico: B = "Oneri Correnti"*)

$$\begin{array}{l} \text{Numeratore} = \\ \text{Denominatore} = \end{array} \frac{6.441.822,30}{27.413.448,68} = 23,50\%$$

È importante, per dare conto della capacità della Camere di commercio di generare valore aggiunto per il territorio, anche evidenziare le risorse che la Camera è stata in grado di reperire fungendo da "moltiplicatore del diritto annuale" versato dalle imprese:

### 6) Scomposizione dei Proventi correnti (Diritto annuale) - EC13.1

Misura l'incidenza delle entrate da Diritto annuale sul totale dei Proventi correnti.

Unità di misura: Valore percentuale

**Numeratore:** *Diritto annuale (Voci di Conto economico: A.1 = "Diritto annuale")*

**Denominatore:** *Proventi correnti (Voci di Conto economico: A = "Proventi correnti")*

$$\begin{array}{l} \text{Numeratore} = \\ \text{Denominatore} = \end{array} \frac{21.560.339,90}{26.007.218,79} = 82,90\%$$

In generale, è auspicabile un valore quanto più basso possibile, per la Camera di Salerno indica una quota di risorse indipendenti dal diritto annuale pari al 17,10%.

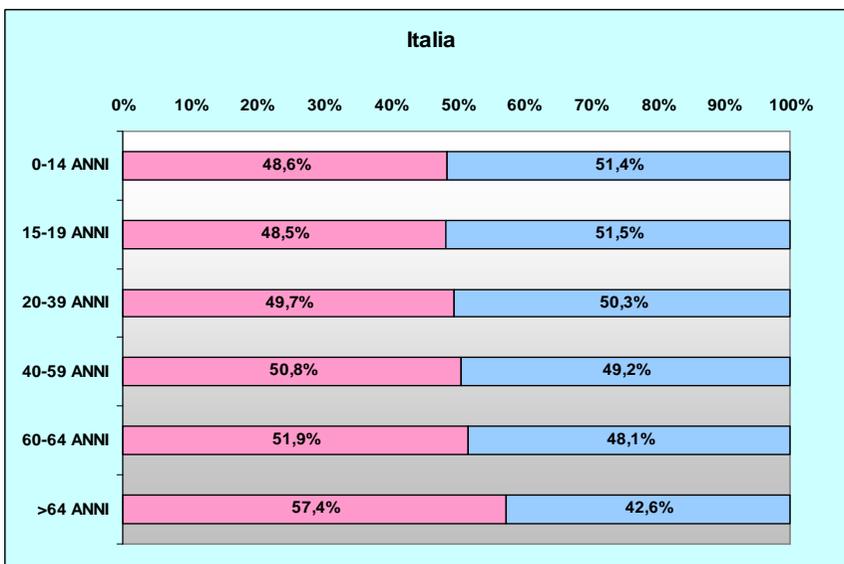
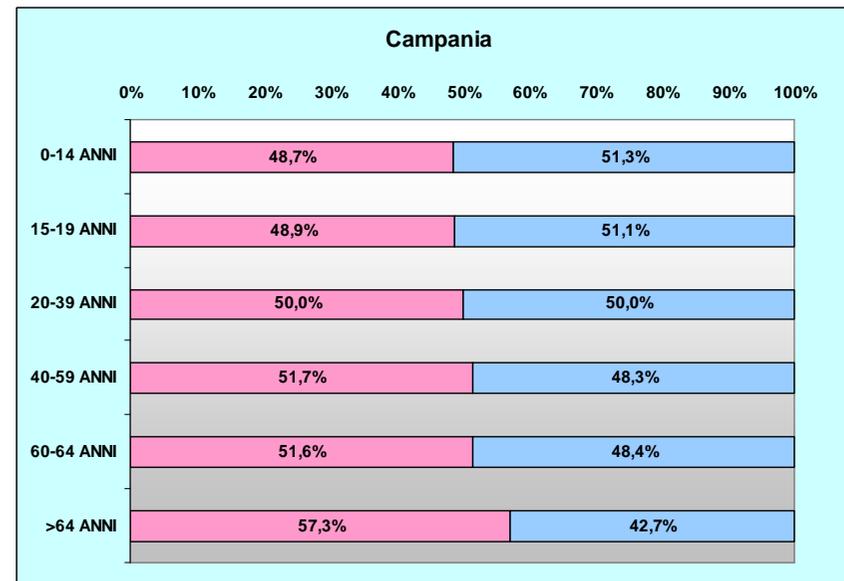
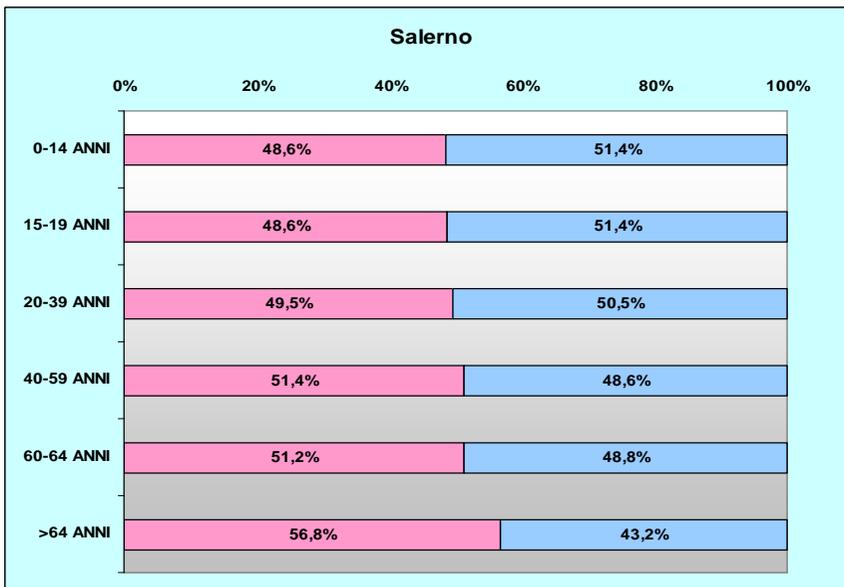


## 5. PARI OPPORTUNITA' E BILANCIO DI GENERE - contesto esterno

# DEMOGRAFIA E STRUTTURA FAMILIARE



## POPOLAZIONE PER ETA' E GENERE - RIPARTIZIONE UOMINI E DONNE PER CLASSI DI ETA'



Donne Uomini

**Dati 2013**  
**Fonte: ISTAT**

Elab. Ufficio Studi – Osservatorio Economico – CCIAA Salerno



## BILANCIO DEMOGRAFICO

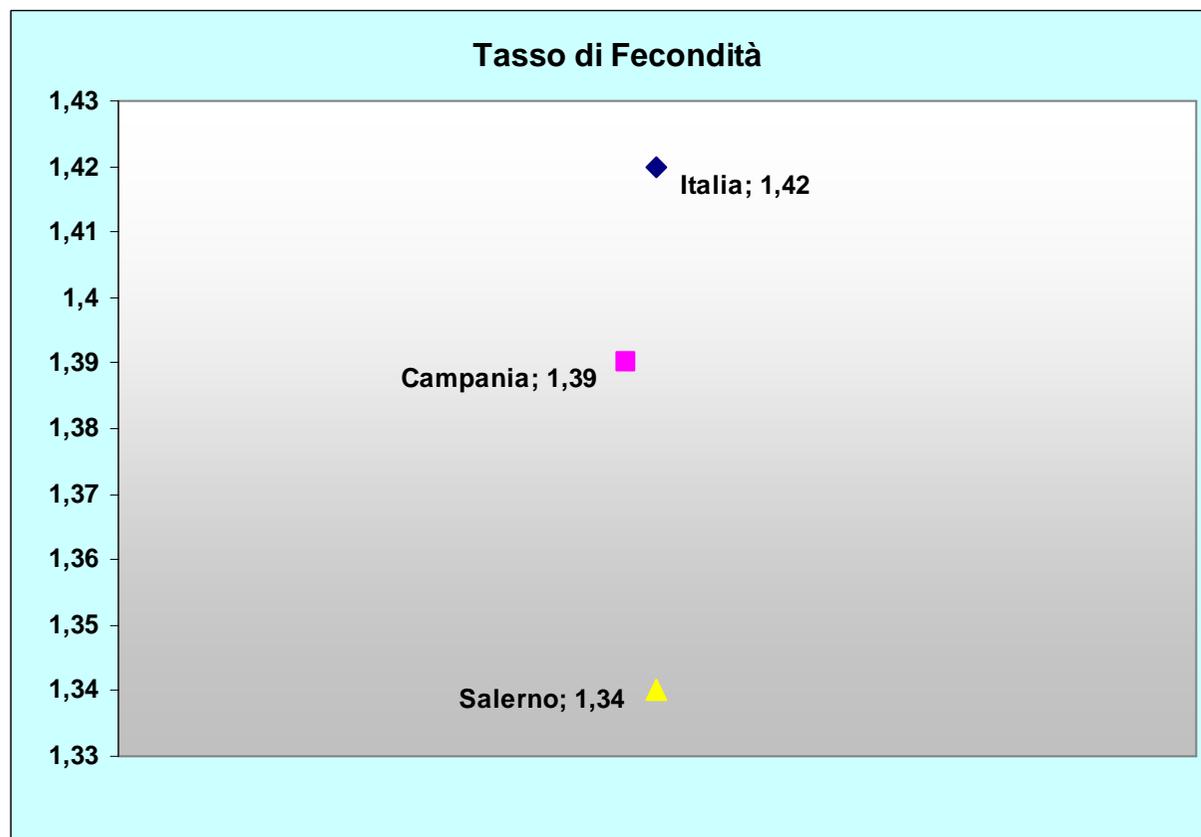
### PROVINCIA DI SALERNO

<b>Popolazione al 1° gennaio</b>	<b>1.092.574</b>
<b>Nati</b>	<b>9.769</b>
<b>Morti</b>	<b>10.430</b>
<b>Saldo naturale</b>	<b>-661</b>
<b>Iscritti da altri comuni</b>	<b>23.356</b>
<b>Iscritti dall'estero</b>	<b>4.442</b>
<b>Iscritti per altri motivi</b>	<b>1.948</b>
<b>Cancellati per altri comuni</b>	<b>25.924</b>
<b>Cancellati per l'estero</b>	<b>1.082</b>
<b>Cancellati per altri motivi</b>	<b>1.200</b>
<b>Saldo migratorio e per altri motivi</b>	<b>1.540</b>
<b>Popolazione residente in famiglia</b>	<b>1.091.794</b>
<b>Popolazione residente in convivenza</b>	<b>1.659</b>
<b>Popolazione al 31 dicembre</b>	<b>1.093.453</b>
<b>N. di famiglie</b>	<b>426.162</b>
<b>N. di convivenze</b>	<b>256</b>
<b>N. medio di componenti per famiglia</b>	<b>2,56</b>

Dati 2013  
Fonte: ISTAT



## BILANCIO DEMOGRAFICO

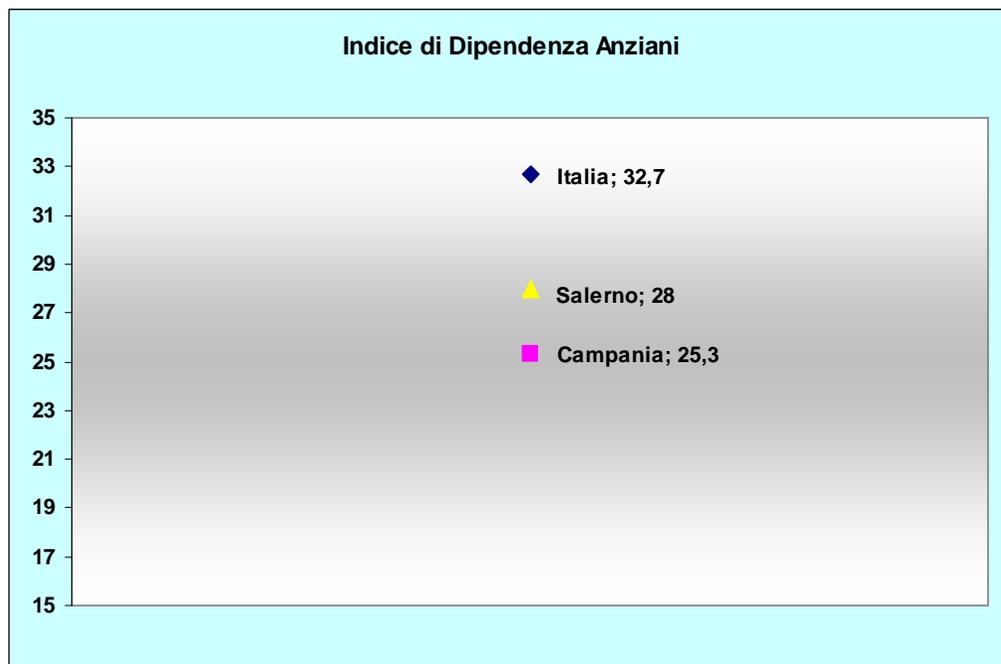


Numero medio figli per donna

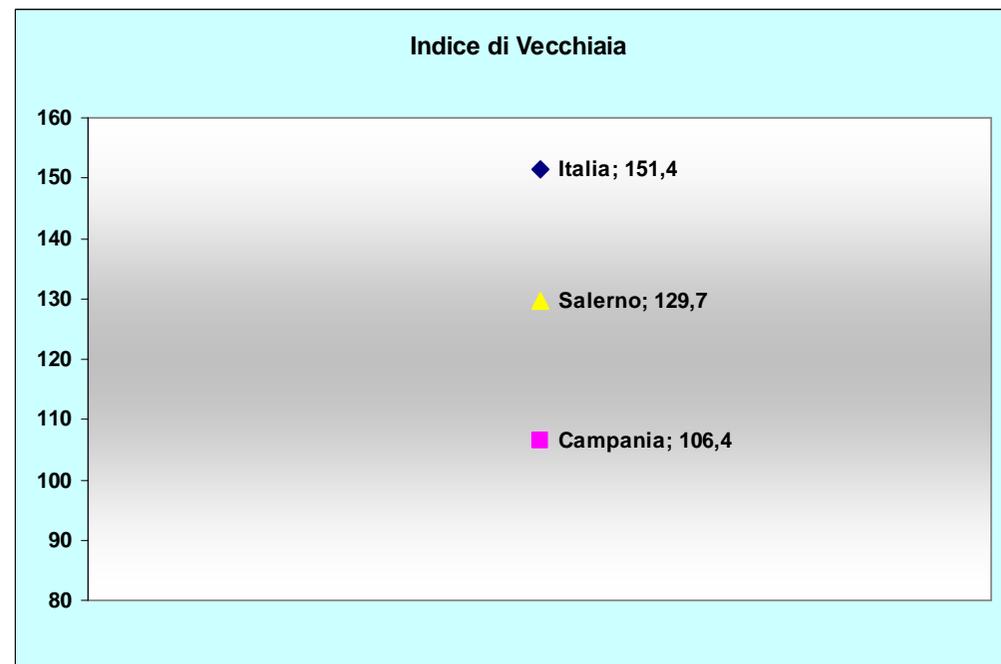
**Dati 2013**  
**Fonte: ISTAT**



## STRUTTURA DEMOGRAFICA



Rapporto tra la popolazione con oltre 65 anni  
rispetto alla popolazione in età 15-64 anni

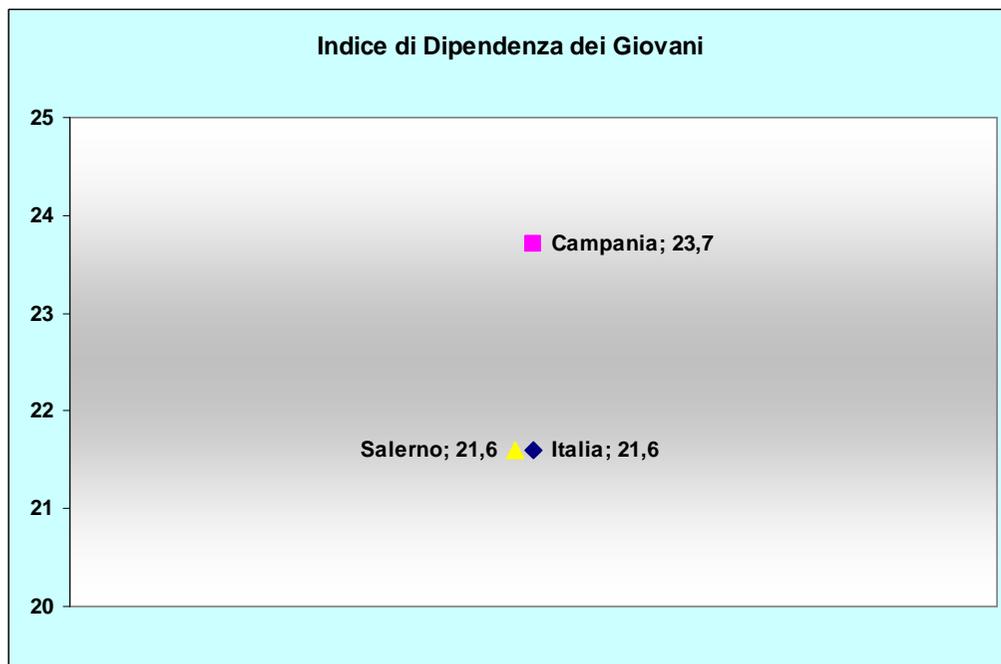


Rapporto tra la popolazione con oltre 65 anni  
rispetto alla popolazione in età 0-14 anni

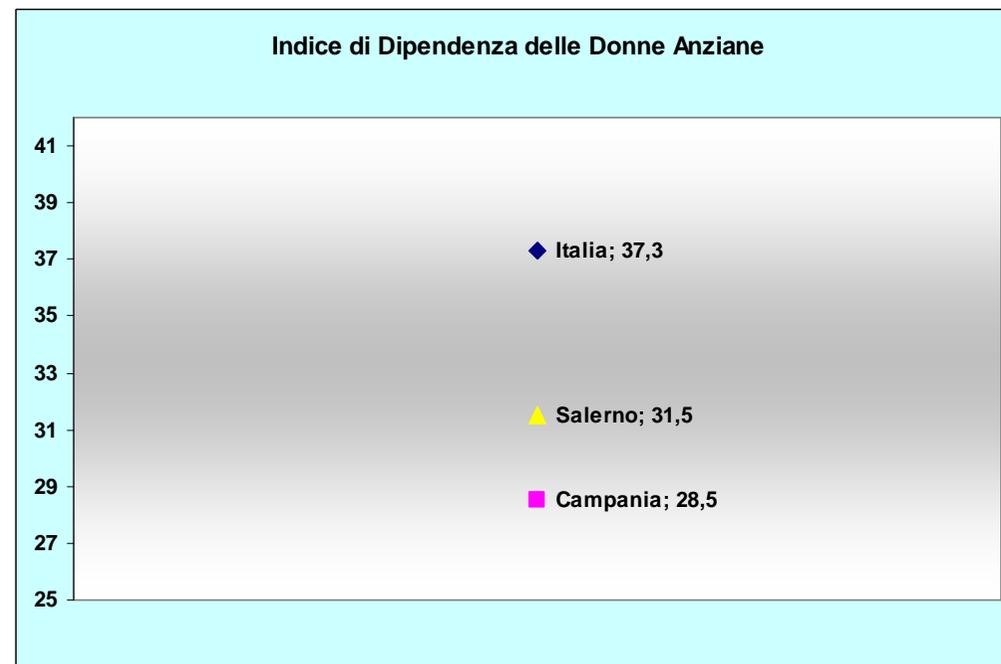
**Dati 2013**  
**Fonte: ISTAT**



## STRUTTURA DEMOGRAFICA



Rapporto tra la popolazione in età 0-14 anni  
rispetto alla popolazione in età 15-64 anni

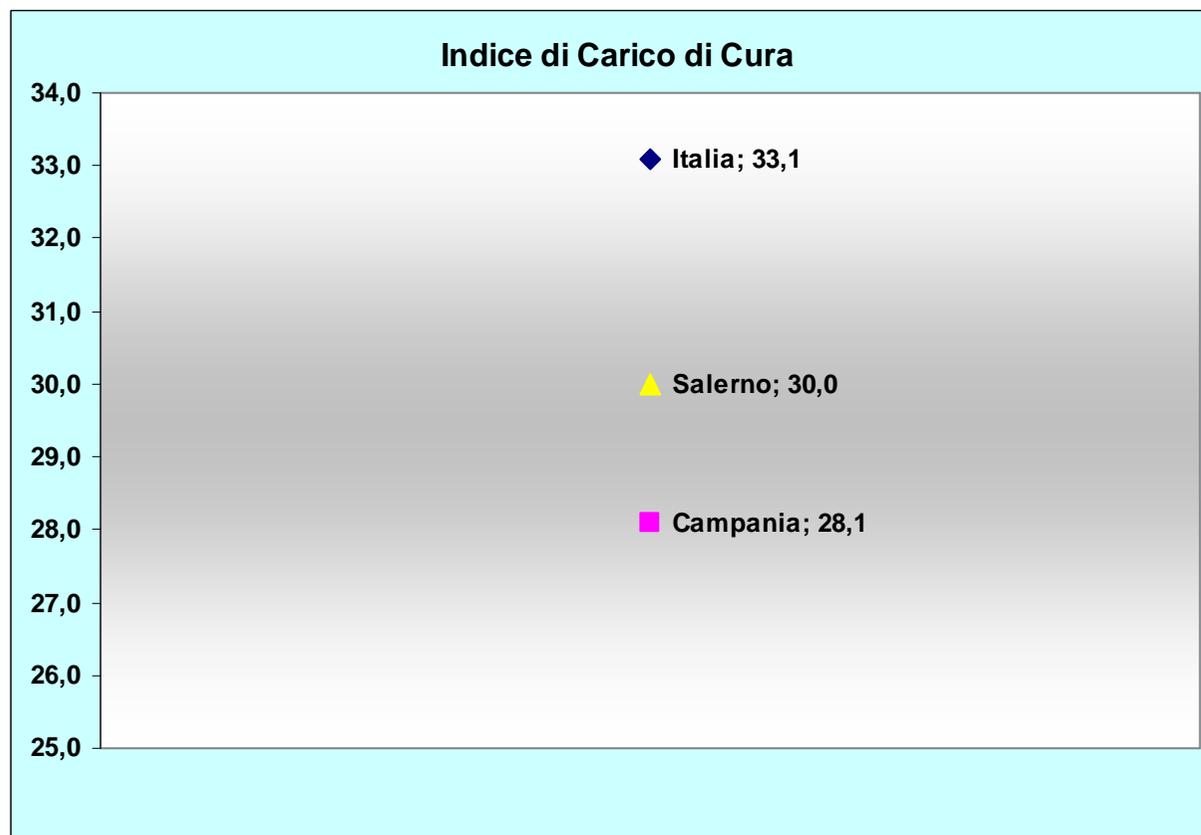


Rapporto tra la popolazione femminile con  
oltre 65 anni rispetto alla popolazione  
femminile in età 15-64 anni

**Dati 2013**  
**Fonte: ISTAT**



## STRUTTURA DEMOGRAFICA

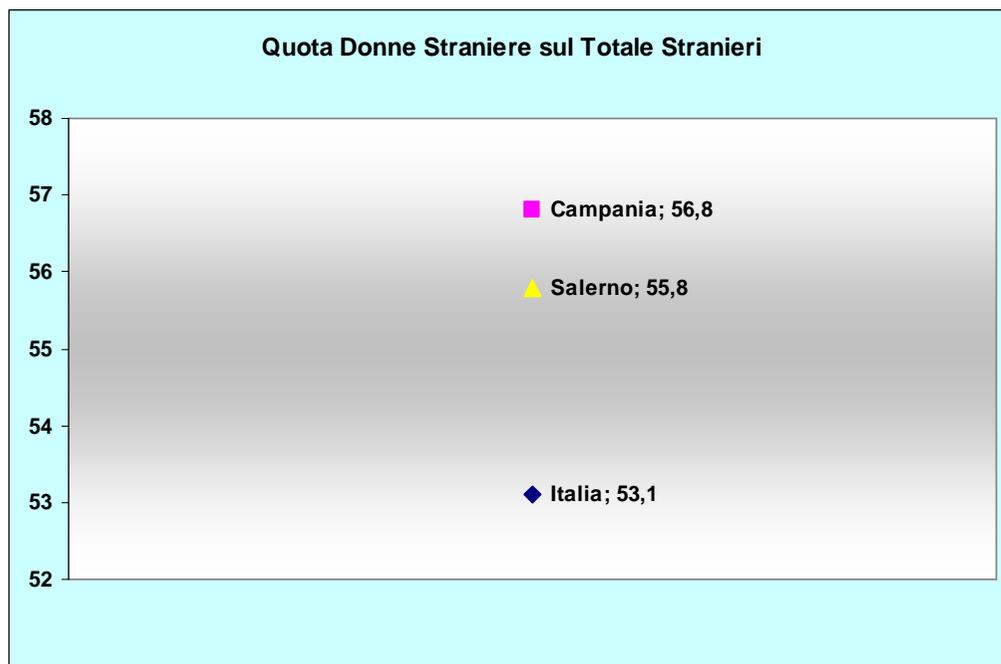


Percentuale della popolazione under 4 e over 80 anni  
ogni 100 donne in età 15-64 anni

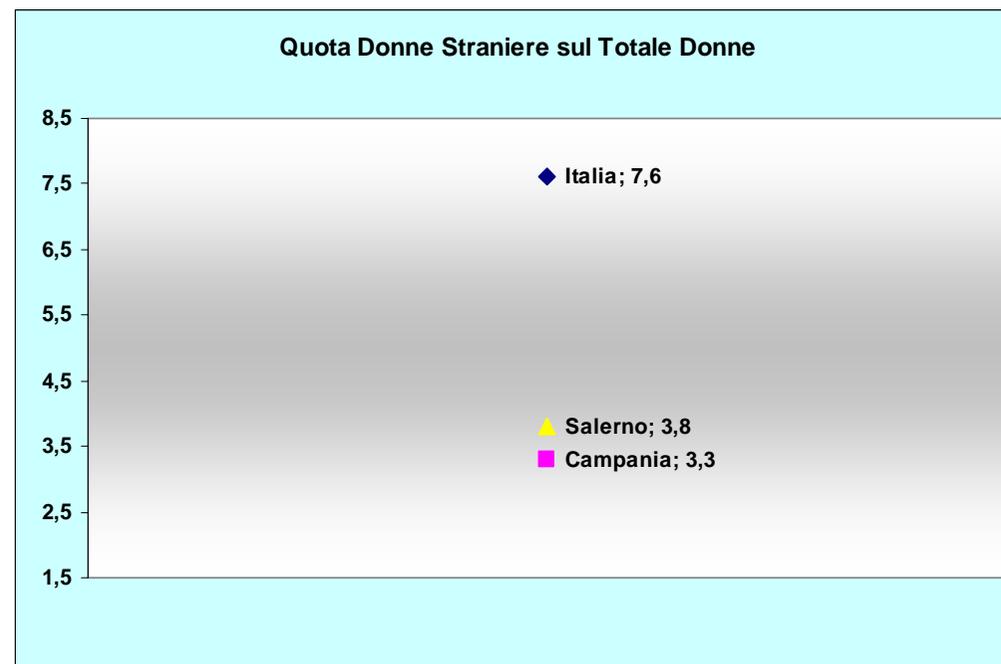
**Dati 2013**  
**Fonte: ISTAT**



## POPOLAZIONE STRANIERA



Rapporto tra il numero di donne straniere  
e il numero totale stranieri



Rapporto tra il numero di donne straniere  
e il numero totale donne

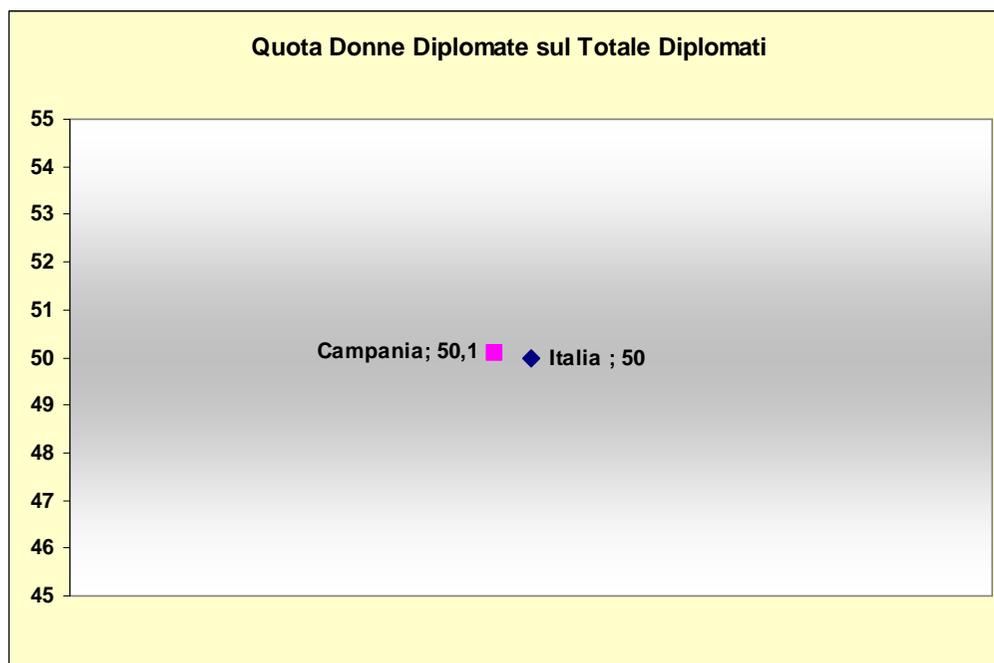
**Dati 2013**  
**Fonte: ISTAT**



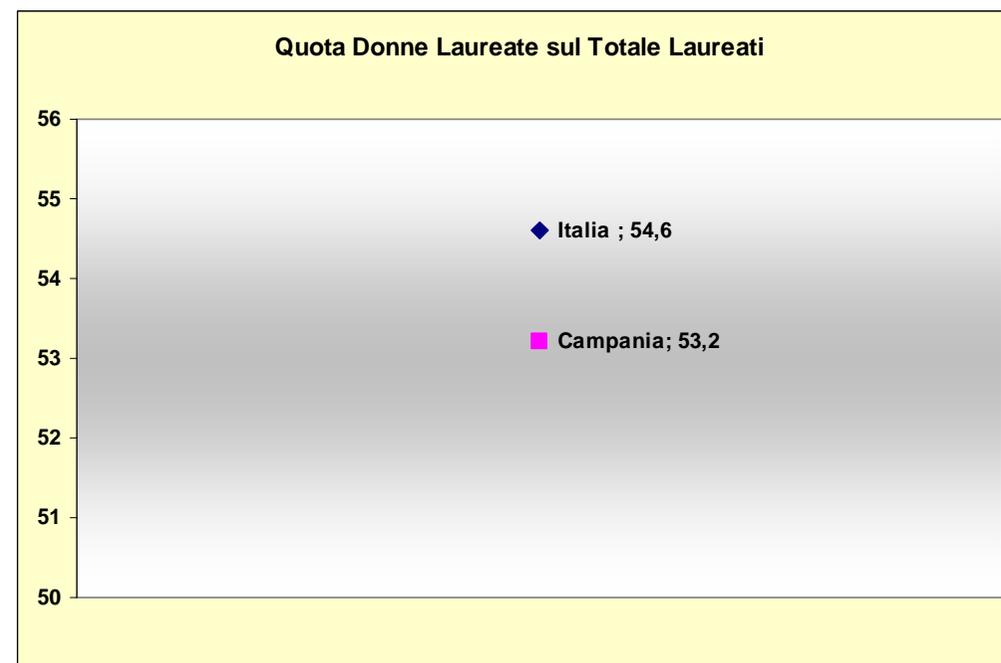
## CAPITALE UMANO



## LIVELLO D'ISTRUZIONE



Rapporto tra il numero di donne diplomate  
e il numero totale diplomati

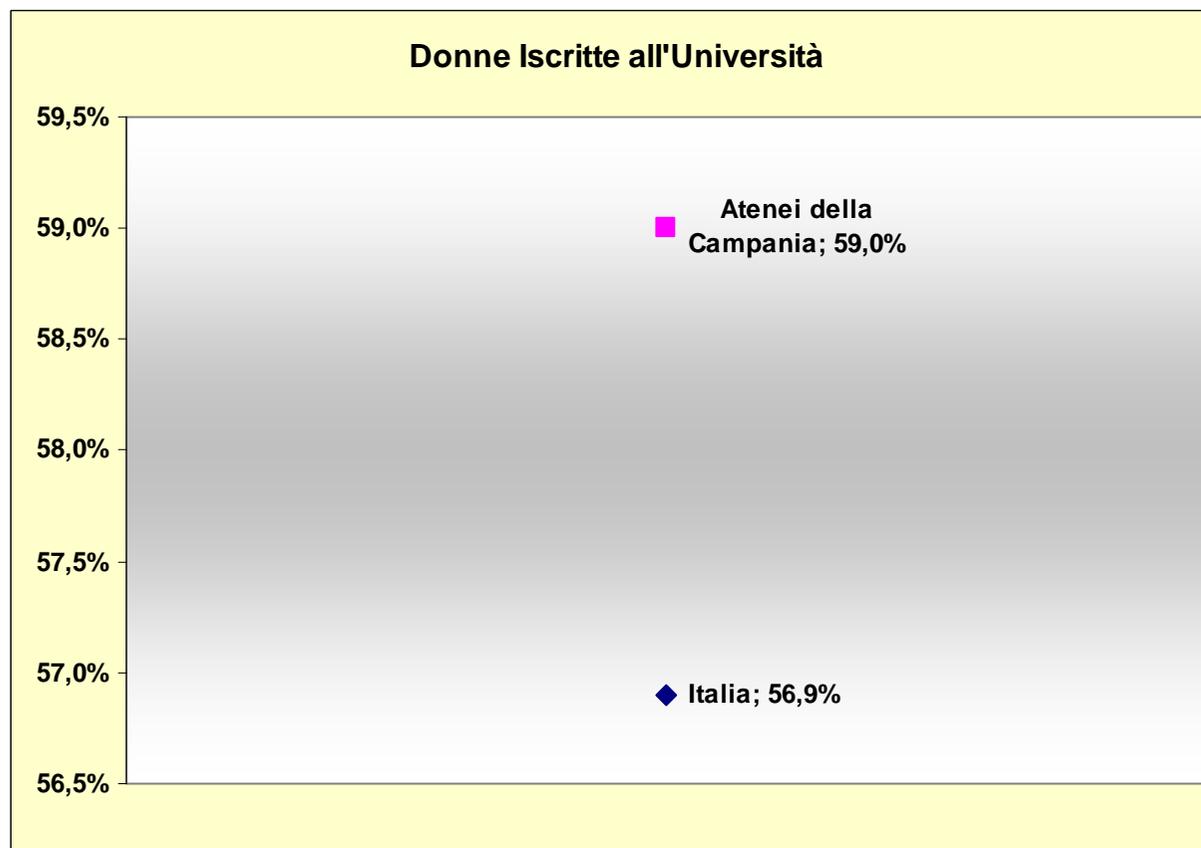


Rapporto tra il numero di donne laureate  
e il numero totale laureati

**Dati 2013**  
**Fonte: ISTAT**



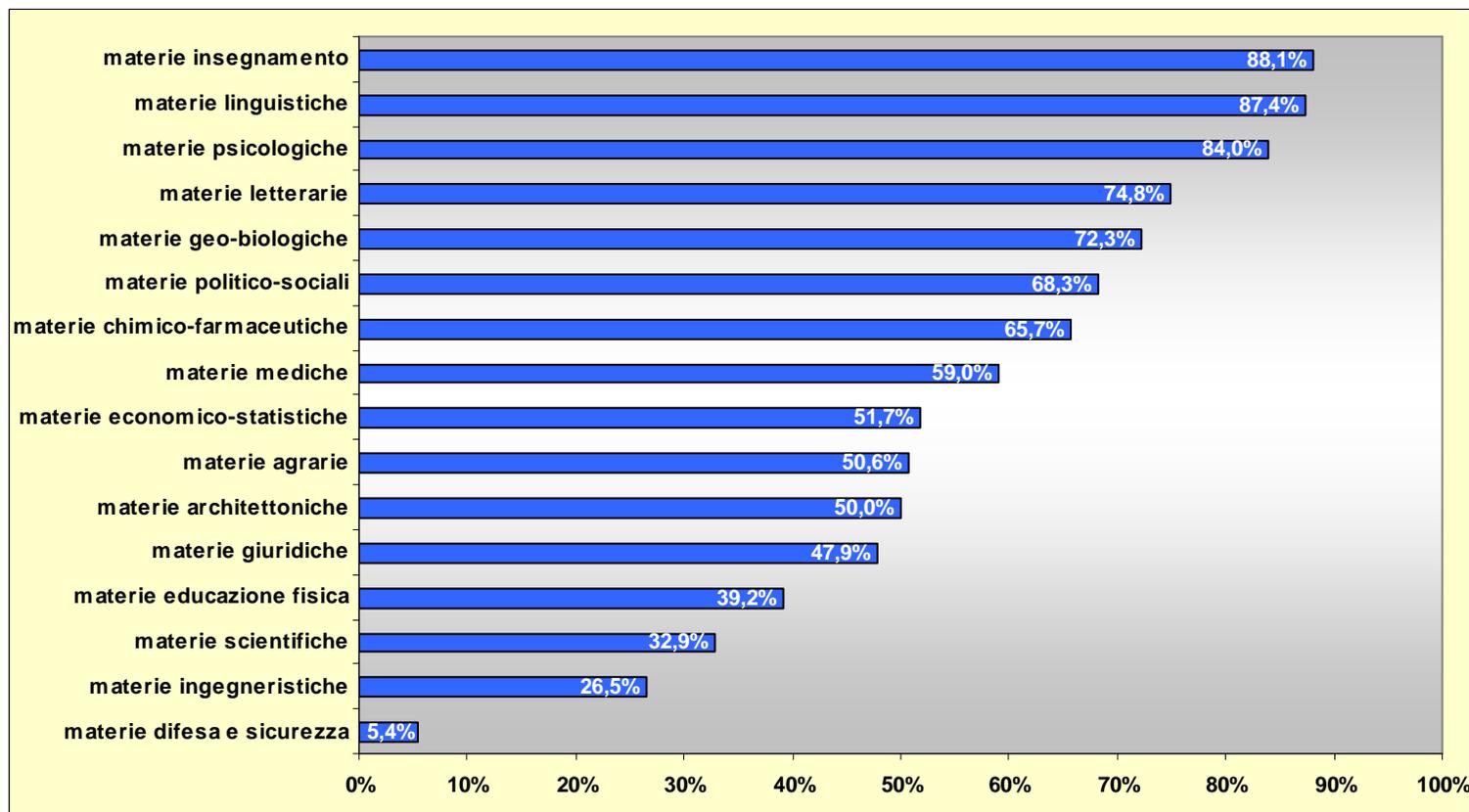
## ANALISI DI GENERE PER ISCRITTI ALL'UNIVERSITA'



**Dati 2012/2013**  
**Fonte: MIUR**



## DONNE LAUREATE PER TIPOLOGIA DI ISTRUZIONE



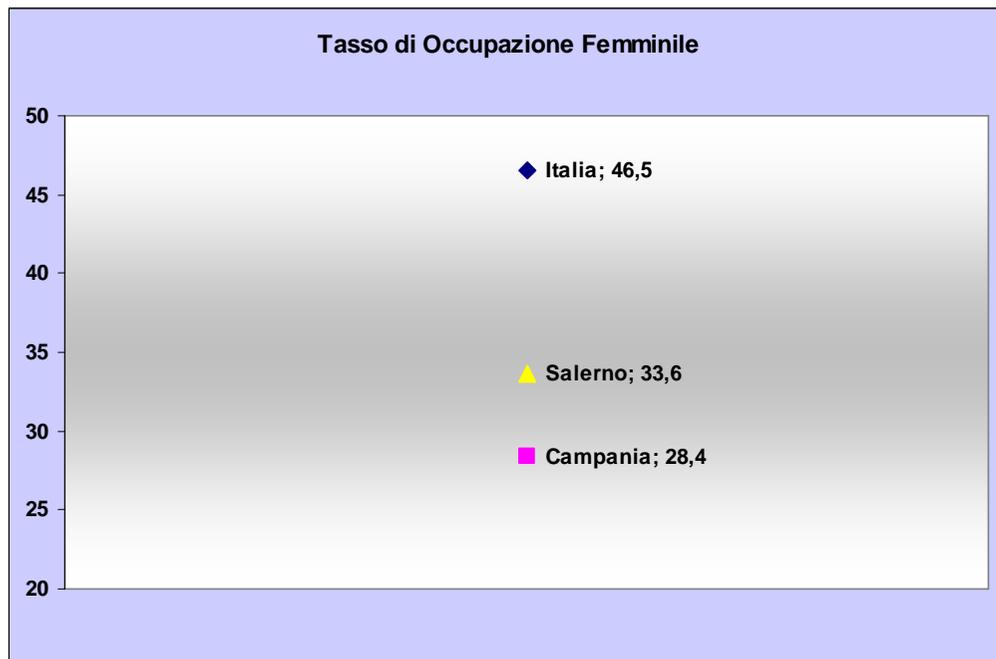
Dati Campania 2011  
Fonte: ISTAT



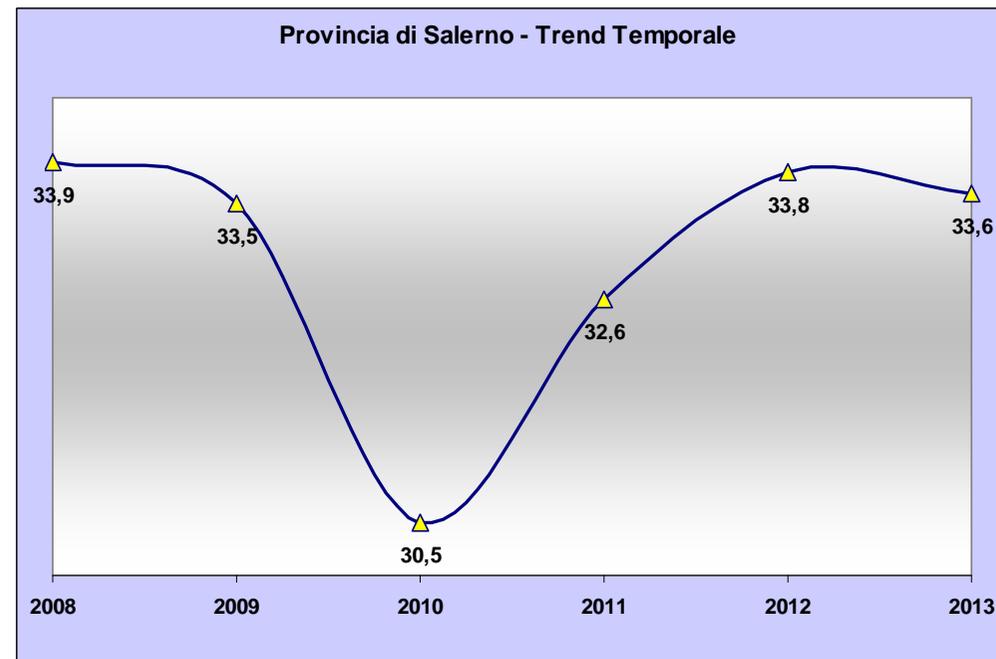
## MERCATO DEL LAVORO



## ANALISI DELL'OCCUPAZIONE FEMMINILE



Rapporto tra il numero di donne occupate e la popolazione femminile in età maggiore di 15 anni

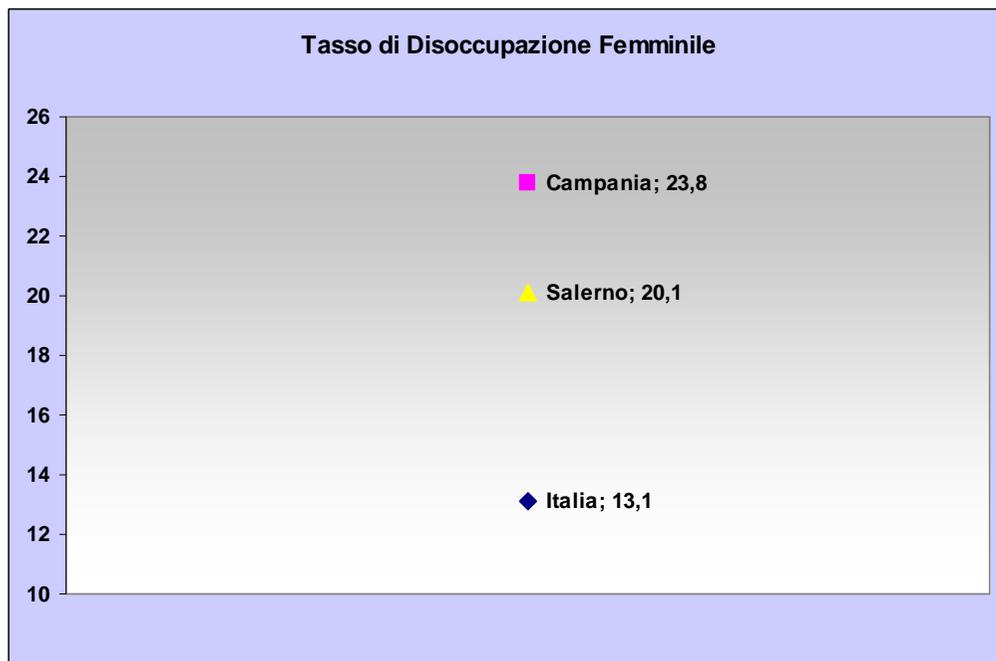


Evoluzione tasso di occupazione femminile nel periodo 2008-2013

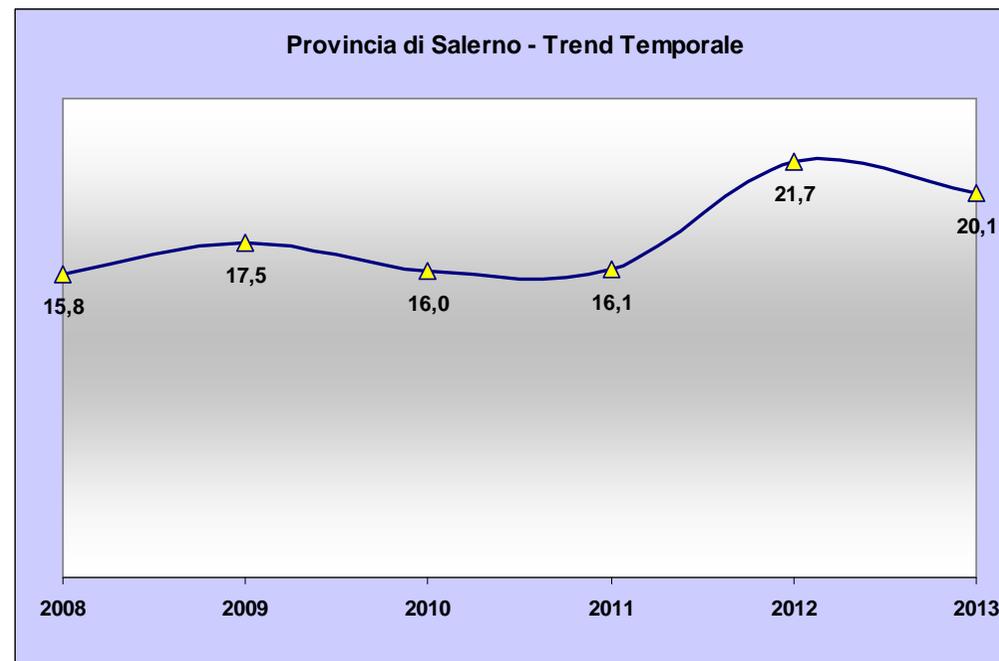
**Dati 2013**  
**Fonte: ISTAT**



## ANALISI DELLA DISOCCUPAZIONE FEMMINILE



Rapporto tra il numero di donne in cerca di occupazione e le forze di lavoro donne

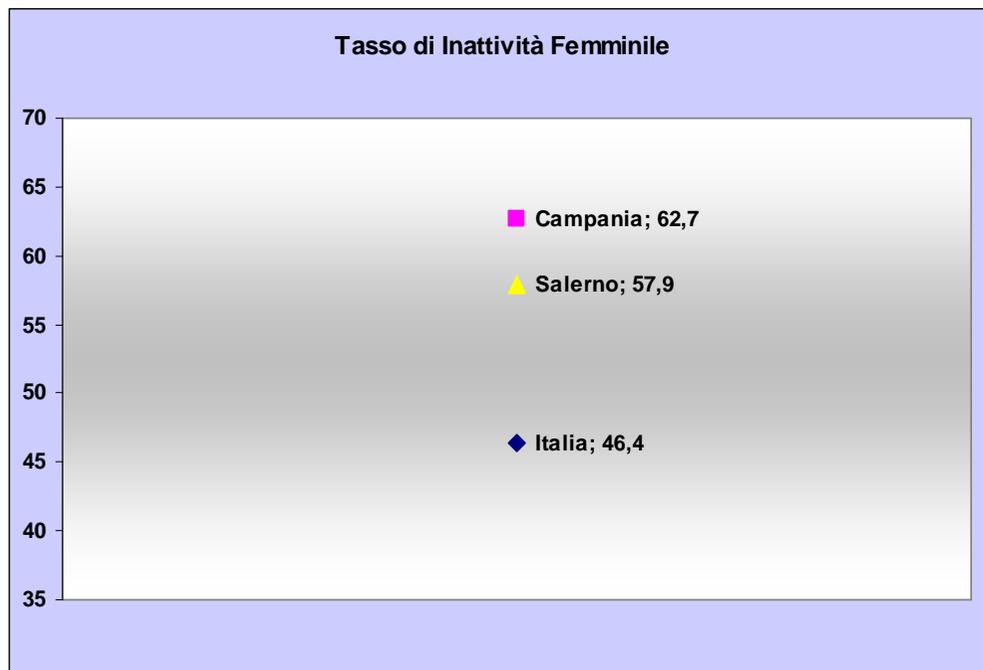


Evoluzione tasso di disoccupazione femminile nel periodo 2008-2013

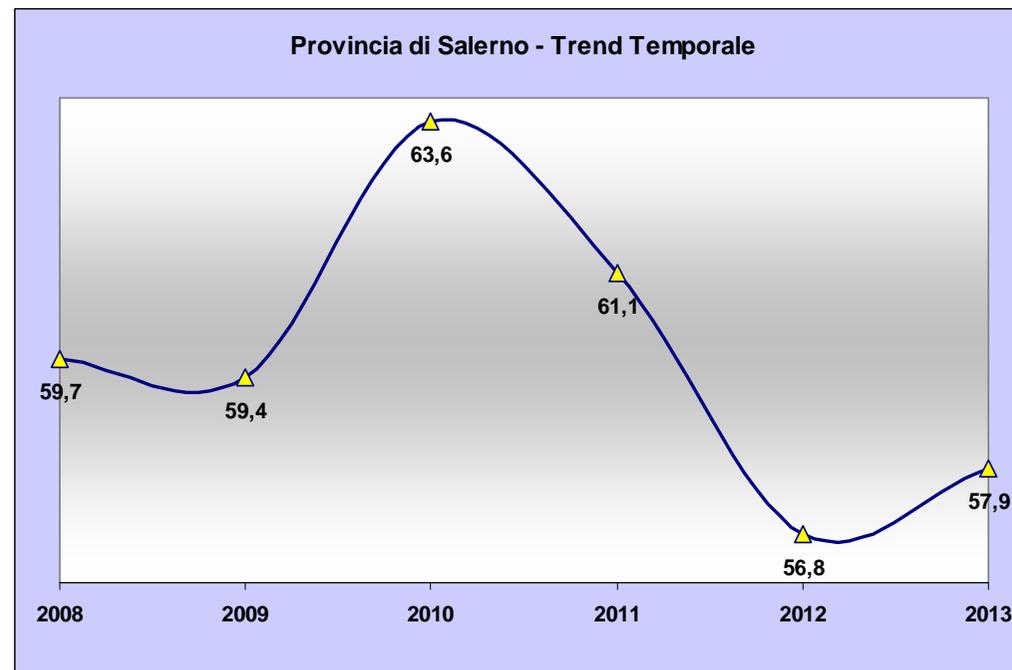
**Dati 2013**  
**Fonte: ISTAT**



## ANALISI DELL'INATTIVITA' FEMMINILE



Rapporto tra la popolazione femminile non attiva  
e la popolazione femminile residente

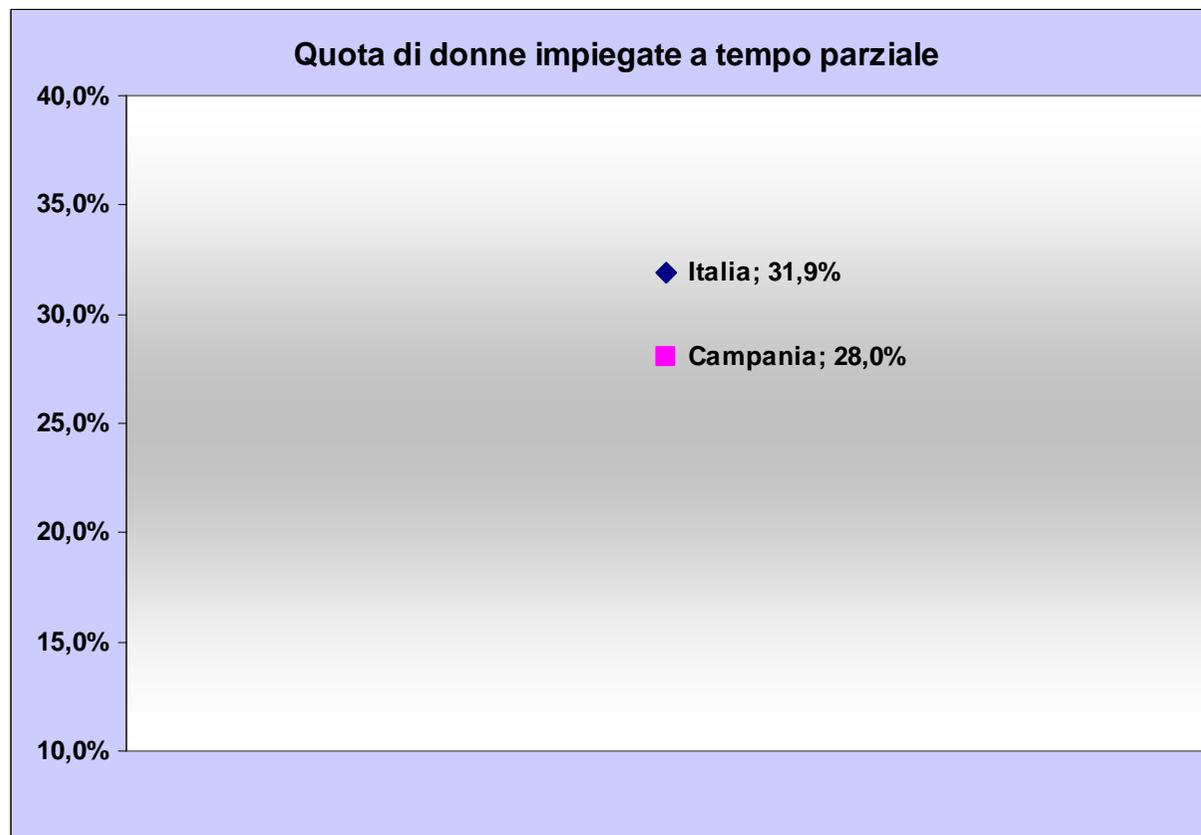


Evoluzione tasso di inattività femminile nel  
periodo 2008-2013

**Dati 2013**  
**Fonte: ISTAT**



## STRATEGIE DI CONCILIAZIONE VITA-LAVORO



**Dati 2013**  
**Fonte: ISTAT**



## PREVISIONI DI ASSUNZIONI PER SETTORE ECONOMICO E GENERE

### Provincia di Salerno

#### % preferenze donne sul totale assunzioni

<b>Industria e costruzioni</b>	<b>25,2%</b>
Industrie alimentari, delle bevande e del tabacco	61,1%
Industrie metalmeccaniche ed elettroniche	-
Altre industrie	7,8%
Costruzioni	-
<b>Servizi</b>	<b>19,3%</b>
Commercio	14,8%
Servizi turistici, di alloggio e ristorazione	16,8%
Servizi avanzati di supporto alle imprese	-
Servizi di trasporto, logistica e magazzinaggio	-
Servizi alle persone	33,7%
Altri servizi	15,4%
<b>Totale</b>	<b>21,9%</b>

Dati Previsione I trim. 2014  
Fonte: Sistema Excelsior Unioncamere

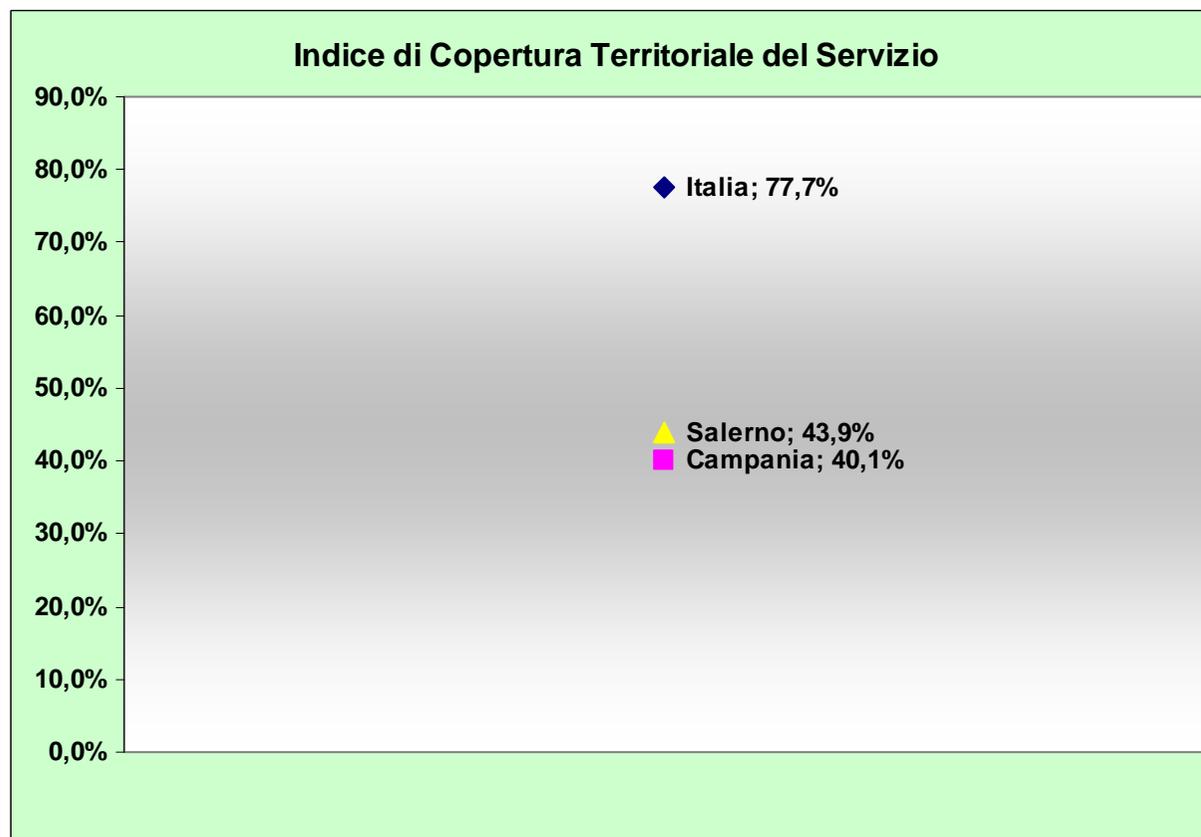


Camera di Commercio  
Salerno

## **WELFARE LOCALE**



## COPERTURA DEGLI ASILI NIDO

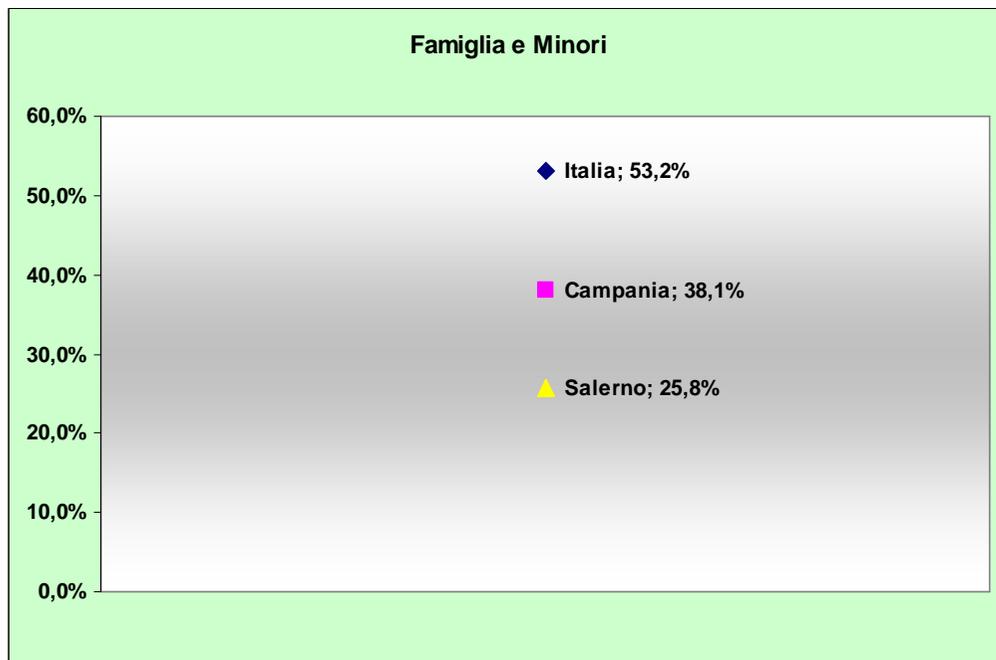


Numero di posti disponibili per 100 residenti  
in età 0-2 anni

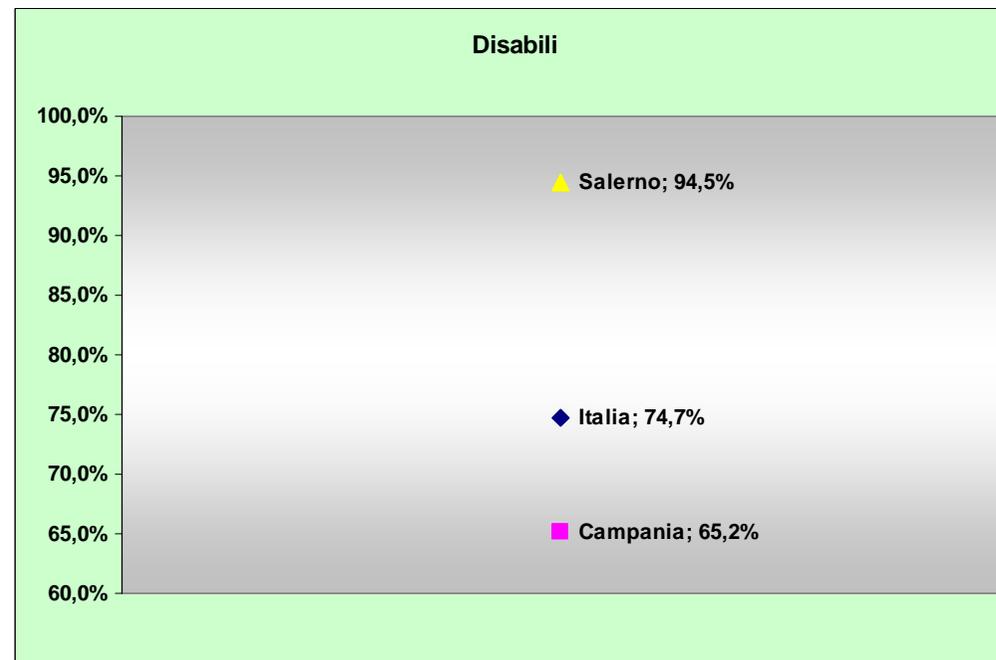
**Dati 2011**  
**Fonte: ISTAT**



## COPERTURA TERRITORIALE PER ASSISTENZA DOMICILIARE



Rapporto % tra piani assistenziali attivi e  
utenza potenziale (famiglie e minori)

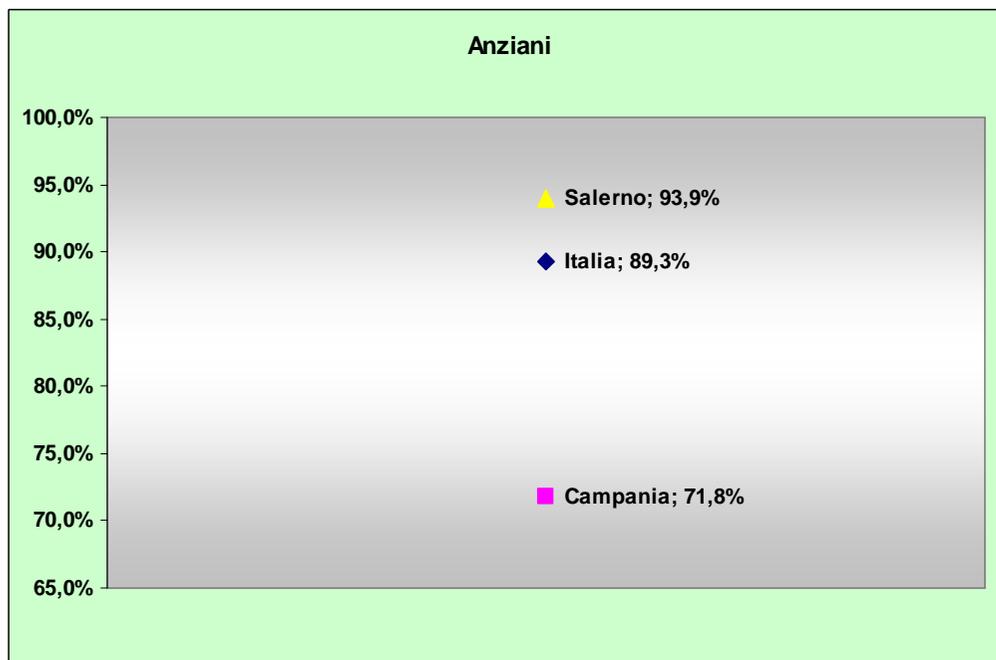


Rapporto % tra piani assistenziali attivi e  
utenza potenziale (disabili)

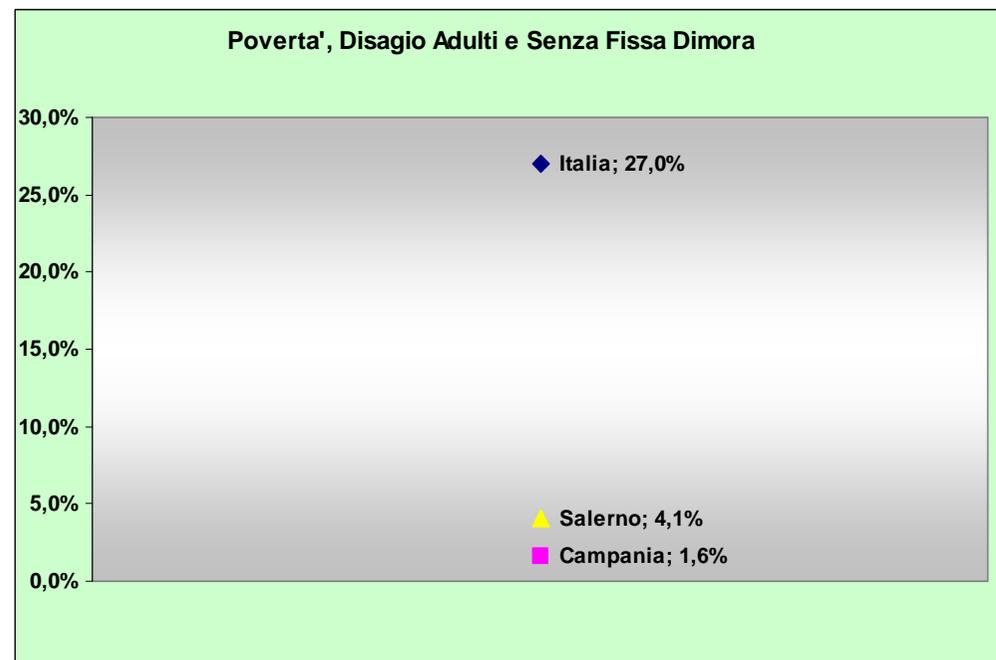
**Dati 2011**  
**Fonte: ISTAT**



## COPERTURA TERRITORIALE PER ASSISTENZA DOMICILIARE



Rapporto % tra piani assistenziali attivi e  
utenza potenziale (anziani)



Rapporto % tra piani assistenziali attivi e  
utenza potenziale (poveri, adulti in situazioni  
di disagio, senza fissa dimora)

**Dati 2011**  
**Fonte: ISTAT**

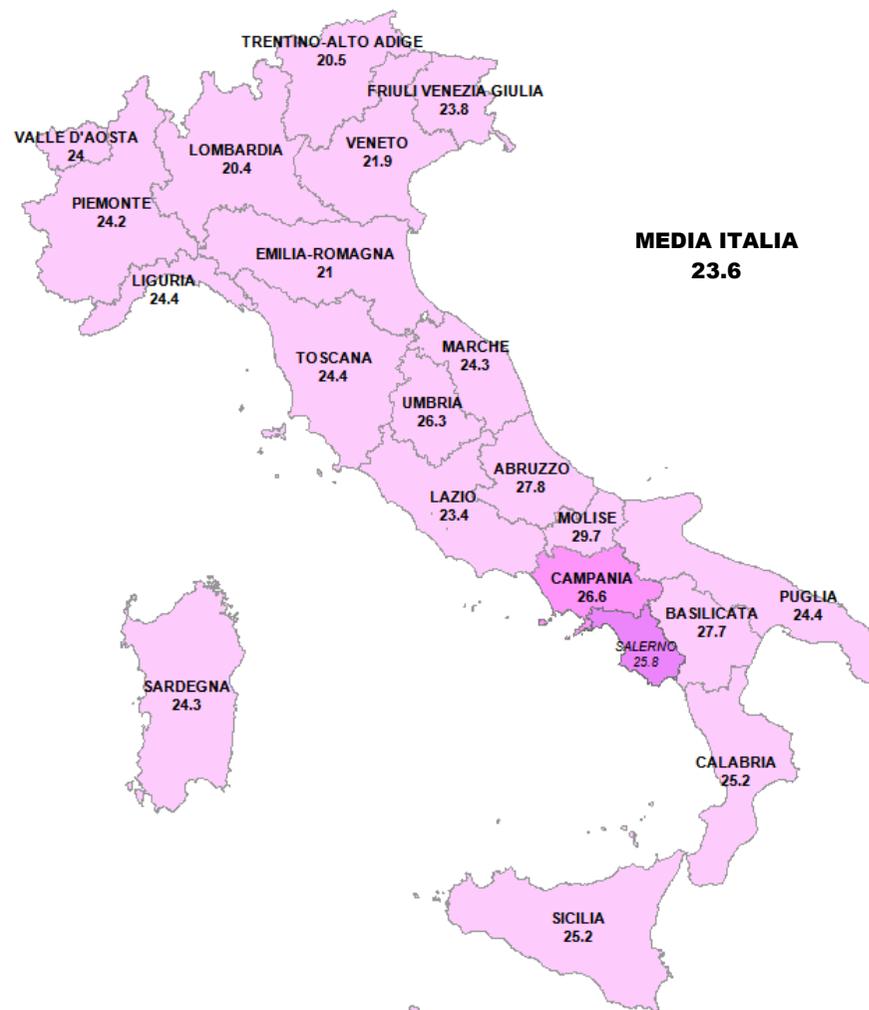


Camera di Commercio  
Salerno

# **IMPRENDITORIA**



## TASSO DI FEMMINILIZZAZIONE



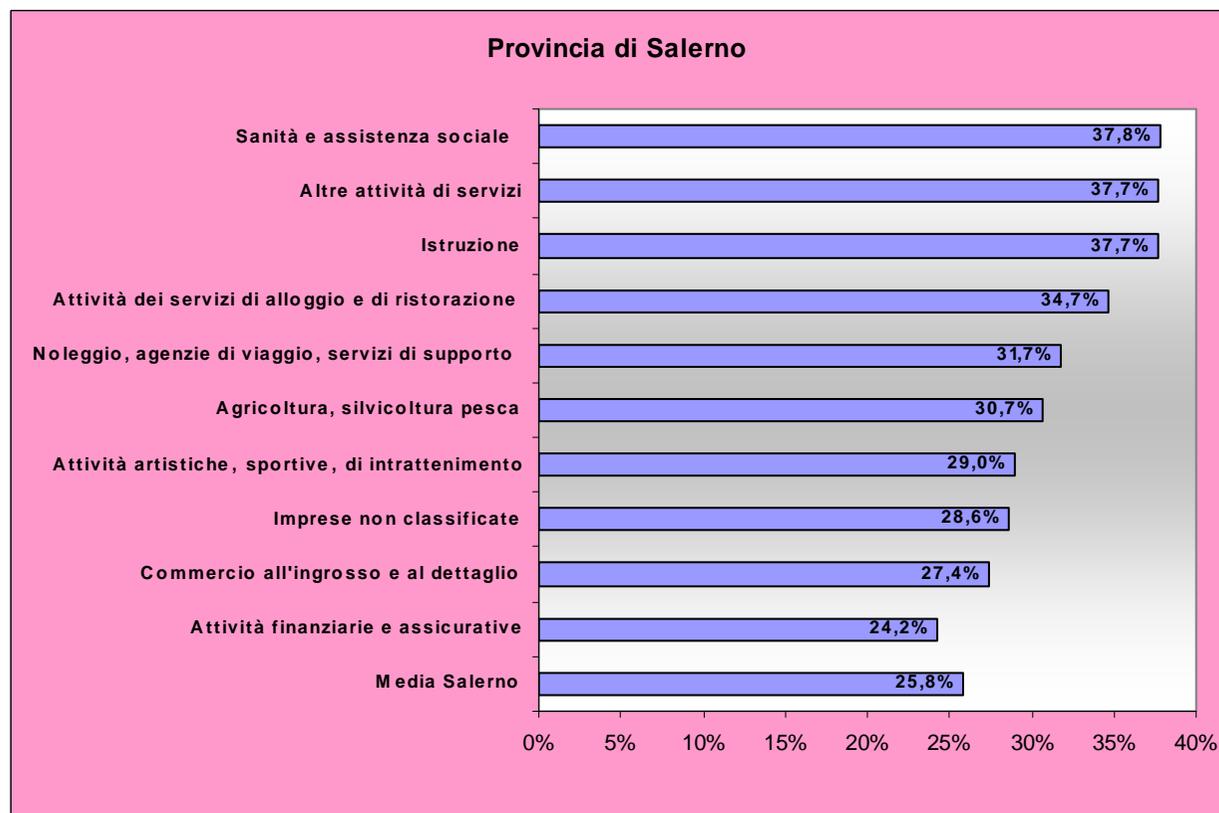
Dati 2013

Fonte: Infocamere, Stock view

Elab. Ufficio Studi – Osservatorio Economico – CCIAA Salerno



## IMPRESE FEMMINILI PER SETTORE ECONOMICO

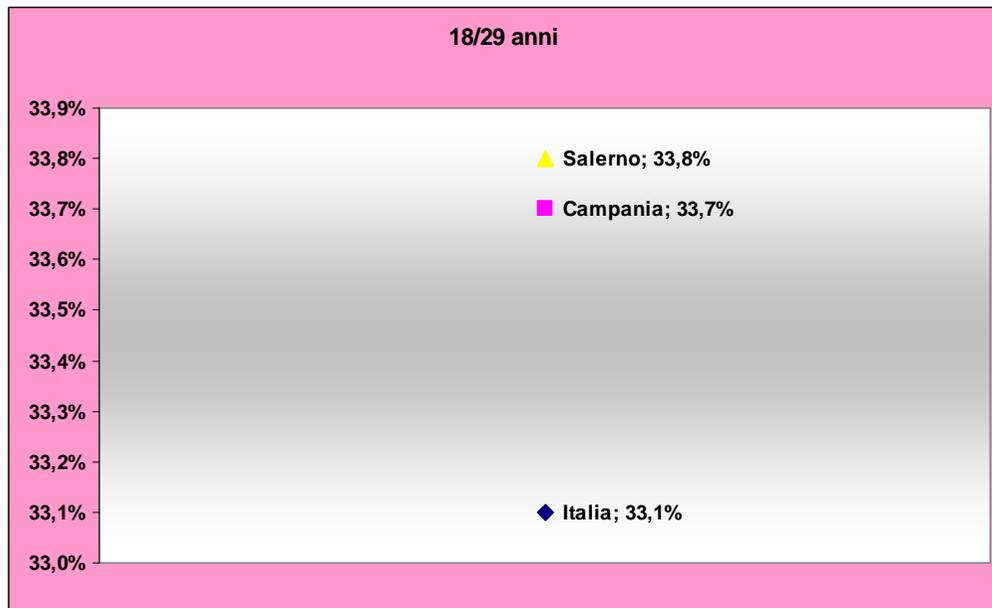


Dati IV trim.2013  
Fonte: Infocamere, Stock view

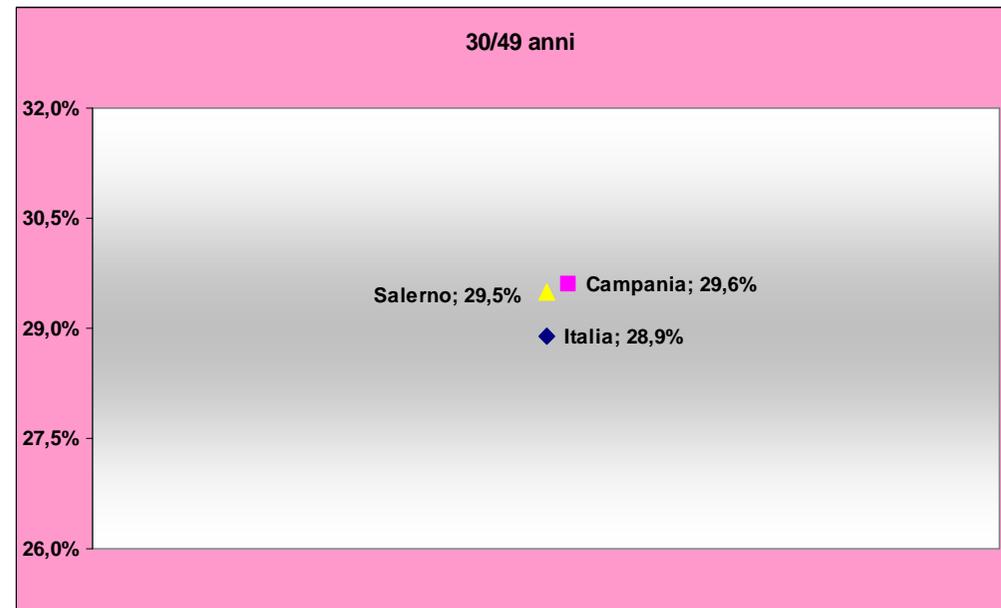
Elab. Ufficio Studi – Osservatorio Economico – CCIAA Salerno



## DONNE IMPRENDITRICI PER CLASSE DI ETA'



Rapporto tra il numero di donne imprenditrici  
in età 18-29 anni e il numero totale  
imprenditori e imprenditrici in età 18-29 anni



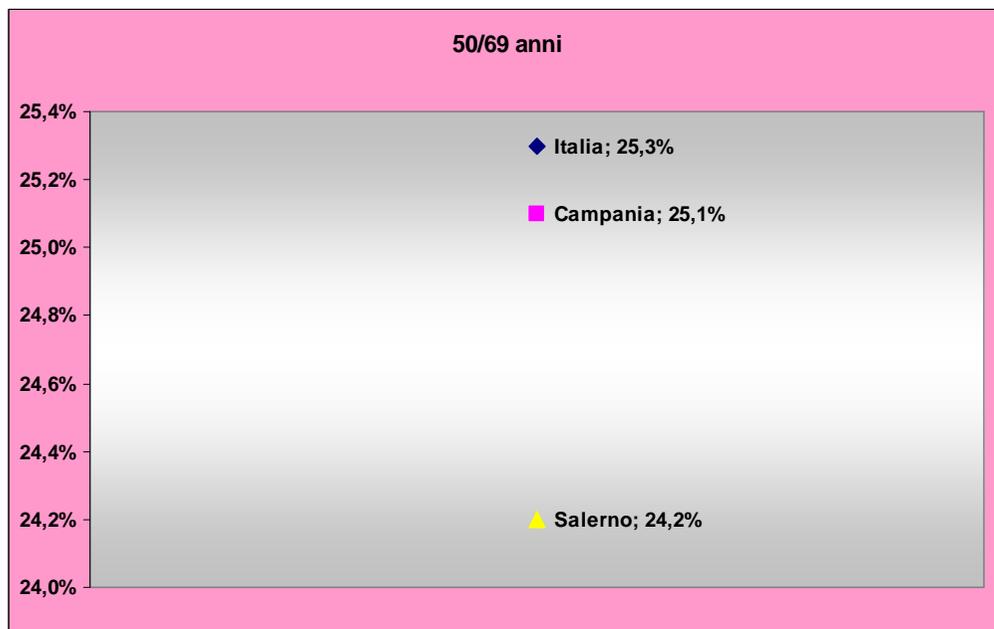
Rapporto tra il numero di donne imprenditrici  
in età 30-49 anni e il numero totale  
imprenditori e imprenditrici in età 30-49 anni

**Dati IV trim.2013**  
**Fonte: Infocamere, Stock view**

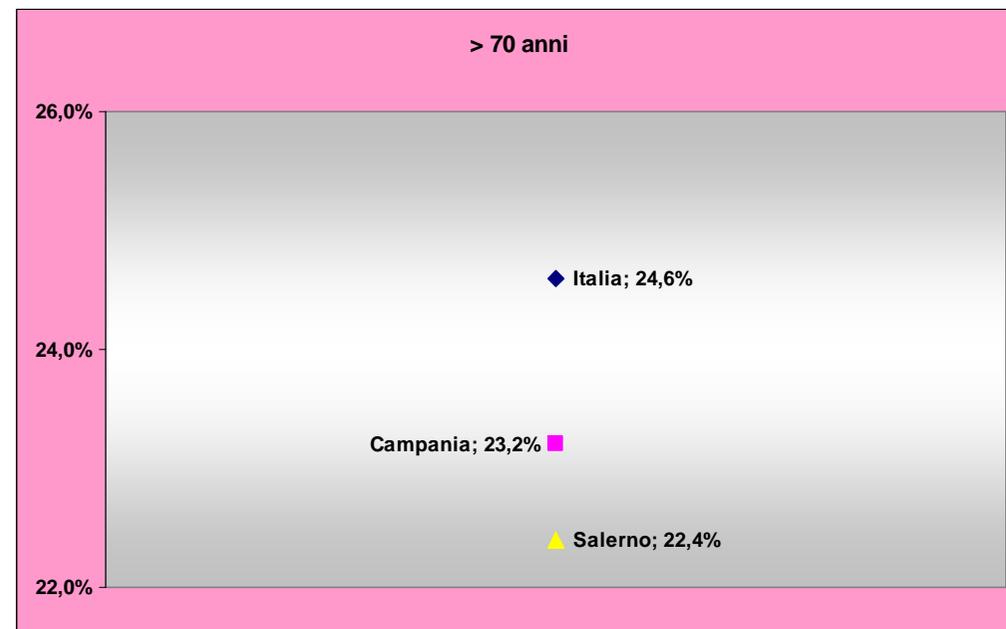
Elab. Ufficio Studi – Osservatorio Economico – CCIAA Salerno



## DONNE IMPRENDITRICI PER CLASSE DI ETÀ'



Rapporto tra il numero di donne imprenditrici in età 50-69 anni e il numero totale imprenditori e imprenditrici in età 50-69 anni



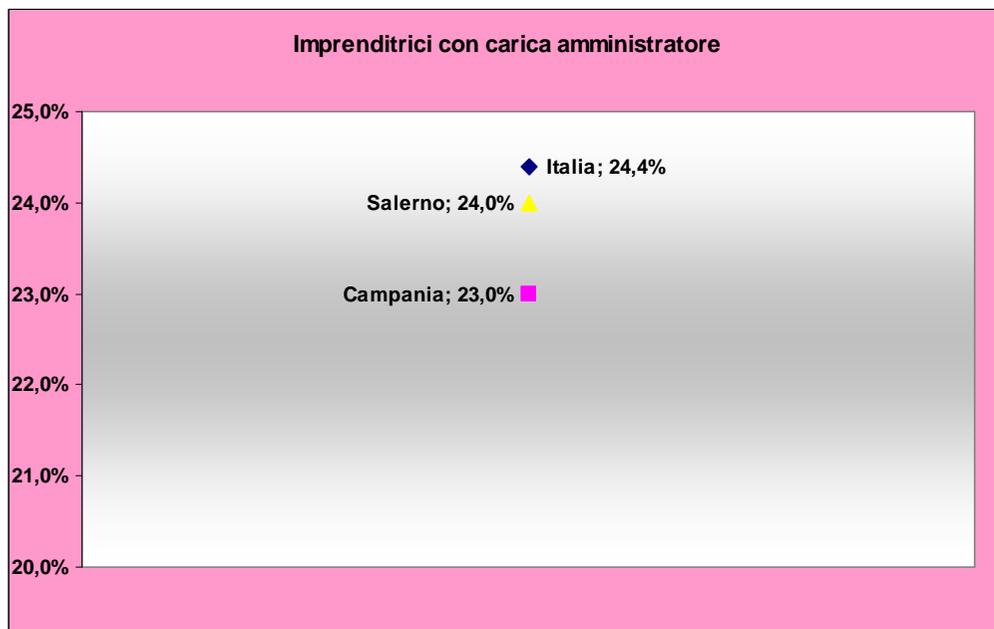
Rapporto tra il numero di donne imprenditrici in età maggiore di 70 anni e il numero totale imprenditori e imprenditrici in età maggiore di 70 anni

**Dati IV trim.2013**  
**Fonte: Infocamere, Stock view**

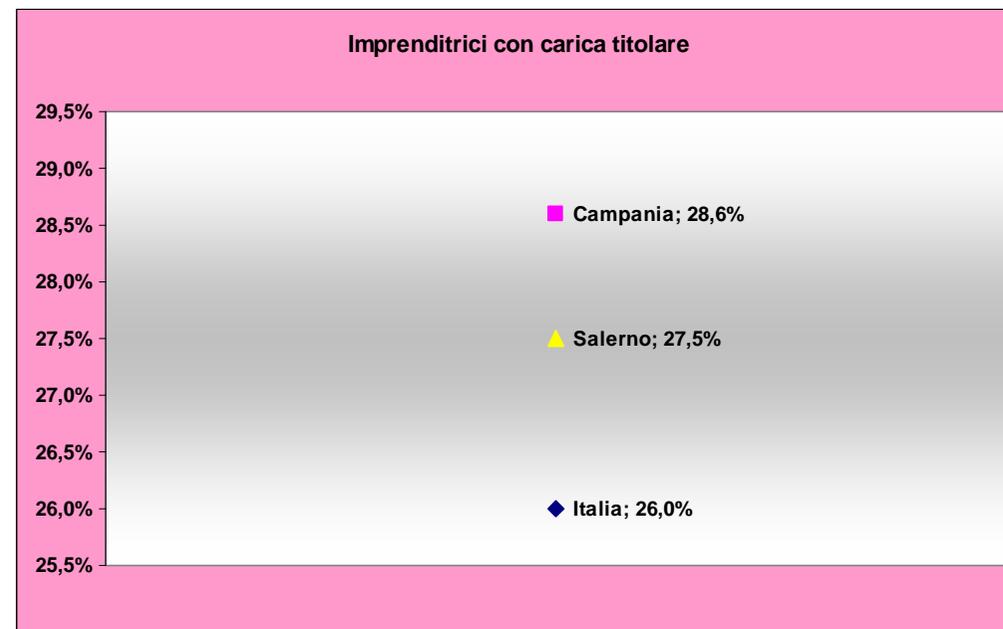
Elab. Ufficio Studi – Osservatorio Economico – CCIAA Salerno



## DONNE IMPRENDITRICI PER CARICA RICOPERTA



Rapporto tra il numero di donne imprenditrici con carica amministratore e il numero totale imprenditori e imprenditrici con carica amministratore

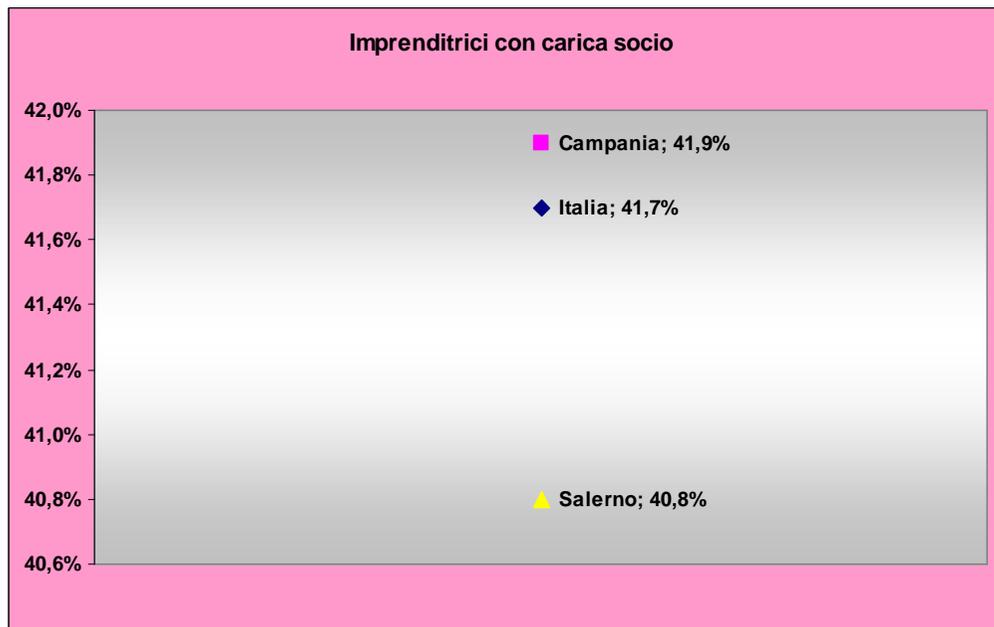


Rapporto tra il numero di donne imprenditrici con carica titolare e il numero totale imprenditori e imprenditrici con carica titolare

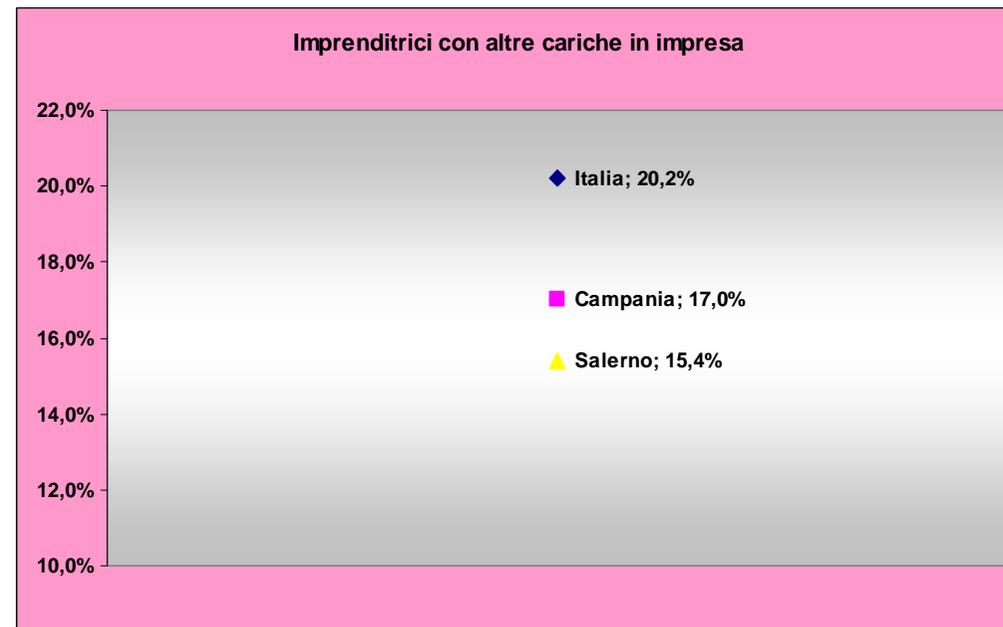
**Dati IV trim.2013**  
**Fonte: Infocamere, Stock view**



## DONNE IMPRENDITRICI PER CARICA RICOPERTA



Rapporto tra il numero di donne imprenditrici con carica socio e il numero totale imprenditori e imprenditrici con carica socio



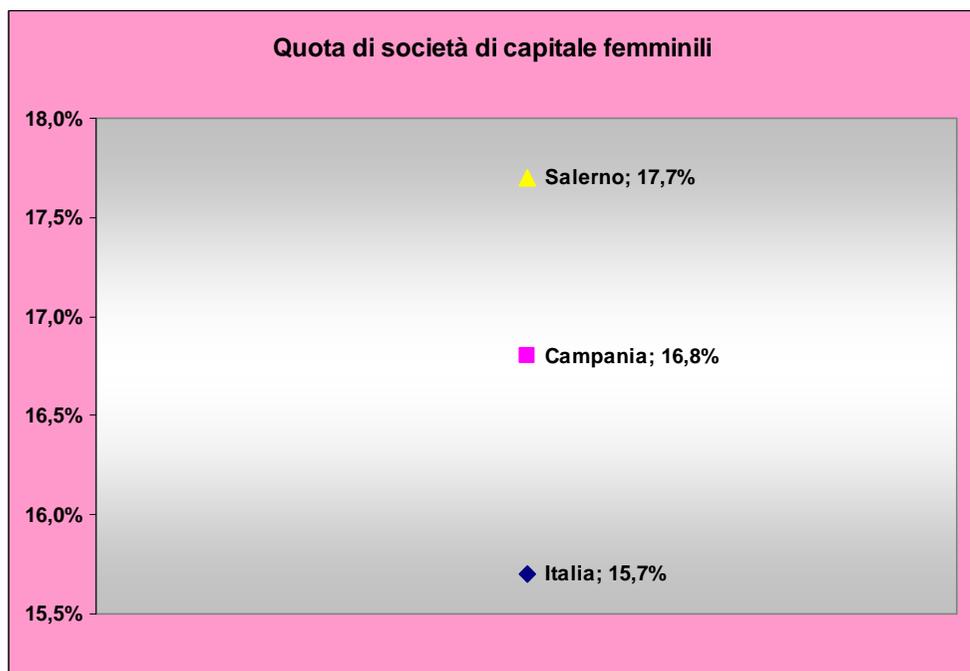
Rapporto tra il numero di donne imprenditrici con altre cariche in impresa e il numero totale imprenditori e imprenditrici con altre cariche in impresa

**Dati IV trim.2013**  
**Fonte: Infocamere, Stock view**

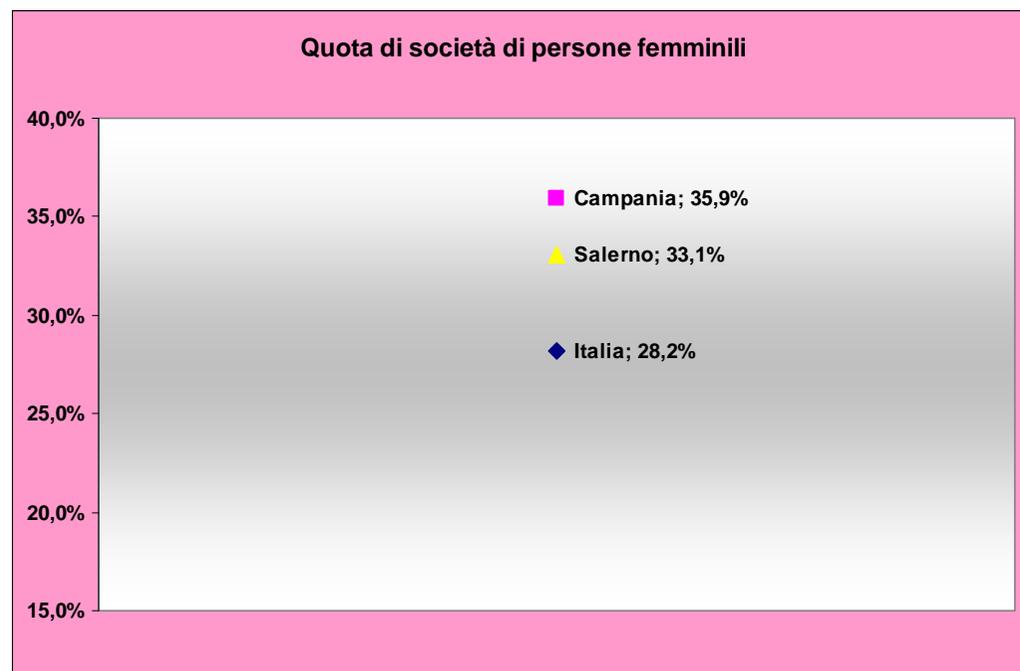
Elab. Ufficio Studi – Osservatorio Economico – CCIAA Salerno



## IMPRESE FEMMINILI PER FORMA GIURIDICA



Rapporto tra il numero di società di capitale femminili e il numero totale di società di capitale



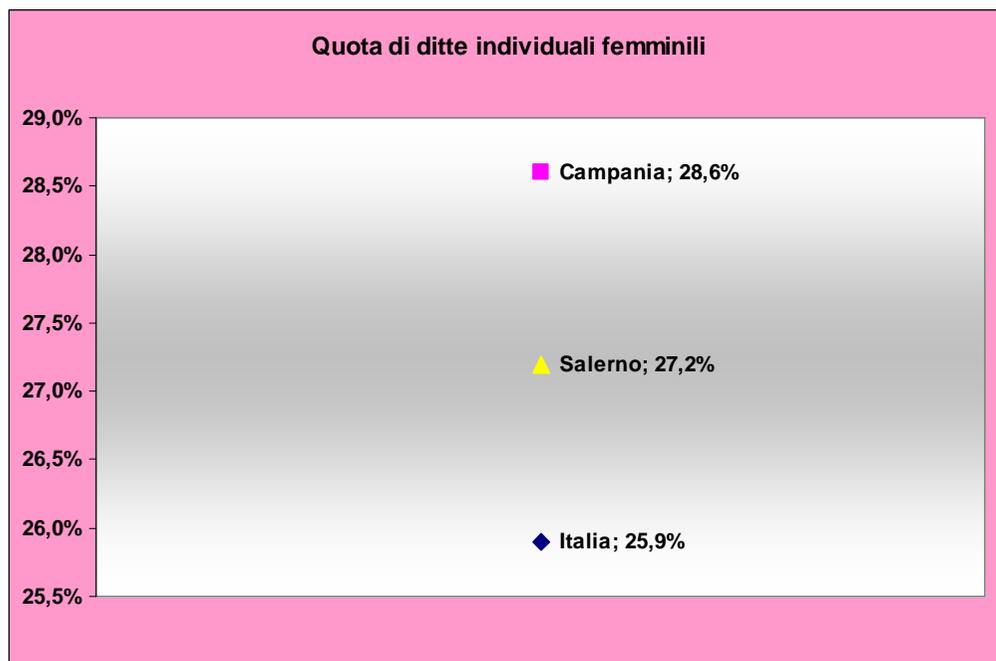
Rapporto tra il numero di società di persone femminili e il numero totale di società di persone

**Dati IV trim.2013**  
**Fonte: Infocamere, Stock view**

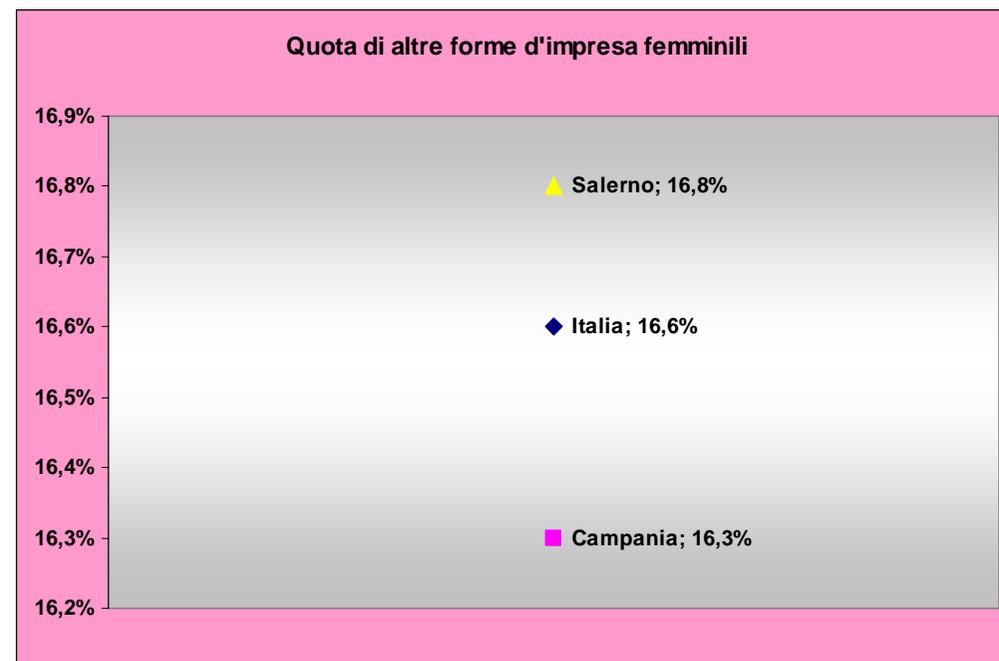
Elab. Ufficio Studi – Osservatorio Economico – CCIAA Salerno



## IMPRESE FEMMINILI PER FORMA GIURIDICA



Rapporto tra il numero di ditte individuali femminili e il numero totale di ditte individuali



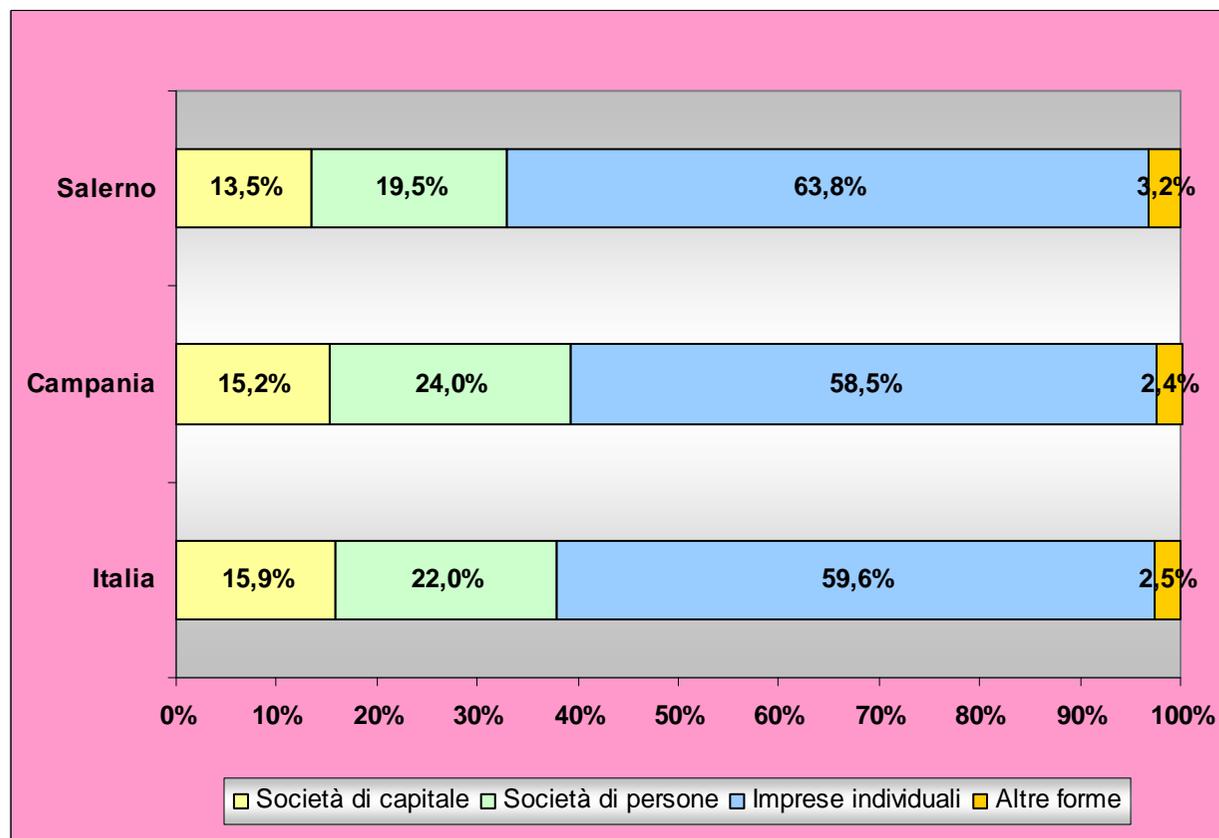
Rapporto tra il numero di altre forme d'impresa femminili e il numero totale di altre forme d'impresa

**Dati IV trim.2013**  
**Fonte: Infocamere, Stock view**

Elab. Ufficio Studi – Osservatorio Economico – CCIAA Salerno



## IMPRESE FEMMINILI PER FORMA GIURIDICA



Dati IV trim.2013

Fonte: Infocamere, Stock view

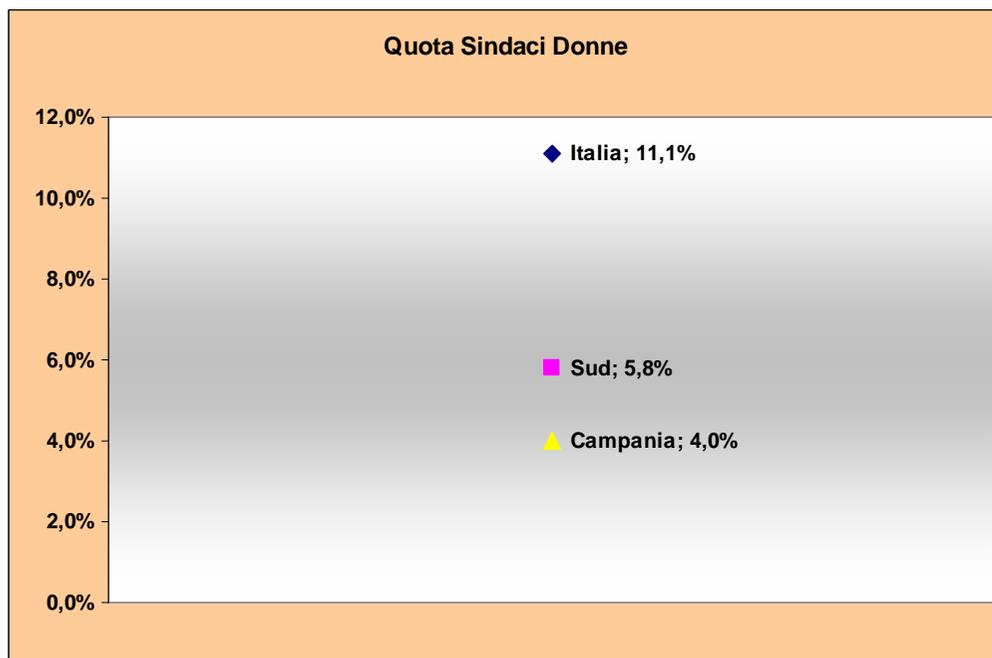
Elab. Ufficio Studi – Osservatorio Economico – CCIAA Salerno



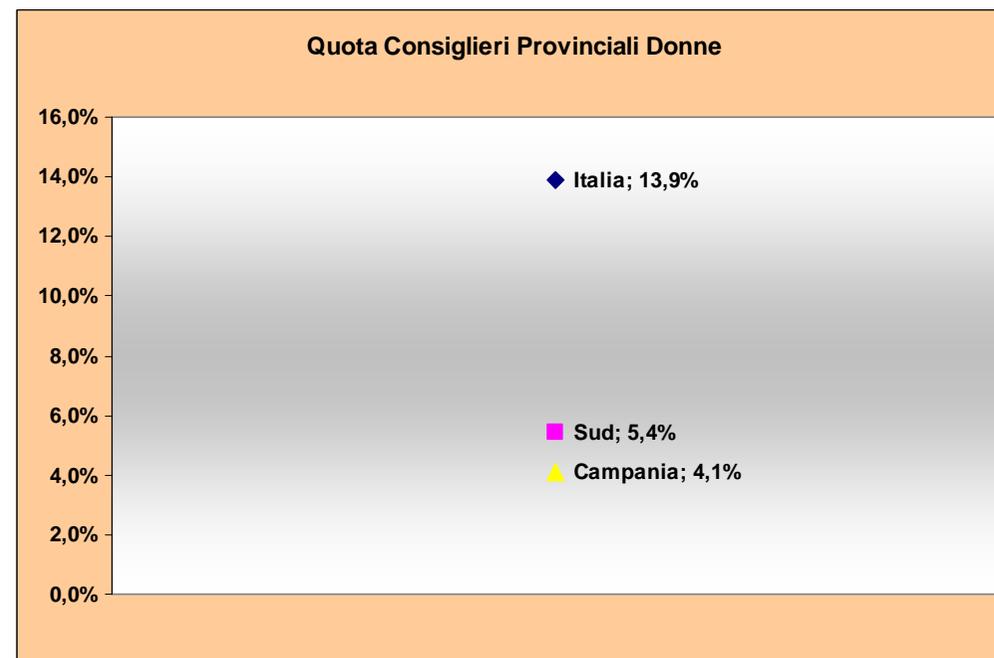
## **EMPOWERMENT DI GENERE**



## SINDACI, PRESIDENTI, CONSIGLIERI DEGLI ENTI LOCALI



Rapporto tra il numero di sindaci donne e il numero totale di sindaci



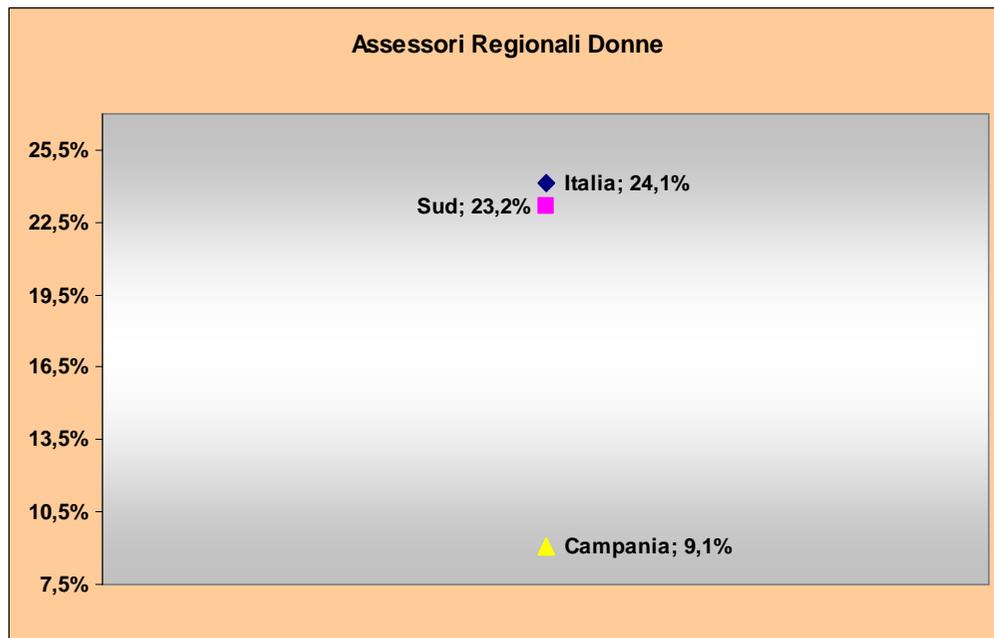
Rapporto tra il numero di consiglieri provinciali donne e il numero totale di consiglieri provinciali

**Dati 2012**

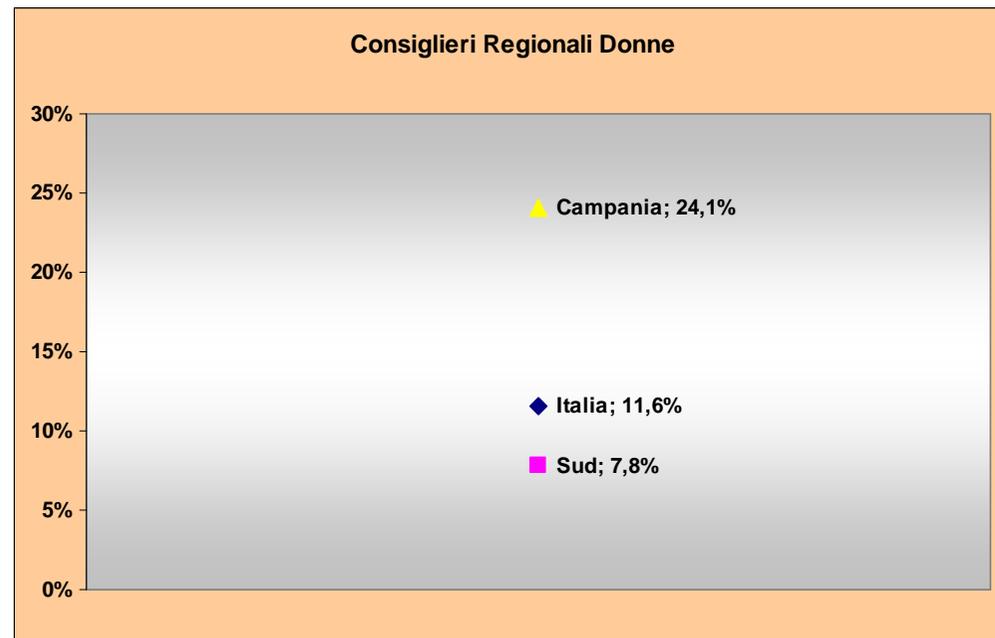
**Fonte: Elaborazione Ancitel, UPI**



## SINDACI, PRESIDENTI, CONSIGLIERI DEGLI ENTI LOCALI



Rapporto tra il numero di assessori regionali donne e il numero totale di assessori regionali



Rapporto tra il numero di consiglieri regionali donne e il numero totale di consiglieri regionali

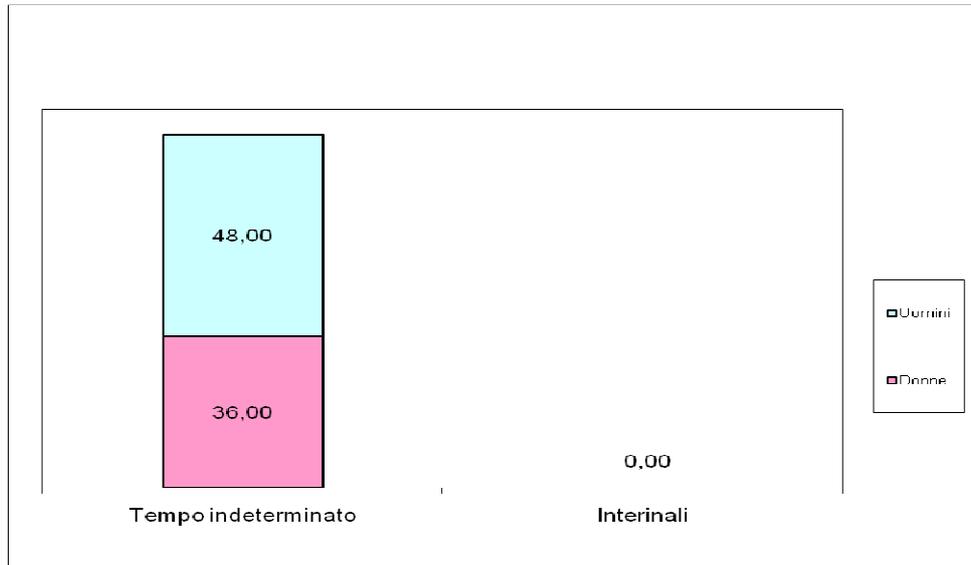
**Dati 2012**

**Fonte: Ministero dell'Interno**

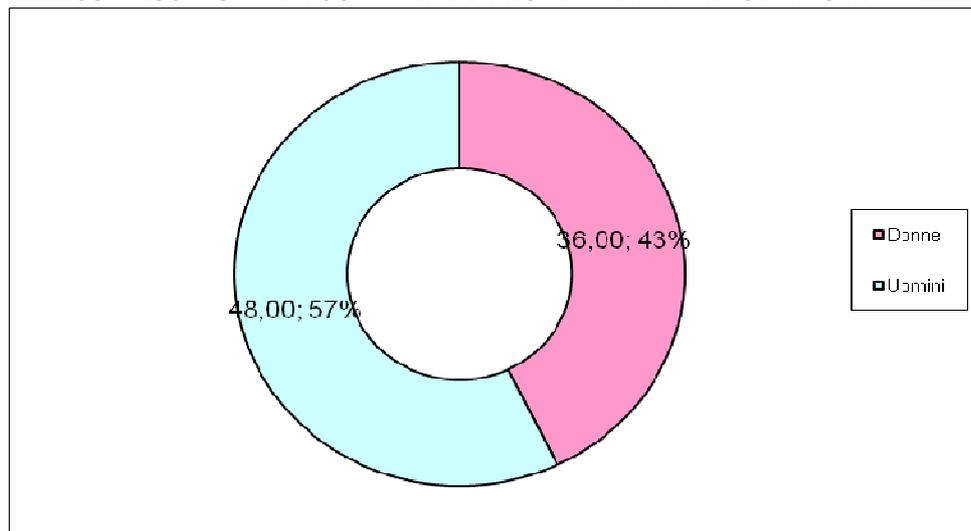
**Analisi Interna**

a) dati di struttura del personale al 31/12/2013

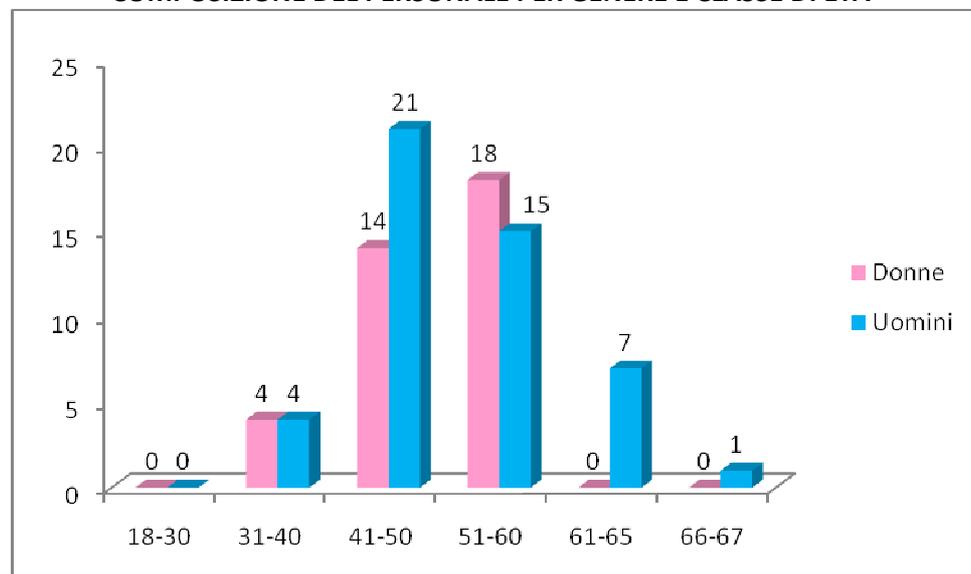
**COMPOSIZIONE PERSONALE PER TIPOLOGIA CONTRATTUALE E PER GENERE**



**COMPOSIZIONE PERSONALE A TEMPO INDETERMINATO PER GENERE**



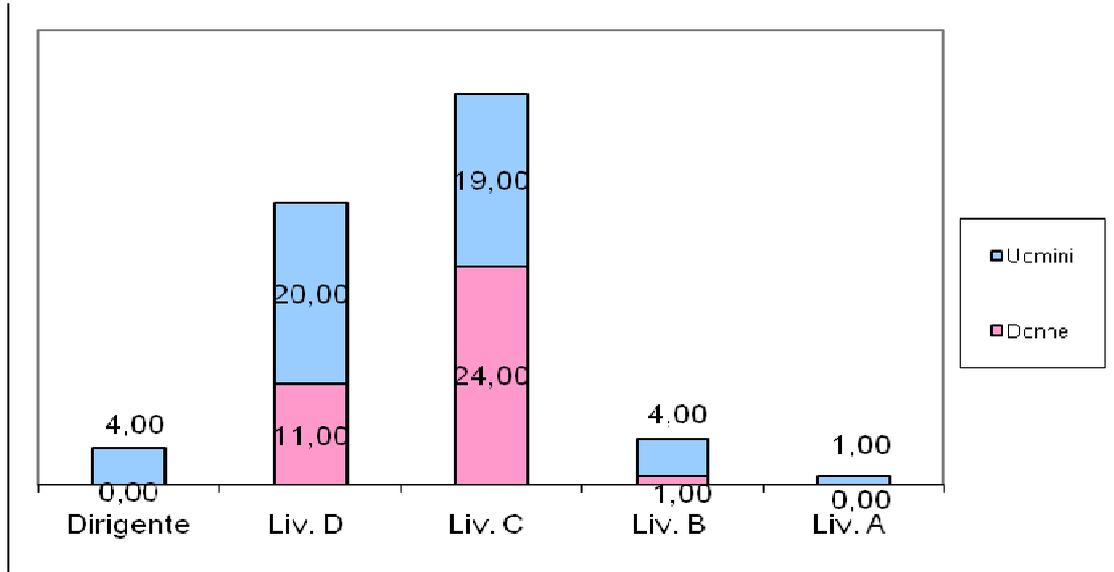
**COMPOSIZIONE DEL PERSONALE PER GENERE E CLASSE DI ETÀ'**



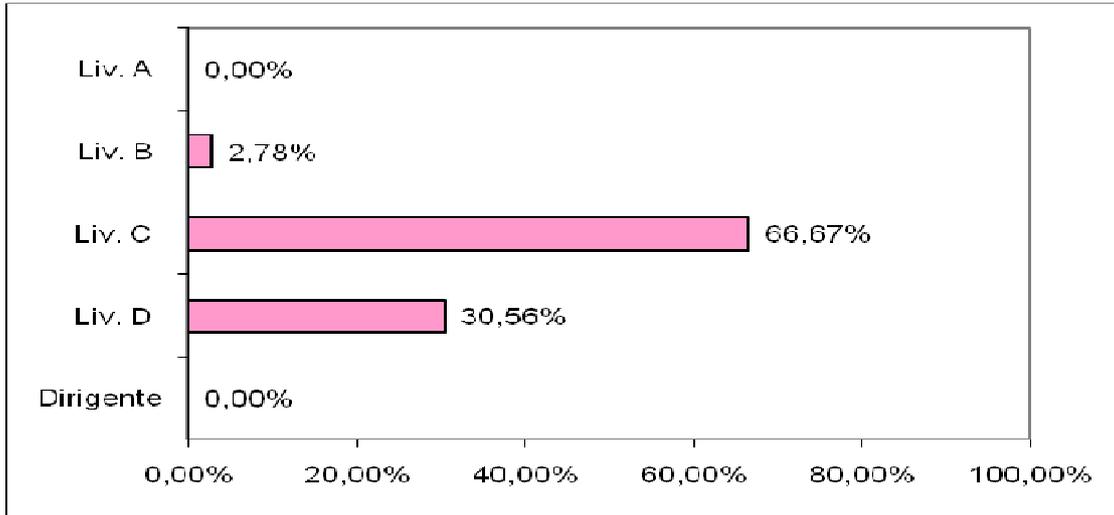


### INQUADRAMENTO CONTRATTUALE

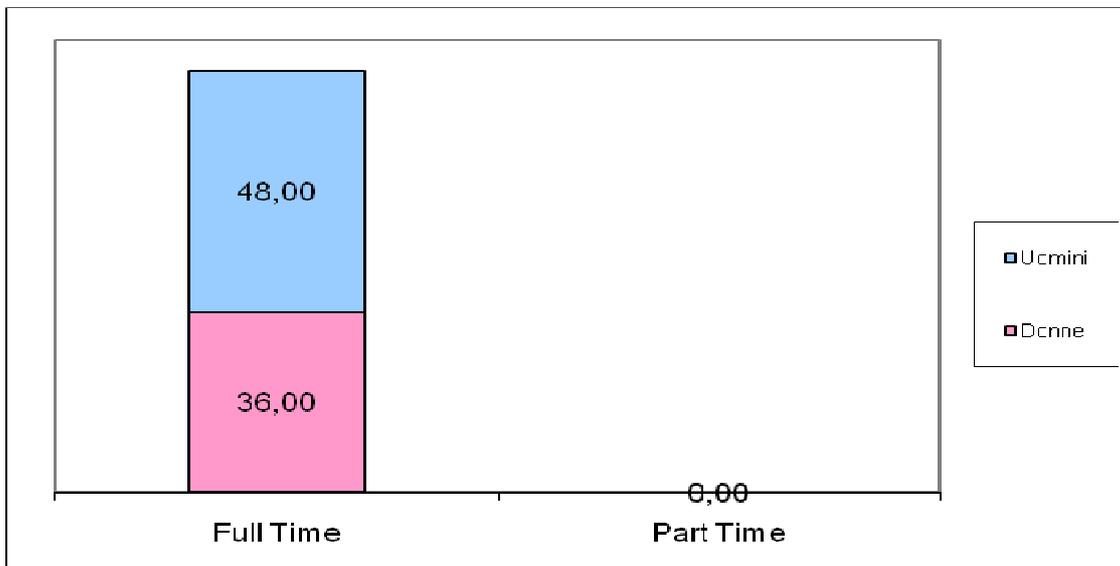
COMPOSIZIONE PER LIVELLO CONTRATTUALE E PER GENERE



INCIDENZA DONNE NEI DIVERSI LIVELLI CONTRATTUALI



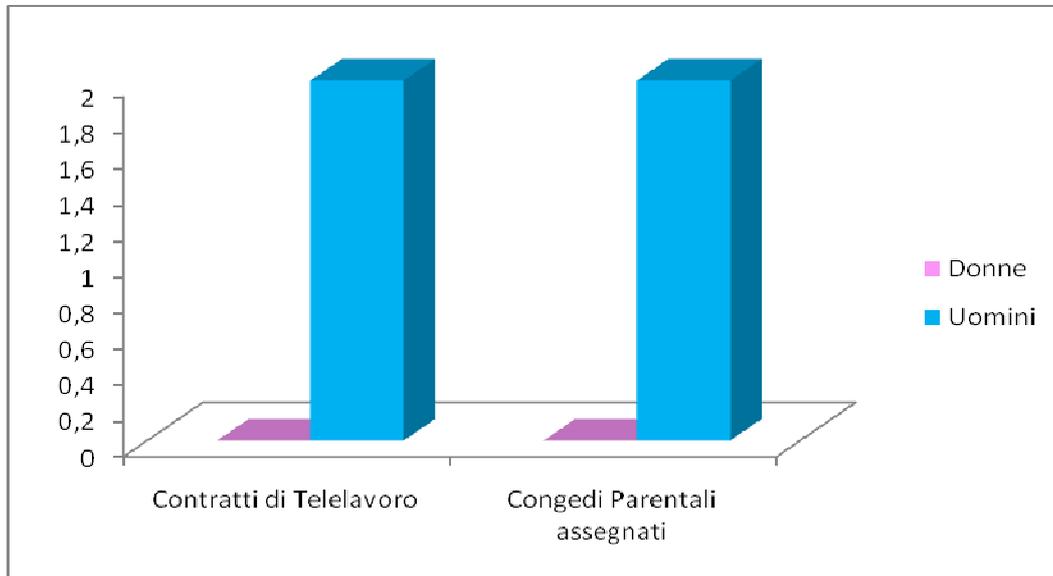
### RISORSE UMANE IN BASE ALL'ORARIO DI LAVORO



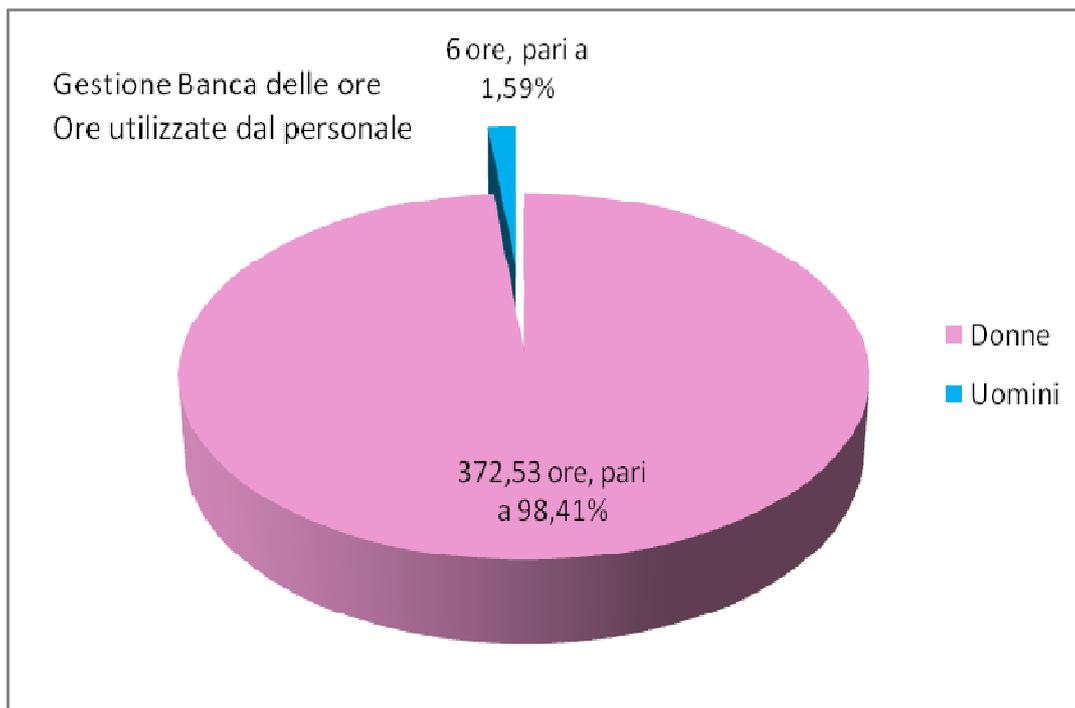


b) politiche di pari opportunità

**CONCILIAZIONE FAMIGLIA-LAVORO**  
INIZIATIVE DI CONCILIAZIONE PER GENERE



Gestione Banca delle ore	Ore realmente effettuate	% utilizzo banca ore
Donne	372,53	98,41%
Uomini	6,00	1,59%
TOTALI	378,53	100,00%

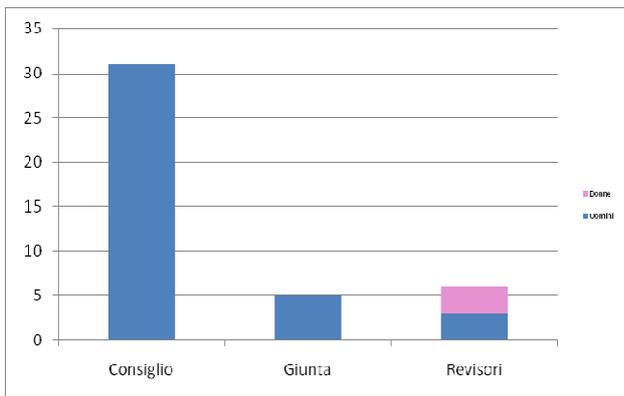




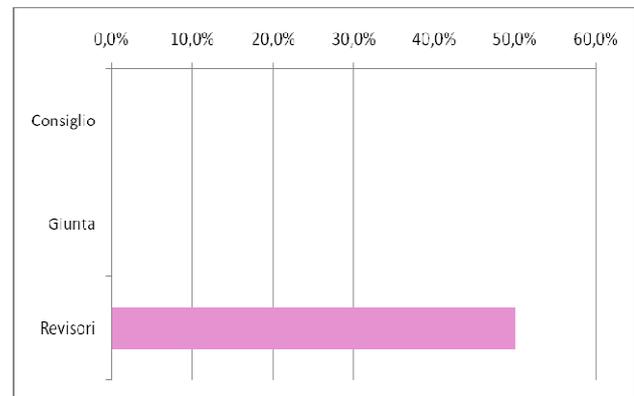
c) *empowerment interno.*

### ORGANI E GOVERNANCE CAMERALE

COMPOSIZIONE DEGLI ORGANI PER GENERE



PRESENZA DONNE NEGLI ORGANI



### AZIENDE SPECIALI

N. DONNE RAPPRESENTANTI DELLA CAMERA NELLE AZIENDE SPECIALI = 0 su 15

N. DONNE RAPPRESENTANTI DELLA CAMERA CON CARICA DI DIRIGENTE NELLE AZIENDE SPECIALI = 0 su 1



## 6. IL PROCESSO DI REDAZIONE DELLA RELAZIONE SULLA PERFORMANCE

### 6.1 Fasi, soggetti, tempi e responsabilità

Il processo di attuazione del Ciclo della performance è stato sostenuto dall'organo politico ed è un obiettivo operativo della Camera di Commercio di Salerno. Obiettivo conseguito attraverso la realizzazione di una serie di azioni finalizzate a dotare la Camera delle metodologie, delle prassi e delle procedure idonee a supportare un efficiente ed efficace Ciclo di gestione della performance, con il supporto iniziale della società di sistema camerale "Retecamere" ed utilizzando e valorizzando le professionalità operanti nell'ente.

L'attuazione è avvenuta utilizzando:

Le prassi, le metodologie e le esperienze già maturate dalla Camera di commercio in materia di pianificazione e controllo.

Le disposizioni e le linee guida contenuti nel d.lgs n. 150 del 2009, coordinato con il DPR. n. 254 del 2005 e nelle delibere emanate dalla Commissione per la Valutazione, la Trasparenza, e l'Integrità delle Amministrative Pubbliche;

Le linee guida realizzate all'interno della azioni maturate nel Sistema Camerale e coordinate da Unioncamere Nazionale.

Come riportato graficamente di seguito, il 2014 sarà il terzo anno a regime per il Ciclo di gestione della performance.





Nella tabella successiva si riportano le fasi, i soggetti i tempi e le responsabilità del processo di redazione della Relazione sulla Performance:

<b>FASI</b>	<b>SOGGETTI</b>	<b>TEMPI</b>	<b>RESPONSABILITA'</b>
Misurazione intermedia dei risultati di performance organizzativa	Servizi ed Aree aventi attività oggetto di monitoraggio previste nel Piano della Performance	al 31 ottobre 2013	Responsabile Ciclo della Performance, Segretario Generale
Reporting intermedio della performance organizzativa	Ufficio Ciclo della Performance	al 31 ottobre 2013	Responsabile Ciclo della Performance, Segretario Generale
Valutazione sui risultati intermedi	Responsabile Ciclo della Performance, A.P., Segretario Generale	dal 1 novembre al 15 novembre 2013	Segretario Generale
Analisi normativa e delle linee guida (CIVIT, Unioncamere)	Ufficio Ciclo della Performance	1 semestre 2014	Responsabile Ciclo della Performance
Rilevazione al 31 dicembre dei dati di performance organizzativa (obiettivi/strategici e operativi)	Servizi ed Aree aventi attività oggetto di monitoraggio previste nel Piano della Performance	dal 01 gennaio 2014	Responsabile Ciclo della Performance
Raccolta ed elaborazione dei dati	Ufficio Ciclo della Performance	Marzo/maggio 2014	Responsabile Ciclo della Performance
Definizione della struttura del documento	Responsabile Ciclo della Performance	Maggio-Giugno 2014	Segretario Generale
Stesura della Relazione sulla Performance	Responsabile Ciclo della Performance	Giugno 2014	Segretario Generale
Approvazione della Relazione sulla Performance	Giunta Camerale	Giugno 2014	Segretario Generale
Validazione della Relazione sulla Performance	Organismo Indipendente di Valutazione	da luglio 2014	O.I.V.
Pubblicazione della Relazione sulla Performance e del documento di validazione	Ufficio Ciclo della Performance, Ufficio Stampa	Giugno/Luglio 2014	O.I.V.



## 6.2 Punti di forza e di debolezza del Ciclo della performance

### - documenti e atti adottati:

- a) delibera del Consiglio Camerale n. 22 del 21 dicembre 2010 recante il recepimento dei principi contenuti nei Titoli I e II del Decreto Legislativo n. 150 del 2009;
- b) delibera della Giunta Camerale n. 64 del 12 luglio 2011 recante l'approvazione e l'adozione del piano della performance per l'anno 2011;
- c) delibera della Giunta Camerale n. 80 del 2 agosto 2011 recante l'adozione del Programma triennale della Trasparenza e dell'Integrità;
- d) Delibera della Giunta Camerale n. 161 del 28 dicembre 2011 recante l'approvazione del Sistema di misurazione e valutazione della performance;
- e) Delibera della Giunta Camerale n. 67 del 11 maggio 2012 recante l'approvazione e adozione del Piano della performance per il triennio 2012-2014.
- f) delibera della Giunta Camerale n. 105 del 23 luglio 2012 recante l'approvazione della Relazione sulla performance per l'anno 2011.
- g) delibera della Giunta Camerale n. 114 del 30 luglio 2012 recante l'approvazione del disciplinare dell'Organismo Indipendente di Valutazione della performance.
- h) delibera della Giunta Camerale n. 155 del 23 ottobre 2012 recante la nomina dell'Organismo Indipendente di Valutazione della performance.
- i) delibera della Giunta Camerale n. 187 del 28 dicembre 2012 recante la modifica al Piano della Performance per il triennio 2012-2014.
- j) Organizzazione della prima giornata della trasparenza, tenutasi il 15 gennaio 2013.
- k) determinazione Presidenziale n. 14 del 28 marzo 2013 recante l'approvazione del Piano triennale di prevenzione della corruzione e trasparenza per il triennio 2013-2015.
- l) delibera della Giunta Camerale n. 50 del 16 aprile 2013 recante l'approvazione e l'adozione del Piano della Performance per il triennio 2013-2015.
- m) delibera della Giunta Camerale n. 95 del 30 luglio 2013 recante l'approvazione della Relazione sulla performance per l'anno 2012.
- n) delibera della Giunta Camerale n. 156 del 27 dicembre 2013 recante l'adozione del piano triennale della azioni positive per il triennio 2013-2015.
- o) delibera della Giunta Camerale n. 157 del 27 dicembre 2013 recante l'approvazione e l'adozione della Carta dei Servizi.
- p) delibera della Giunta Camerale n. 8 del 31 gennaio 2014 recante l'approvazione del Piano triennale di prevenzione della corruzione e trasparenza per il triennio 2014-2016.
- q) Organizzazione della seconda giornata della trasparenza, tenutasi il 10 febbraio 2014.
- r) delibera della Giunta Camerale n. 36 del 14 aprile 2014 recante l'approvazione e l'adozione del Piano della Performance per il triennio 2014-2016.

### - punti di forza e di debolezza/aree da migliorare (*check sul ciclo*).

Il Check-up consente di valutare i differenti “stadi” di collocamento dei Sistemi gestionali in essere tenendo conto di 2 aspetti:

- a) Rispetto degli adempimenti normativi: Condicio sine qua non (**CSN**)
- b) Buone prassi Massimo sviluppo (**MS**)



### Modello di valutazione: Point system

1. Rilevazione: Insieme degli elementi tangibili del Controllo di gestione: struttura tecnico-contabile, mappa delle responsabilità, processo di Pianificazione e Controllo.
2. Analisi e valutazione: Presenza requisiti,  $\Sigma$  ponderata dei punteggi ottenuti per singolo requisito riparametrizzata su scala 3.

Il Sistema di pianificazione e controllo di gestione nella Camera di commercio di Salerno si presenta in un primo livello di sviluppo e presenta margini di miglioramento soprattutto in termini di maggiore integrazione delle diverse fasi del ciclo, di potenziamento della strumentazione a supporto dello stesso e interiorizzazione delle metodologie e degli strumenti all'interno della struttura camerale.

La diagnosi che segue va considerata come un'opportunità per avviare un percorso di crescita «guidata» graduale e mirato volto a rendere pienamente efficace il Sistema di Pianificazione e Controllo.

Di seguito si riporta la rappresentazione sintetica del posizionamento del sistema, ovvero del livello di corrispondenza del Ciclo della Performance:

