Camera di Commercio
Trapani

RELAZIONE SULLA GESTIONE E SUI RISULTATI
2014
E ARTICOLO 24
D.P.R. 254/2005

"Relazione sulla gestione e sui risultati"

Anno 2014

(art. 24 D.P.R. 254/2005 art. 5 e 7 d.lgs. 27 marzo 2013)

Allegato alla deliberazione di consiglio camerale n. 1 del 28 aprile 2015

Sommario

Premessa ... 3
Sezione Introduttiva ... 6
1.- Analisi del contesto di riferimento ... 6
Il contesto esterno ... 6
Il contesto normativo ... 14
Il contesto interno ... 16
Seconda Sezione ... 22
2.- La Strategia della Camera di commercio di Trapani ... 22
La Mappa Strategica ... 22
3. Missioni ... 24
Missione 011 - Competitività e sviluppo delle Imprese ... 26
Missione 012 - Regolazione dei mercati ... 34
Missione 016 - Commercio Internazionale ed Internazionalizzazione del sistema produttivo ... 38
Missione 032 - Servizi Istituzionali e generali delle Amministrazioni Pubbliche. ... 40
Terza Sezione ... 47
Consuntivo degli indicatori definiti nel PIRA ... 47
Missione 011 - Competitività e sviluppo delle Imprese ... 48
Missione 012 - Regolazione dei mercati ... 49
Missione 016 - Commercio Internazionale ed Internazionalizzazione del sistema produttivo ... 51
Missione 032 - Servizi Istituzionali e generali delle Amministrazioni Pubbliche. ... 52

Premessa

L'articolo 1 comma 15 del decreto legislativo n. 23 del 15 febbraio 2010, "Riforma dell'ordinamento relativo alle Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura", assegna alla Giunta il compito di predisporre per l'approvazione del Consiglio la Relazione previsionale e programmatica, il preventivo economico, il suo aggiornamento e il bilancio d'esercizio.

Il D.P.R. n. 254 del 2 novembre 2005 "Regolamento per la disciplina della gestione patrimoniale e finanziaria delle Camere di commercio" dispone invece, rispettivamente, che il Consiglio determini gli indirizzi generali e approvi il programma pluriennale e che la Relazione previsionale e programmatica aggiorni annualmente il programma pluriennale.

Nel mese di ottobre 2011 con propria deliberazione n. 13 il Consiglio della Camera di Commercio di Trapani ha approvato il Programma Pluriennale 2012 - 2016 mentre con deliberazione del 30 ottobre 2013 ha approvato la Relazione previsionale e programmatica per il 2014.

Dai documenti sopra descritti discende il bilancio di previsione col quale vengono determinate le assegnazioni delle risorse complessive ai programmi individuati in sede di Relazione previsionale e programmatica ed in relazione ai risultati che si intendono raggiungere, compatibilmente allo scenario economico di riferimento.

In coerenza con quanto indicato nella circolare MISE n°0050114 del 09.04.2015, il presente documento, al fine di evitare la predisposizione di tre documenti distinti con contenuti simili, ingloba al suo interno tre documenti:

- la Relazione sull'andamento della gestione, redatta ai sensi dell'art. 24 del D.P.R. 254/05, che rappresenta i risultati conseguiti rispetto agli obiettivi e ai programmi definiti all'interno della Relazione Previsionale e Programmatica
- la Relazione sulla gestione, ex art. 7 decreto 27 marzo 2013, che evidenzia le finalità della spesa complessiva riferita a ciascuna delle attività svolte secondo un'articolazione per missioni e programmi;
- il Rapporto sui risultati, redatto ai sensi dell'art. 5 c.2 decreto 27 marzo 2013, contenente le risultanze osservate in termini di raggiungimento dei risultati e le cause di eventuali scostamenti. Il rapporto riporta il valore a consuntivo degli indicatori definiti nel Piano degli Indicatori e dei Risultati attesi di Bilancio (Pira), approvato con Delibera di Consiglio n. 7 del 19.12.2013. Il Piano, con valenza programmatica triennale, ha presentato gli obiettivi che l'amministrazione si prefissava di perseguire nel triennio di riferimento, 2014-2016, coerentemente con gli stessi programmi di Bilancio. Tutti i documenti di programmazione

redatti presentano forte coerenza sia in termini di metodologia che di contenuti con il ciclo di gestione della performance implementato all'interno dell'Ente, e quindi con gli obiettivi e gli indicatori posti in essere.

A tal riguardo si precisa che l'Ente a partire dal 2012 ha implementato un Ciclo della performance basato sulla metodologia Balanced Scorecard che consente di coniugare la dimensione strategica con quella operativa, traducendo la strategia in azioni, e di indagare la performance nella sua multidimensionalità.

Il processo di implementazione della Balanced Scorecard parte dalla definizione delle linee strategiche da intraprendere nel medio-lungo periodo, per poi procedere ad individuare, per ciascuna di esse gli obiettivi strategici misurabili e i fattori critici di successo al fine di individuare i punti su cui focalizzarsi nel medio-lungo periodo.

Al fine di declinare le proprie aree strategiche in obiettivi strategici, la Camera di commercio di Trapani, ha individuato quattro prospettive di performance. Le stesse, si presentano come gli ambiti sui quali orientare l'azione camerale nel rispetto della multidimensionalità della stessa. Le prospettive, di seguito descritte, inoltre forniscono la base di articolazione della mappa strategica di seguito proposta.

Tessuto economico locale: prospettiva orientata a misurare il grado di soddisfazione del tessuto economico-sociale, valutando la capacità dell'ente di individuare i bisogni specifici del territorio e degli utenti al fine di garantire la piena soddisfazione delle esigenze e delle aspettative

Processi Interni: Prospettiva orientata ad individuare il grado di efficienza ed efficacia con il quale l'ente gestisce e controlla i processi interni mediante l'ottimizzazione di quelli esistenti ed alla definizione di processi attraverso i quali perseguire gli obiettivi strategici

Innovazione, Crescita e Apprendimento: prospettiva volta alla valorizzazione delle potenzialità interne dell'ente per una crescita del personale in termini di competenze e motivazione nonché al potenziamento delle infrastrutture tecniche e tecnologiche di supporto

Economico-Finanziaria: prospettiva orientata al monitoraggio degli aspetti economico-finanziari in relazione alla programmazione strategica volta, quindi, a valutare la gestione dell'ente in ragione della sua capacità di perseguire l'equilibrio di bilancio.

Il presente documento, allegato al Bilancio consuntivo 2014, presenta i risultati raggiunti rispetto a quanto prefissato nei documenti di programmazione e nel Piano degli indicatori e dei risultati attesi di bilancio della Camera di commercio di Trapani redatto ai sensi dell'art. 19 del Dlgs 91/2011 e secondo le Linee Guida definite con decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri in data 18 settembre 2012, i cui contenuti sono stati declinati per le Camere di Commercio dalla Circolare Ministero dello Sviluppo Economico del 12.09.2013.

Pertanto, il documento, nella sua dimensione principale, coerentemente alle suddette linee guida, illustra gli obiettivi e le azioni, già individuati in sede di Relazione Previsionale e Programmatica 2014 in relazione alle linee strategiche definite in sede di approvazione del programma di mandato, riclassificati sulla base delle missioni e dei programmi definiti con la più volte citata circolare n. 148213 del 12 settembre 2013, esponendo tali contenuti in termini di schede di performance articolate per Missione e Programma di Spesa, Obiettivo da Mappa Strategica, Indicatori, Target, Risorse Economiche, ecc.

L'appuntamento annuale con la Relazione sulla gestione rappresenta per la Camera di Commercio l'occasione per una riflessione e un confronto tra progetti ed ambizioni e la fattiva capacità di innescare e supportare lo sviluppo economico locale.

I numeri che emergono dai documenti contabili confermano che per rispondere sempre meglio alle aspettative ed alle esigenze del sistema economico locale sono state impegnate grandi energie, criterio che, anche quest'anno, ha costituito il riferimento permanente dell'azione camerale di sviluppo nel territorio.

Sezione Introduttiva

1.- Analisi del contesto di riferimento

La Camera di commercio di Trapani, al fine di individuare le azioni più coerenti per soddisfare le aspettative dei propri Stakeholder riconosce come elemento propedeutico all'efficacia strategica delle proprie azioni l'analisi del contesto.

L'analisi del contesto consente di descrivere tutte le variabili che hanno rappresentato lo scenario nel quale si è sviluppata l'azione della Camera di commercio di Trapani, variabili che possono collocarsi sia all'interno che all'esterno dell'organizzazione stessa al fine di catturare le possibili minacce, dando la possibilità di ideare strategie che riescano a trasformarle in opportunità.

Al fine, quindi, di contestualizzare nelle dimensioni spazio-temporali gli indirizzi di mandato la Camera di Commercio ha provveduto ad articolare con riferimento all'anno 2014 la suddetta analisi in relazione al contesto socio-economico e al contesto interno.

Il contesto esterno

Il 2014 ha portato con sé i primi segnali positivi, almeno per quel che riguarda il trend imprenditoriale, anche se appare difficile riuscire nel breve periodo a controbilanciare i danni piuttosto pesanti di una delle crisi più gravi degli ultimi 100 anni. Il saldo della nati-mortalità imprenditoriale in provincia di Trapani è finalmente tornato a crescere, dopo 3 anni di arretramenti più o meno pesanti, facendo, nel 2014, registrare un incremento dello 0,25 per cento. Il 2014 si è chiuso con 46.192 imprese registrate in provincia di Trapani, con 2.717 nuove iscrizioni e 2.598 cessazioni non d'ufficio. Praticamente un saldo positivo di 119 aziende. Il dato non tiene naturalmente conto delle cancellazioni disposte d'ufficio dalla Camera di Commercio nei confronti delle imprese non più attive da anni, una procedura piuttosto lunga che si trascina per diverso tempo e che quindi non rientra nelle dinamiche economiche del periodo preso in considerazione. Nel 2013 le cessazioni, sempre senza tenere conto di quelle d'ufficio, erano state invece ben 3.032 a fronte di 2.699 nuove iscrizioni, registrando quindi un meno 0,70 in termini percentuali, il dato più pesante degli ultimi anni. Anche il 2012 era andato male, con 3.006 cessazioni e 2.830

iscrizioni (meno 0,37 per cento), ma almeno il livello delle iscrizioni si era mantenuto elevato. Il trend trapanese resta comunque, nonostante il netto decremento delle cessazioni, ben al di sotto della media regionale e nazionale, in crescita rispettivamente dello 0,53 e 0,51 per cento, ma almeno, nella graduatoria nazionale per provincia, il nostro territorio è finalmente passato nella parte sinistra, cioè quella dei primi 50 posti, anche se più per demerito altrui, che per meriti propri, essendo le ultime 30 quasi tutte province del nord industrializzato.

L'aspetto negativo dell'analisi della nati-mortalità imprenditoriale nell'ultimo anno è dato dalla sostanziale stasi delle iscrizioni, allo stesso livello del 2013, anno in cui si è rimarcata la scarsa voglia di iniziare una nuova avventura imprenditoriale da parte dei trapanesi, che sempre di meno appaiono animati dalla volontà di intraprendere nuove iniziative, mentre torna ad evidenziarsi una maggiore resistenza da parte di chi si trova già sul mercato (sottolineata dall'arretramento del numero di cancellazioni, al di sotto delle 2.600 unità, dato questo che non si registrava dal lontano 2006, anno, però, di congiuntura economica ben diversa da quella attuale).

A trainare la crescita imprenditoriale ancora una volta il settore "turistico" (+4,5% l'incremento su base annua), i trasporti (+3,4%) e i servizi, anche se in quest'ultimo caso si tratta soltanto dei servizi alle imprese, cresciuti del 4%, rispetto all'anno precedente, in quanto i servizi alle persone hanno fatto segnare, dopo anni di crescite numeriche più o meno consistenti, una stasi assoluta, con lo stesso numero di imprese registrate del 2013. Entrando più nel dettaglio, i servizi alle imprese risultano trainati dai servizi informatici (+7,8%) e dai quelli immobiliari (+6,7%), che, evidentemente, per l'esiguità degli investimenti continuano a rappresentare uno dei pochi mercati di sbocco per quanti non riescono a trovare altro tipo di lavoro.

Hanno esercitato un influsso negativo, pur se nettamente ridimensionato rispetto al passato, il settori agricolo, manifatturiero e le costruzioni, con cali che oscillano tra lo 0,9% del settore primario allo 0,5% dell'edilizia e del manifatturiero. Per quel che riguarda il primario, tale, tutto sommato, limitata decrescita rappresenta un fatto positivo, provenendo da un periodo in cui, anche per i noti motivi tecnici della possibilità di cancellarsi con 7.000 euro di valore della produzione, i livelli di fuoriuscita dal settore erano molto più elevati (nel corso del 2013 il calo era stato del 3,9%). Stesso discorso va fatto per le costruzioni, il cui arretramento percentuale dello 0,5% rappresenta il risultato migliore degli ultimi 6 anni, così come per il manifatturiero, il cui decremento risulta inferiore a quanto accaduto nel 2013, allorquando si era registrato un calo dell1% del trend imprenditoriale.

Il commercio, infine, risulta l'unico settore che ha evidenziato, nel corso del 2014, un appesantimento del trend, rispetto all'anno precedente: pur avendo fatto segnare un calo su base annua tutto sommato di lieve entità (dello 0,4%), tale movimento risulta particolarmente negativo

in quanto diametralmente opposto con quanto avvenuto nel 2013, allorquando il comparto era riuscito a segnare una crescita positiva di pari entità (+0,4%).

Non conosce soste, come accade ormai da circa un decennio, la crescita imprenditoriale del settore turistico, motore trainante del tessuto imprenditoriale ma anche economico della nostra provincia, che ha, però, fatto segnare, nel corso del 2014, una crescita meno impetuosa di quella fatta registrare nel corso degli ultimi 5 anni, con un incremento del 4,5% risulta infatti al di sotto di quanto accaduto mediamente dal 2009 al 2013 con una variazione media annua superiore al 5,6% e dell'ultimo anno in particolare allorquando l'incremento era stato superiore al 6%. Bene, come abbiamo già evidenziato, il settore dei trasporti, grazie all'ottimo andamento del "magazzinaggio e all'attività di supporto ai trasporti", cresciuto dell'8,5% e dei trasporti terrestri (+2,5% l'incremento su base annua)

Entrando nel dettaglio di alcune delle categorie imprenditoriali che costituiscono il tessuto economico trapanese, cioè le imprese femminili, extracomunitarie e giovanili, il bilancio anagrafico del 2014 evidenzia alcuni fenomeni degni di nota, perché da essi sembra dipendere sempre più l'evoluzione della base imprenditoriale un po' in tutti i territori: un contributo fondamentale alla crescita del nostro tessuto imprenditoriale viene dall'imprenditoria straniera (purtroppo non conosciamo il trend delle imprese ma solo degli imprenditori), che rappresentano gli unici con un trend fortemente positivo, mentre sia i giovani imprenditori (al di sotto dei 30 anni) che le imprese guidate da donne hanno fatto registrare dei pesanti arretramenti, i cui contorni non sono ben chiari a causa delle 730 cessazioni d'ufficio che in questi casi non possono essere estrapolate e quindi escluse dal computo totale.

A ciò va aggiunta anche la pessima performance offerta dall'artigianato, che, con la fuoriuscita nel corso del 2014 di circa 150 imprese, non accenna ad arrestare una tendenza negativa in atto dal 2011 che ha portato il numero complessivo di imprese artigiane al di sotto delle 7.200 unità (va ricordato che nel 2010 erano poco meno di 8.000). Settorialmente il demerito di tale andamento va attribuito quasi in toto ai due settori delle costruzioni e del manifatturiero: 9 delle imprese fuoriuscite su 10 appartengono, infatti, a questi 2 comparti.

Anche il mercato del lavoro trapanese non mostra segnali di ripresa: nel corso dell'ultimo anno sono stati ben 3.500 i posti di lavoro persi, passando in un solo anno da 113 mila 500 a 110 mila occupati, con un calo su base annua del 3% e di quasi il 10% rispetto al 2012 (appena due anni fa gli occupati erano, infatti, 121 mila 600). La riduzione di occupati ha interessato sia donne (-2,5% pari a circa un migliaio) che, soprattutto, uomini (-4% pari a circa 3.000 unità in meno), provocando un ulteriore calo del tasso di occupazione che ormai, dopo lo sforamento della soglia del 40% del 2013, si attesta al 38,9%, con una netta differenza di genere, essendo quello

maschile pari al 52% e del 26,1% (cioè la metà del primo) quello femminile. Ciò vuol dire che appena ¼ delle donne in età lavorativa risulta occupata, mentre per gli uomini tale rapporto è superiore ad 1 su 2.-

Il calo degli occupati, nel corso del 2014, ha interessato soprattutto il settore economico che meglio aveva resistito l'anno precedente, cioè l'agricoltura, che ha perso circa 1.500 occupati in un solo anno, facendo segnare un calo percentuale a due cifre (12,5%). Pur ridimensionato, non accenna ad arrestarsi la perdita di posti di lavoro nel terziario, con una diminuzione per fortuna piuttosto contenuta di qualche centinaio di lavoratori. Sembra, invece tenere meglio il secondario, sia per quel che riguarda il manifatturiero, in linea con il dato occupazionale del 2013, di circa 10 mila 500 unità, che, soprattutto, le costruzioni, che, non solo hanno arrestato l'emorragia di occupati in atto dal 2008, hanno anche recuperato qualcosina, a dimostrazione, forse, di un piccolo risveglio del comparto.

Piuttosto sorprendentemente, a fronte di un calo di circa 3.500 occupati, il numero delle persone in cerca di occupazione si è ridotto, di circa 4 mila unità, passando dai 33 mila disoccupati del 2013 agli "appena" 29 mila del 2014, fatto questo ancor più preoccupante perché evidenzia l'esclusione di circa 7 mila e 500 persone dal mercato del lavoro, da occupate o disoccupate che siano. Il tasso di disoccupazione si è, pertanto, ridotto, dal 22,5% del 2013, al 20,6%, soprattutto a causa della fuoriuscita di circa 3 mila maschi da tale aggregato, mentre le donne si sono ridotte di circa 1.000 unità, per cui a fine 2014 erano diventati, rispettivamente, 17 mila e 12 mila unità. Tale doppio calo ha provocato una riduzione delle Forze di Lavoro a 139 mila unità, ben al di sotto delle Non Forze di lavoro che ormai sono arrivate a 143 mila unità. Ciò vuol dire che il tasso di inattività dei trapanesi, pari al 50,8%, è tornato ad essere superiore a quello di attività (49,2%), così come accadeva fino al 2011, anni in cui il tasso di attività era tenuto basso da tassi di disoccupazione inferiori al 13%, con un numero di disoccupati che oscillava tra 15 e 18 mila unità, ben al di sotto sia dei 29 mila del 2014 che dei 33 mila del 2013.

Uno dei limiti endogeni al nostro sistema imprenditoriale su cui si è da sempre posta l'attenzione di tutti gli analisti è rappresentato dalla bassissima propensione all'export del nostro sistema economico, misurato dal rapporto tra esportazione e Valore Aggiunto, che oscilla attorno al 4% ed è molto distante dalla propensione media nazionale, 6 volte e mezzo superiore alla nostra, e dai territori più evoluti come il Nord-est, dove il rapporto è addirittura pari al 37% (9 volte il nostro). Purtroppo, nel 2014, le vendite all'estero hanno fatto registrare, nel complesso, estendendo il trend del 2013, un calo dell'1,6%, che ha portato la riduzione del controvalore dei beni esportati, in 2 anni, a circa 10 mila euro (sui 230 mila complessivi), con un calo percentuale di poco inferiore al 4%. Tale andamento negativo risulta condizionato dal pessimo andamento di

alcune tipologie merceologiche che negli ultimi anni avevano fatto da traino alle vendite all'estero, cioè il vinicolo e il comparto della frutta e degli ortaggi lavorati. Soprattutto il primo, che ha rappresentato per anni la prima voce dell'export trapanese, ha registrato un calo del 15% su base annua e di quasi un terzo rispetto al 2012 del controvalore dell'export, passato dai 56 milioni di euro del 2012, ai 45 milioni del 2013 e agli appena 38 milioni del 2014. Tale arretramento risulta condizionato soprattutto dalla scomparsa degli acquisti spagnoli, passati dai 6-7 milioni degli ultimi 2 anni a poco più di 200 mila euro del 2014, e dal calo degli acquisti da parte degli altri nostri principali mercati, cioè Stati Uniti, Germania e Regno Unito (rispettivamente -5%, - 12% e – 20%). Tra i pochi paesi a manifestare un interesse crescente, degno di nota sono la Svezia, che ha raddoppiato gli acquisti, e il Giappone che, con quasi 3 milioni e mezzo di import, ha fatto segnare un +17%.

Analogo l'andamento per la frutta e gli ortaggi lavorati, che hanno segnato un decremento su base annua addirittura superiore, con un calo del 18%, che porta l'arretramento, rispetto al 2012, al 28%, con appena 17 milioni di controvalore esportato (era 24 milioni appena 2 anni fa). Anche in questo caso le cause vanno individuate nel crollo degli acquisti di due dei principali acquirenti, cioè Canada e Germania (rispettivamente -67% e – 20%), oltre che dalla scomparsa delle vendite verso la Grecia e la Romania, crollo cui non è riuscito a fare da contraltare l'ottimo andamento del Regno Unito (+27%) che, con 5 milioni di euro di export, sfiora ormai il 30% delle vendite complessive di tale tipologia merceologica e di alcuni mercati emergenti quali Giappone (+200%), Stati Uniti (+50%) e Taiwan (+33%).

Purtroppo, anche l'export di marmo ha segnato una battuta d'arresto, anche se il calo ha colpito prevalentemente il prodotto grezzo, mentre il lavorato ha registrato un calo abbastanza contenuto dell'1,5%, che, però, ha interrotto una fase di crescita che durava da 4 anni e che aveva condotto tale tipologia merceologica al primo posto dell'export trapanese, con oltre 53 milioni di euro, nel 2013. In questo caso, a causare l'arretramento è stata esclusivamente l'Arabia Saudita, principale acquirente di marmo trapanese, con 4 milioni di acquisti in meno (da 24 a 20 milioni di euro), mentre gli altri principali acquirenti (Marocco in primis, Kuwait ed Emirati Arabi) hanno fatto segnare aumenti più o meni consistenti, ma non sufficienti a controbilanciare il calo dell'Arabia Saudita. Pesante l'andamento del prodotto grezzo, come già detto, con una riduzione del controvalore del 15%, rispetto al 2013, e del 25%, rispetto a 2 anni prima, arrivando a sforare la soglia dei 7 milioni di export (nel 2012 tale valore era superiore ai 9 milioni).

Di contro, risultano piuttosto sostenute le vendite di olio (da 14 a 15,6 milioni di euro) e di gambero rosso (da 9,5 a 11,1 milioni di euro), con incrementi a due cifre, rispetto al 2013, grazie al ritorno di interesse da parte dei tradizionali acquirenti di tali prodotti, cioè gli Stati Uniti, il

Canada e il Giappone per il primo e la Spagna (verso cui è diretto il 90% dell'export del gambero mazarese) per il secondo.

A sostenere le esportazioni trapanesi sono, in realtà, stati tutta una serie di prodotti non food, grazie ai quali il bilancio delle vendite all'estero non è stato molto più pesante, prodotti come le "Altre macchine di impiego generale", il "cuoio e la pelletteria", gli "articoli di abbigliamento". Le prime, con un incremento delle vendite su base annua che sfiora il 50%, sono diventate la terza tipologia merceologica esportata dalla nostra provincia, con quasi 23 milioni di euro, grazie a vendite piuttosto capillari, che vedono sugli scudi mercati molto interessanti, come Germania, Cina, Qatar, Finlandia e Norvegia, ma anche nuove piazze come l'Azerbaigian, divenuto di colpo il secondo acquirente con 2,5 milioni di euro, dietro la Germania (5,5 milioni di euro).

Boom di vendite, infine, anche per cuoio e pelletteria e articoli di abbigliamento, con incrementi a 3 cifre, che però sembrano caratterizzarsi più come una partita di giro che una vera e propria esportazione di prodotti trapanesi. Infatti, per entrambi, la crescita dell'export si accompagna ad un incremento di importazioni che segue fedelmente l'andamento di crescita delle prime, per cui varrà la pena soffermarsi più avanti su tale fenomeno attualmente poco chiaro.

L'unico comparto che, in questi anni, ha fatto segnare un andamento oltremodo positivo, anche in relazione alle difficoltà degli altri territori, è stato quello turistico, anche se, corso dell'ultimo anno, dopo la crescita a due cifre del 2013, si è registrato un incremento abbastanza limitato di presenze dell'1,5% e di arrivi dell'1%. A tale risultato, comunque positivo, hanno contribuito esclusivamente, e in maniera piuttosto sorprendente, visto la congiuntura non proprio favorevole, gli italiani, che hanno fatto segnare un incremento delle presenze del 10%, rispetto all'anno precedente, con quasi 150 mila presenze in più, facendo in questo modo da contraltare al pesante calo di quelle straniere, diminuite in un solo anno del 13%, (-110 mila pernottamenti rispetto al 2013), passando dalle oltre 860 mila a 750 mila.

Analizzando le presenze mensili, emerge con chiarezza che, se si è riusciti a chiudere l'annata in positivo e a recuperare le perdite dei primi 7 mesi, è stato grazie alla lunga coda dell'estate che ha consentito notevoli incrementi di presenze, esclusivamente di italiani, nei mesi di settembre ed ottobre, mentre l'andamento delle presenze straniere è stato orientato per tutti i 12 mesi verso il segno meno, con picchi nei mesi di maggio e luglio.

Il movimento turistico complessivo ha privilegiato le strutture extralberghiere (+8,7% i pernottamenti rispetto al 2013), facendo segnare un notevole incremento di presenze nei campeggi e villaggi (+30%) e nei b&b (+8%), mentre ha registrato un calo l'alberghiero, penalizzato dal pessimo andamento degli alberghi ad 1 e 2 stelle (con cali tra il 30 e il 40%), cui poco ha potuto il positivo andamento degli alberghi di maggior pregio (in particolare i 5 stelle).

Nonostante alcune tipologie di strutture non mostrino di riscuotere un grande successo, almeno in termini di presenze, la crescita dell'offerta ricettiva ha riguardato un po' tutte le tipologie di struttura e, in alcuni casi, come per gli alberghi meno pregiati, l'incremento di posti letto è stato decisamente superiore alla media provinciale. Continua inarrestabile, anche nel 2014, la crescita dell'extralberghiero (57 b&b in più e 17 alloggi in affitto, rispetto al 2013), che ormai sono arrivati a rappresentare quasi l'80% delle strutture presenti in provincia e il 45% dei posti letto complessivi. La distribuzione territoriale dell'offerta ricettiva vede primeggiare S. Vito con il 22% (6.630 posti letto), seguita da Castelvetrano con il 12,5% (3.717 p.l.), Favignana con il 10,5% (3125 p.l.) e Castellammare del Golfo con l'8,5% (2.522 p.l.). Ben al di sotto si trovano Pantelleria, con poco più di 2.000 p.l., Trapani e Marsala, con circa 1.900 p.l. ciascuna.

Vale, infine, la pena porre l'attenzione sui territori di provenienza dei turisti nella provincia di Trapani e su quali siano i comuni privilegiati per i flussi turistici nel 2014: le località che hanno fatto segnare una crescita piuttosto consistente sono quelle legate ad un offerta di tipo balneare, quindi, in primis, S. Vito Lo Capo che, con un incremento del 17% su base annua, ha sfiorato le 650 mila presenze, diventando uno dei comuni più frequentati di tutta la Sicilia, anche in relazione al numero di abitanti, Pantelleria, che, con una crescita del 24%, è tornata a superare, come non accadeva dal 2010, la soglia delle 100 mila presenze, e Favignana, che pur con una crescita più modesta del 6,6% ha superato la soglia delle 240 mila presenze. Bene anche Castelvetrano, nonostante abbia fatto registrare solo un leggero incremento, ma va ricordato che la seconda località turistica della nostra provincia per presenze (arrivate nel 2014 a quasi 390 mila unità) è frequentata soprattutto da stranieri, in particolare francesi, in netto calo, per cui è stato importante aver mantenuto il segno +. Purtroppo, risultano particolarmente penalizzate le nostre "città d'arte", cioè Trapani, Marsala ed Erice, tutte con cali percentuali a due cifre, cui probabilmente non è estranea la riduzione degli arrivi degli stranieri nel nostro territorio, molto probabilmente a causa del notevole ridimensionamento dei voli sull'aeroporto di Birgi.

L'analisi dei paesi di provenienza dei turisti nel nostro territorio evidenzia un calo generalizzato, con le uniche eccezioni di Malta, Slovacchia e Australia, per i paesi del nord e centro Europa, oltre che dagli Stati Uniti. In particolare vale la pena di rimarcare il calo delle presenze tedesche (-18% su base annua per quello che per tantissimo tempo è stato il primo paese sia per arrivi che presenze in provincia di Trapani) ormai al livello di quelle del 2009, cioè al di sotto dei 90 mila pernottamenti, e di quelle statunitensi, passate da 90 mila ad appena 75 mila (-15% rispetto al 2013) sia perché si tratta dei primi due paesi, dopo la Francia, per presenze, sia perché le variazioni percentuali sono tra le più significative. Altri due paesi hanno contribuito in maniera significativa ad affossare le presenze straniere nel nostro territorio, cioè Svezia e Danimarca, con

cali che hanno, rispettivamente, quasi dimezzato e ridotto ad appena ¼ i pernottamenti in provincia di Trapani di tali turisti. A dimostrazione della gravità di quest'ultimo fenomeno, va evidenziato che numericamente il calo complessivo, pari a poco meno di 30 mila unità, è stato quasi al livello di quello di tedeschi e statunitensi messi assieme (-33 mila unità), ci cui abbiamo già messo in evidenza la gravità. Anche la Francia, che rimane saldamente il primo paese per numero di presenze in provincia di Trapani, ha fatto registrare un calo significativo, più numericamente, con 18 mila presenze in meno, che percentualmente, -7,6%, passando dai 245 ai 227 mila pernottamenti, che rappresentano pur sempre due volte e mezzo il numero di pernottamenti del secondo paese, cioè la Germania, e quasi lo stesso numero di presenze degli altri primi 4 paesi, cioè Germania, Stati Uniti, Regno Unito e Paesi Bassi (in provincia di Trapani ben 3 presenze su 10 sono ormai francesi).

Come già evidenziato, la crescita turistica della nostra provincia è stata sostenuta dagli italiani, provenienti un po' da tutte le regioni, tranne qualche rara eccezione, come la Lombardia e la Campania, ma su tutte ne svetta una che, da sola, ha rappresentato, con oltre 80 mila presenze in più, ben il 55% dell'incremento, cioè la Sicilia, che è arrivata al dato record di 622 mila presenze in un solo anno (erano state 540 mila nel 2013), seguita, a grande distanza, da Lombardia, con 232 mila, e Lazio, con 128 mila. Complessivamente, quindi, oltre ¼ delle presenze di turisti nella nostra provincia riguarda siciliani, seguiti a grande distanza dai lombardi e dai francesi, con poco meno del 10%, dai laziali, con una quota superiore al 5%, da emiliani, piemontesi e tedeschi, attorno al 4%, e via continuando, con percentuali inferiori, da veneti, statunitensi, toscani, campani e via dicendo.

Appare indispensabile, perché tutto questo diventi un sistema economico in grado di creare sviluppo e il nostro territorio ne ha tutte le potenzialità (vista la presenza di parchi archeologici, tipicità eno-gastronomiche, centri storici pregevoli, aree naturali) porre in essere un'attività integrata di pianificazione che sia il frutto di una concertazione tra privato e pubblico, per la creazione, in primis, di una rete di servizi oggi piuttosto carente e di un vero piano di promozione turistica che metta al centro le motivazione e i fabbisogni del turista, oltre che i fabbisogni formativi degli imprenditori o almeno che si attivi per la formazione di figure manageriali in grado di affrontare un mercato sempre più complesso e di cogliere rapidamente le sfide dell'era moderna.

Il contesto normativo

Il quadro normativo di riferimento è rimasto caratterizzato, a livello generale, da forti cambiamenti e restrizioni che hanno richiesto all'Ente un costante bisogno di reinterpretarsi e riadattarsi per meglio rispondere al contesto evolutivo.

Un forte ostacolo è rappresentato, in particolare, dalle limitazioni della spesa relative ai consumi intermedi che non si sono tradotte, tuttavia, in un miglioramento dei saldi di bilancio dovendosi procedere, nella maggior parte dei casi, al riversamento al bilancio dello Stato delle economie prodotte e dalle limitazioni alle assunzioni di personale e all'utilizzo di forme flessibile di lavoro.

In più, le Camere di Commercio si sono trovate ad operare in un quadro giuridico caratterizzato da una copiosa ed eterogenea produzione normativa, che ha risentito sia del clima di forte incertezza politica, sia della crisi economica e finanziaria, che si è progressivamente intensificata negli ultimi anni. In questo contesto l'emanazione del d.l. n. 90/2014 ha rappresentato solo l'ultimo passo del lungo e difficile percorso normativo, fattore che ha condizionato fortemente la gestione e la capacità di programmazione gli interventi e le azioni future.

Come noto le disposizione contenute all'articolo 28 del d.l. n. 90/2014 circa la riduzione del diritto annuale, hanno trovato la definitiva conferma, anche se in parte riformulate dal legislatore, attraverso la conversione del decreto nella legge 114 del 11 agosto 2014 e la prevista riduzione del diritto annuo è stata dilazionata nel triennio secondo le seguenti percentuali: 35% per l'anno 2015 – 40% per l'anno 2016 e 50% a regime nel 2017. Il Diritto annuo costituisce la principale voce di entrata in virtù della quale viene effettuata la programmazione delle attività delle Camere di Commercio, con particolare riferimento a quelle di promozione e supporto a beneficio del sistema imprenditoriale provinciale.

Questa norma, unitamente al perdurare della problematica a livello governativo nazionale sulla riorganizzazione del sistema delle Camere di Commercio italiane ha indotto a riflettere sull'influenza che un ipotetico nuovo assetto di tali enti, derivante da eventuali processi di accorpamento/associazione di funzioni, e la drastica diminuzione di risorse a disposizione, collegata all'abolizione del diritto annuale, potranno avere sulla programmazione degli interventi locali a sostegno dello sviluppo economico.

A queste si sono aggiunte, con forte impatto sull'azione camerale soprattutto in termini assorbimento di risorse umane, la normativa in materia di trasparenza e anticorruzione e in tema di adempimenti richiesti ai fini dell'armonizzazione dei sistemi contabili delle pubbliche amministrazioni (ai sensi dell'art. 2 della L. 196/2009, cui è stata data attuazione con D.Lgs. 31maggio 2011, n. 91 che impone, fin dalla predisposizione del bilancio di previsione per l'esercizio

2014, una serie di adempimenti aggiuntivi precisati con nota del Ministero dello Sviluppo Economico n. 148123 del 12 settembre 2013).

Al fine di meglio adempiere a quanto finora descritto e orientarsi sempre di più verso la programmazione e la trasparenza della sua azione, la Camera di Commercio di Trapani ha già approvato e pubblicato sul sito camerale il Programma pluriennale per la trasparenza e l'integrità per gli anni 2015-2017, il Piano triennale di prevenzione della corruzione 2015-2017 e il Piano della triennale della performance per l'esercizio per gli anni 2015-2017.

Rilevante è stato, inoltre, l'impatto degli adempimenti richiesti ai fini dell'armonizzazione dei sistemi contabili delle pubbliche amministrazioni ai sensi dell'art. 2 della L. 196/2009, cui è stata data attuazione con D.Lgs. 31maggio 2011, n. 91, che ha imposto, fin dalla predisposizione del bilancio di previsione per l'esercizio 2014, una serie di adempimenti aggiuntivi in attesa della completa revisione del DPR 254/2005 che disciplina la gestione patrimoniale e finanziaria delle Camere di Commercio, adempimenti precisati con nota del Ministero dello Sviluppo Economico n. 148123 del 12 settembre 2013.

Il già citato D.L. 66/2014 è inoltre intervenuto ampliando gli oneri amministrativi e formali a carico degli uffici deputati alla gestione economico-finanziaria dell'Ente. Tra i principali adempimenti introdotti si citano:

- l'obbligo dell'adozione del registro unico delle fatture;
- il monitoraggio dei debiti delle pubbliche amministrazioni attraverso l'utilizzo di una piattaforma elettronica realizzata dalla RGS;
- l'estensione degli obblighi di certificazione dei crediti a tutti gli enti di cui all'art. 1, comma 2, del D.Lgs. 165/2001 e, quindi, anche alle camere di commercio.

Molteplici sono state inoltre le novità normative su altri ambiti camerali. Tra queste, il decreto-legge 21 giugno 2013, n. 69 (decreto "del fare", convertito in legge 9 agosto 2013 n. 98) ha ripristinato il procedimento di mediazione quale condizione di procedibilità della domanda giudiziale nelle materie elencate dall'articolo 5, comma 1 del d.lgs. 28/2010. In tal modo sono state riportate in vigore le disposizioni dichiarate incostituzionali con sentenza n. 272/2012 della Corte costituzionale e sono state introdotte altresì nuove norme.

Relativamente ai servizi anagrafico-certificativo, le rilevanti novità normative e procedurali, che hanno connotato l'ultimo triennio (da Comunica all'attivazione dei Suap, dall'applicazione dei decreti attuativi della Direttiva Bolkestein sugli ex-ruoli all'abolizione dell'Albo delle Imprese Artigiane, dall'introduzione di nuovi adempimenti pubblicitari – relativi alle procedure concorsuali, alla PEC, ai contratti di rete, alle società a responsabilità limitata, ecc. - all'adeguamento delle imprese di installazione impianti al D.M. n. 37/2008) e che hanno trovato attuazione nel corso

dell'anno 2014, implicando un consistente incremento del carico di lavoro degli uffici e un aumento del fabbisogno formativo.

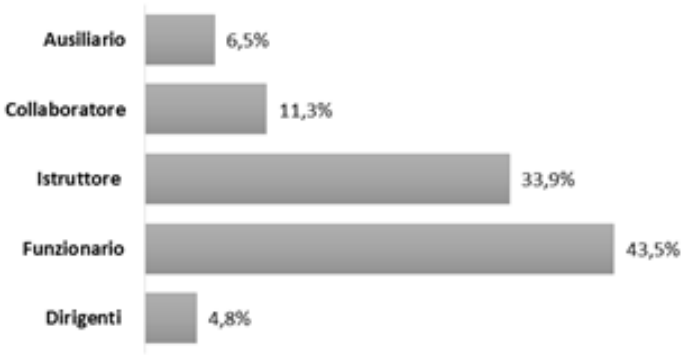
Le novità normative introdotte (v. ad es. l'introduzione della SCIA) hanno portato sì ad una semplificazione per l'impresa in termini di modulistica da presentare, ma hanno moltiplicato i controlli che la pubblica amministrazione è chiamata ad effettuare ampliandone la responsabilità nei confronti di terzi. Un'altra novità che impatterà trasversalmente su tutti i servizi riguarda il contenuto del D.L. n. 179/2012 che impone che dal 01/01/2014 tutti i servizi per i cittadini dovranno essere fruibili anche on-line.

Il contesto interno

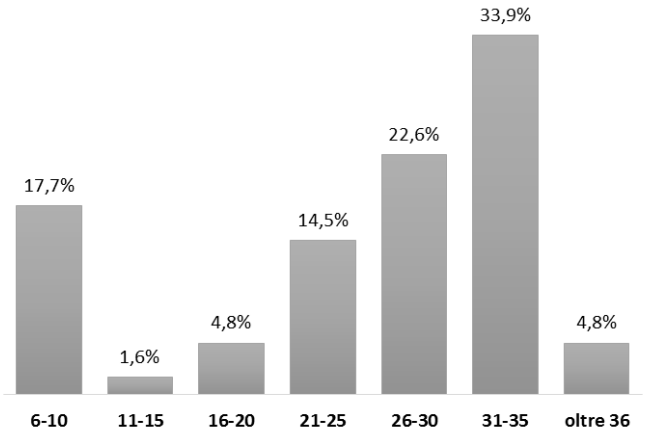
Le Risorse umane della Camera di commercio

La struttura organizzativa dell'Ente può essere così rappresentata:

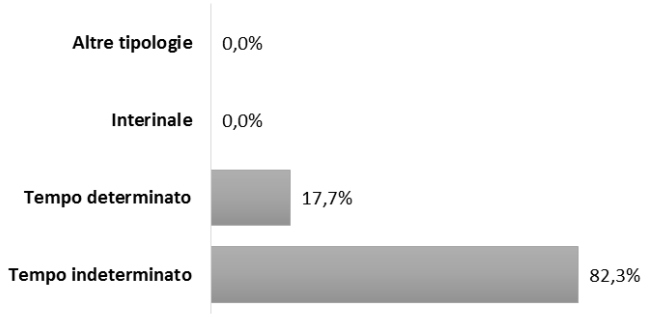
Composizione per profilo professionale		
Profilo professionale	**Valore**	**%**
Dirigenti	3	4,8%
Funzionario	27	43,5%
Istruttore	21	33,9%
Collaboratore	7	11,3%
Ausiliario	4	6,5%



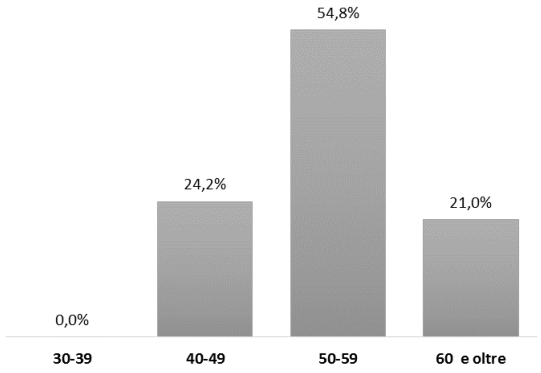
Composizione per Anzianità di servizio		
Classe di anzianità	**Valore**	**%**
6-10	11	17,7%
11-15	1	1,6%
16-20	3	4,8%
21-25	9	14,5%
26-30	14	22,6%
31-35	21	33,9%
oltre 36	3	4,8%



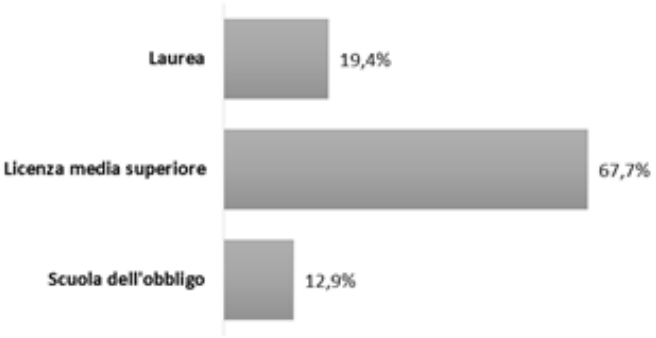
Composizione per tipologia contrattuale		
Tipologia	**Valore**	**%**
Tempo indeterminato	51	82,3%
Tempo determinato	11	17,7%
Interinale	0	0,0%
Altre tipologie	0	0,0%



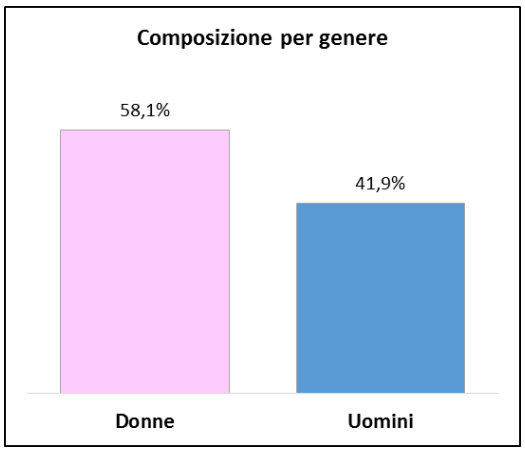
Composizione per classi d'età		
Classe d'età	**Valore**	**%**
30-39	0	0,0%
40-49	15	24,2%
50-59	34	54,8%
60 e oltre	13	21,0%

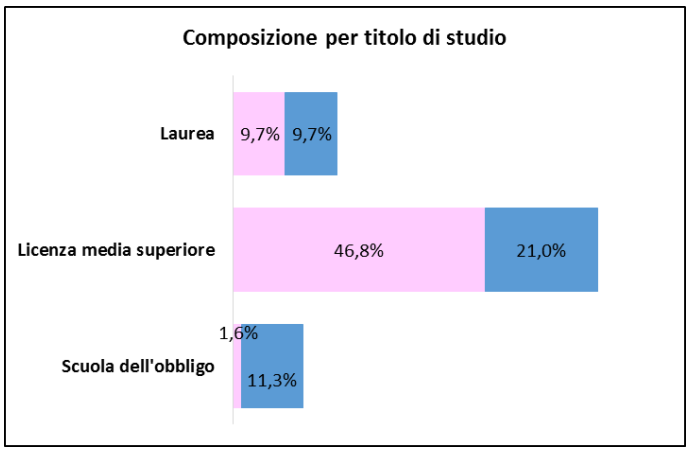


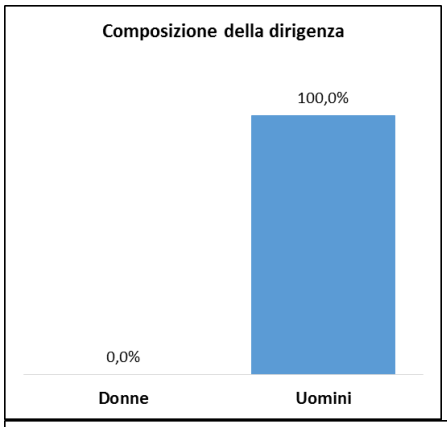
Composizione per titolo di studio		
Titolo di studio	**Valore**	**%**
Scuola dell'obbligo	8	12,9%
Licenza media superiore	42	67,7%
Laurea	12	19,4%

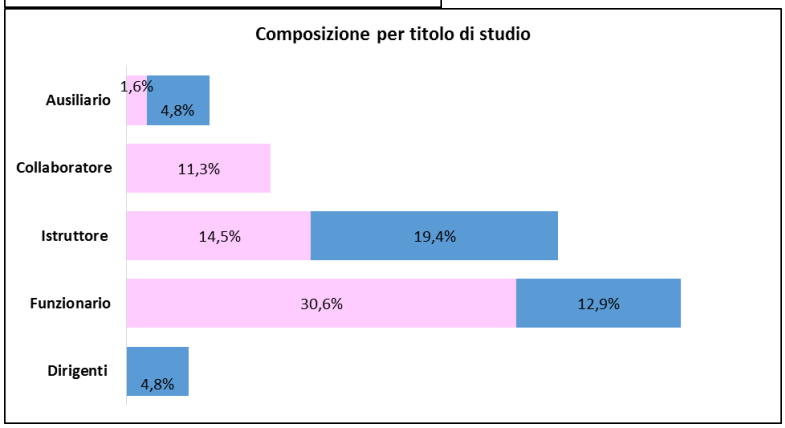


Le politiche di genere





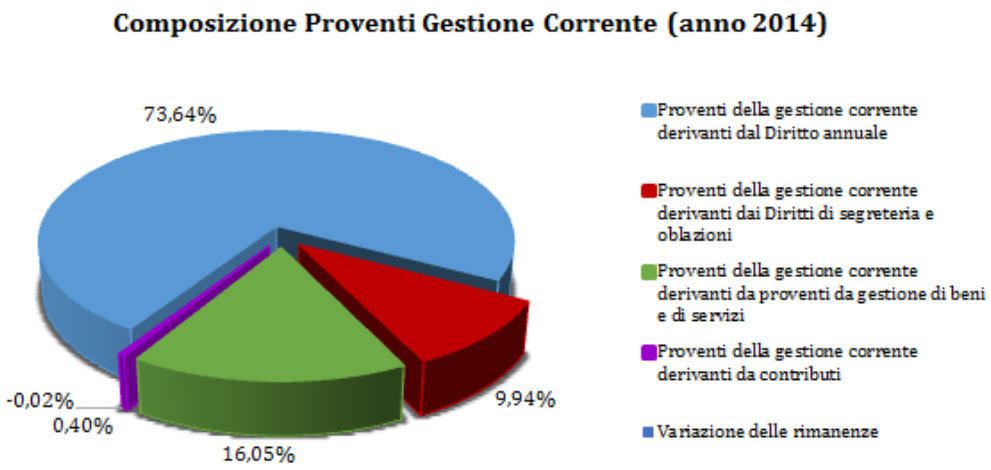

Composizione della dirigenza
100,0%
0,0%
Donne
Uomini


Composizione per titolo di studio
Ausiliario
1,6%
4,8%
Collaboratore
11,3%
Istruttore
14,5%
19,4%
Funzionario
30,6%
12,9%
Dirigenti
4,8%

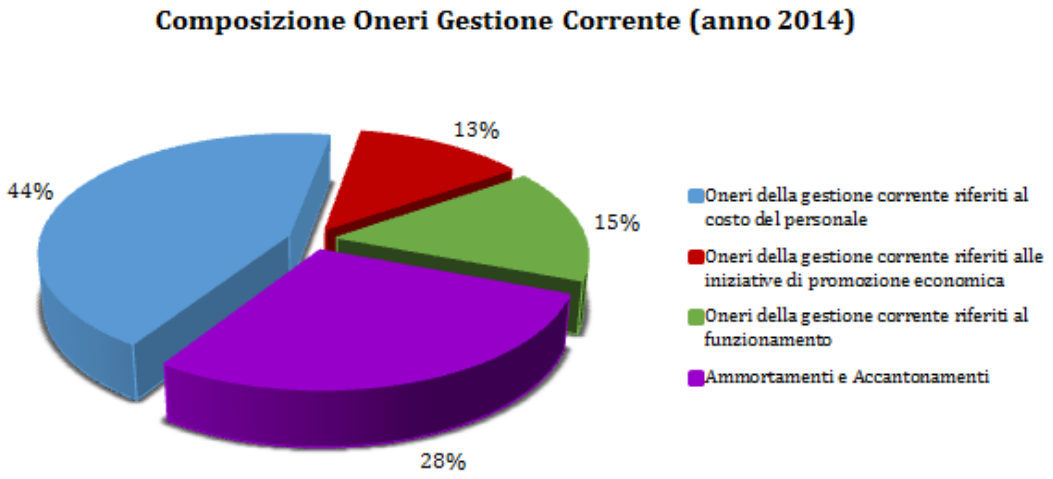
Le risorse economiche della Camera di commercio

La Camera di commercio di Trapani ha definito la propria gestione economico-finanziaria in attuazione degli obiettivi strategici definiti nei documenti di programmazione. Di seguito si riportano le rappresentazioni di sintesi dei proventi e degli oneri consuntivi per l'anno 2014.

PROVENTI GESTIONE CORRENTE	Valore in €	%
Proventi della gestione corrente derivanti dal Diritto annuale	8.852.074	73,64%
Proventi della gestione corrente derivanti dai Diritti di segreteria e oblazioni	1.194.357	9,94%
Proventi della gestione corrente derivanti da proventi da gestione di beni e di servizi	1.929.310	16,05%
Proventi della gestione corrente derivanti da contributi	48.097	0,40%
Variazione delle rimanenze	-2.305	-0,02%



ONERI GESTIONE CORRENTE	Valore in €	%
Oneri della gestione corrente riferiti al costo del personale	5.394.793,72	44%
Oneri della gestione corrente riferiti alle iniziative di promozione economica	1.558.454,94	13%
Oneri della gestione corrente riferiti al funzionamento	1.903.933,38	15%
Ammortamenti e Accantonamenti	3.511.444,61	28%



Di seguito si riepiloga l'ammontare delle risorse economiche erogate all'attuazione delle diverse linee strategiche per l'anno 2014:

Obiettivo Strategico	RISORSE
PROMUOVERE E QUALIFICARE L'OFFERTA TURISTICA	€ 332.783
PROMUOVERE, VALORIZZARE E TUTELARE LE PRODUZIONI TIPICHE LOCALI	€ 540.550
STIMOLARE L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE	€ 474.796
CREARE UN SISTEMA IMPRENDITORIALE DI QUALITÀ PROMUOVENDO LA CRESCITA DEL CAPITALE UMANO	€ 162.066
PROMUOVERE LA DIFFUSIONE DEGLI STRUMENTI DI GIUSTIZIA ALTERNATIVA	€ 29.493
RAFFORZARE LE ATTIVITÀ DI VIGILANZA E CONTROLLO E ACCRESCERE LA TRASPARENZA DEL MERCATO	€ 18.768
TOTALE	**€ 1.558.455**

Analisi del risultato economico

L'esercizio 2014 sotto l'aspetto economico e quindi in termini di Costi e Ricavi di competenza è stato caratterizzato da un disavanzo economico di esercizio pari ad -4.238. Tale valore è stato influenzato, tra gli altri, dall'accantonamento di competenza relativo al Fondo Svalutazione Crediti per € 3.336.916,71; dall'accantonamento di competenza del Fondo T.F.R. per 141.405,63;dagli ammortamenti per € 114.527,90 e dalla Gestione Finanziaria per € - 63.088,81 la cui discrimina è ben evidenziata in nota integrativa.

Per quanto riguarda le Disponibilità Liquide al 31/12/2014 risultano essere pari ad € 4.278.744,04.

L'analisi del Bilancio 2014 evidenzia le difficoltà della Camera, problema generalizzato e quindi estendibile a tutte le realtà delle Camere di Commercio isolane, nella riscossione del diritto annuale. A questo si aggiunge un altro problema strutturale delle Camere di Commercio isolane cioè il pagamento delle pensioni degli ex dipendenti collocati in quiescenza. Per l'esercizio 2014 l'onere sostenuto dalla Cciaa di Trapani è pari ad € 1.494.782,25.

Seconda Sezione

2.- La Strategia della Camera di commercio di Trapani

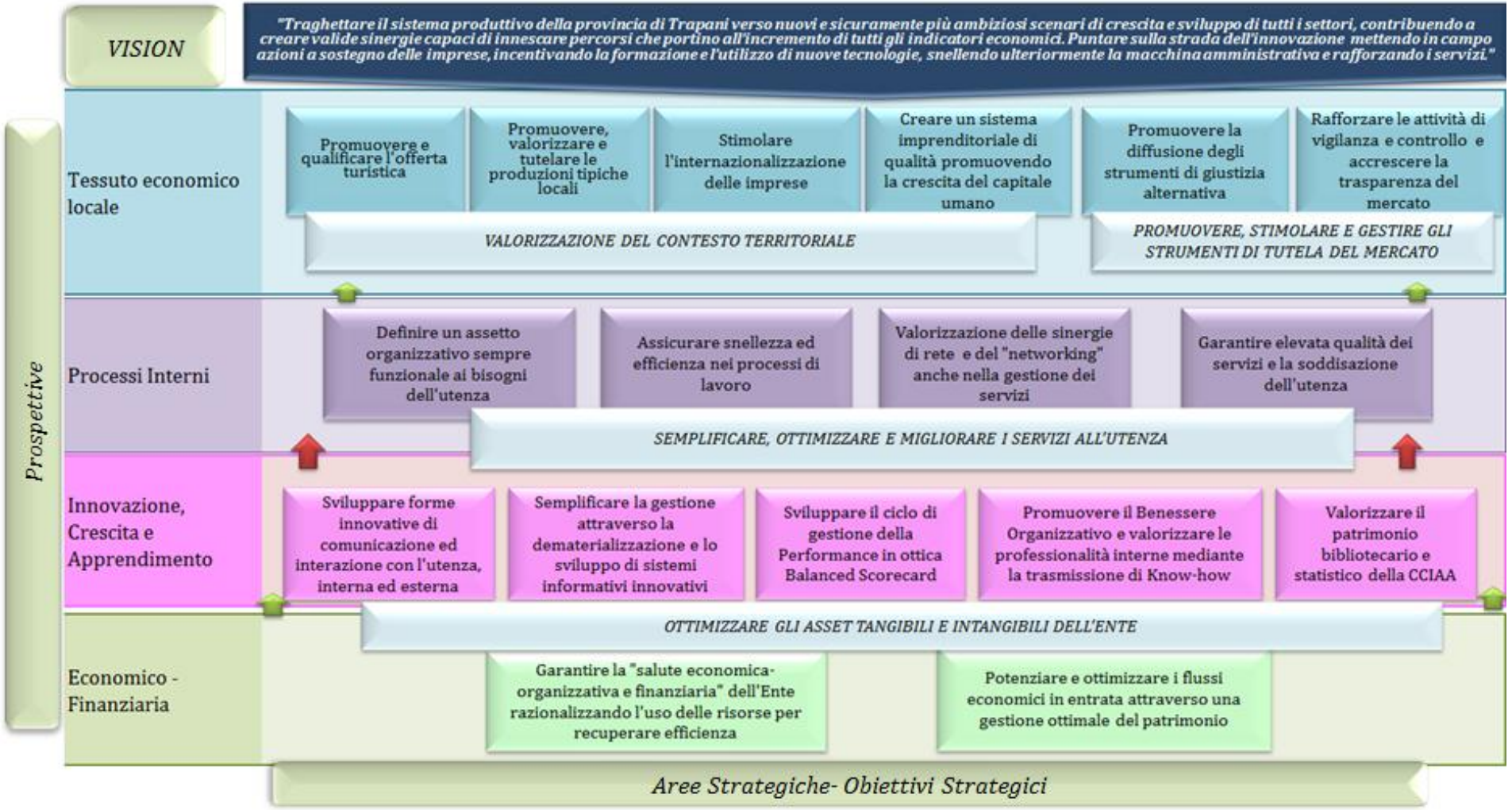
La Mappa Strategica

La Mappa Strategica della Camera di commercio di Trapani è frutto di una declinazione temporale degli impegni di Mandato, pertanto assume carattere di sistematizzazione dei contenuti definiti dapprima nel Programma Pluriennale e, in seguito, nella Relazione Previsionale e Programmatica e identifica in una rappresentazione sintetica la performance che l'Ente s'è prefissata di conseguire per il triennio 2014-2016, mediante la declinazione della Vision dell'Ente in Linee Strategiche e relativi Obiettivi Strategici, tra loro collegati da specifiche relazioni di causa effetto.

Le aree strategiche costituiscono le prospettive in cui vengono idealmente scomposti e specificati il mandato istituzionale, la mission e la vision dell'Ente camerale.

La definizione delle aree strategiche è scaturita da un'attenta analisi congiunta dei fattori interni e dei fattori esterni alla Camera di Commercio e il Programma Pluriennale 2012 – 2016, che abbraccia tutta l'attività della Camera.

Secondo l'impostazione BSC, già richiamata, le linee strategiche di cui sopra, in continuità naturale con la programmazione di mandato, vengono ad articolarsi in obiettivi strategici di natura multidimensionale così come descritti nella Mappa Strategica di seguito riportata.


VISION
"Traghettare il sistema produttivo della provincia di Trapani verso nuovi e sicuramente più ambiziosi scenari di crescita e sviluppo di tutti i settori, contribuendo a creare valide sinergie capaci di innescare percorsi che portino all'incremento di tutti gli indicatori economici. Puntare sulla strada dell'innovazione mettendo in campo azioni a sostegno delle imprese, incentivando la formazione e l'utilizzo di nuove tecnologie, snellendo ulteriormente la macchina amministrativa e rafforzando i servizi."
Prospettive
Tessuto economico locale
Promuovere e qualificare l'offerta turistica
Promuovere, valorizzare e tutelare le produzioni tipiche locali
Stimolare l'internazionalizzazione delle imprese
Creare un sistema imprenditoriale di qualità promuovendo la crescita del capitale umano
Promuovere la diffusione degli strumenti di giustizia alternativa
Rafforzare le attività di vigilanza e controllo e accrescere la trasparenza del mercato
VALORIZZAZIONE DEL CONTESTO TERRITORIALE
PROMUOVERE, STIMOLARE E GESTIRE GLI STRUMENTI DI TUTELA DEL MERCATO
Processi Interni
Definire un assetto organizzativo sempre funzionale ai bisogni dell'utenza
Assicurare snellezza ed efficienza nei processi di lavoro
Valorizzazione delle sinergie di rete e del "networking" anche nella gestione dei servizi
Garantire elevata qualità dei servizi e la soddisazione dell'utenza
SEMPLIFICARE, OTTIMIZZARE E MIGLIORARE I SERVIZI ALL'UTENZA
Innovazione, Crescita e Apprendimento
Sviluppare forme innovative di comunicazione ed interazione con l'utenza, interna ed esterna
Semplificare la gestione attraverso la dematerializzazione e lo sviluppo di sistemi informativi innovativi
Sviluppare il ciclo di gestione della Performance in ottica Balanced Scorecard
Promuovere il Benessere Organizzativo e valorizzare le professionalità interne mediante la trasmissione di Know-how
Valorizzare il patrimonio bibliotecario e statistico della CCIAA
OTTIMIZZARE GLI ASSET TANGIBILI E INTANGIBILI DELL'ENTE
Economico - Finanziaria
Garantire la "salute economica-organizzativa e finanziaria" dell'Ente razionalizzando l'uso delle risorse per recuperare efficienza
Potenziare e ottimizzare i flussi economici in entrata attraverso una gestione ottimale del patrimonio
Aree Strategiche- Obiettivi Strategici

3. Missioni

Le missioni rappresentano le funzioni politico-istituzionali principali e gli obiettivi strategici perseguiti dalle amministrazioni pubbliche nell'utilizzo delle risorse finanziarie, umane e strumentali ad esse destinate e sono definite in base allo scopo istituzionale dell'amministrazione.

Le missioni individuate dal Ministero dello Sviluppo Economico con circolare prot. n. 148123 del 12 settembre 2013 per le Camere di Commercio sono:

011 – Competitività e sviluppo delle imprese,

012 – Regolazione dei mercati,

016 – Commercio internazionale ed internazionalizzazione del sistema,

032 – Servizi istituzionali e generali delle amministrazioni pubbliche,

033 – Fondi da ripartire.

Per consentire la migliore lettura del documento si riporta un prospetto di raccordo tra le Missioni e i Programmi e gli obiettivi strategici contenuti nella Relazione Previsionale e programmatica dell'anno 2014.

MISSIONE (di cui al Decreto 27.03.13, art. 9, co. 3)	AMBITO STRATEGICO DELLA RELAZIONE PREVISIONALE E PROGRAMMATICA
MISSIONE 011 "Competitività e sviluppo delle imprese"	- Promuovere e qualificare l'offerta turistica - Promuovere, valorizzare e tutelare le produzioni tipiche locali - Creare un sistema imprenditoriale di qualità promuovendo la crescita del capitale umano - Valorizzare il patrimonio bibliotecario e statistico della Camera di Commercio
MISSIONE 012 "Regolazione dei mercati"	- Promuovere la diffusione degli strumenti di giustizia alternativa - Rafforzare le attività di vigilanza e controllo e accrescere la trasparenza del mercato - Assicurare snellezza ed efficienza nei processi di lavoro promuovendo la qualità e l'efficienza dei servizi
MISSIONE 016 "Commercio internazionale ed internazionalizzazione del sistema produttivo"	- Stimolare l'internazionalizzazione delle imprese

MISSIONE 032 "Servizi istituzionali e generali delle amministrazioni pubbliche"	- Definire un assetto organizzativo sempre funzionale ai bisogni dell'utenza - Garantire elevata qualità dei servizi e la soddisfazione dell'utenza - Sviluppare forme innovative di comunicazione ed interazione con l'utenza, interna ed esterna - Semplificare la gestione attraverso la dematerializzazione e lo sviluppo di sistemi informativi innovativi - Sviluppare il ciclo di gestione della Performance in ottica Balanced Scorecard - Promuovere il Benessere Organizzativo e valorizzare le professionalità interne mediante la trasmissione di Know-how - Ottimizzare gli asset tangibili e intangibili dell'ente

NOTA OPERATIVA: Si precisa che le risorse economiche di competenza rendicontante attengono ai soli stanziamenti dedicati alla promozione economica. Le risorse economiche afferenti le spese di personale e di funzionamento non sono direttamente rendicontabili per risultati conseguiti.

Missione 011 - Competitività e sviluppo delle Imprese

Programma: 005 Regolamentazione, incentivazione dei settori imprenditoriali, riassetti industriali, sperimentazione tecnologica, lotta alla contraffazione, tutela della proprietà industriale.

Nella missione "Competitività e sviluppo delle imprese" confluiscono le attività comprese nella funzione D come individuata dal DPR 254/2005, ad eccezione di quelle inerenti l'internazionalizzazione delle imprese.

Si tratta dunque di tutte le iniziative promozionali a sostegno del mondo imprenditoriale provinciale che si sostanziano in interventi diretti (realizzazione di fiere, mostre) o indiretti (contributi per la realizzazione di eventi anche in collaborazione con le Istituzioni locali).

Obiettivo: Promuovere e qualificare l'offerta turistica

Le azioni che riguardano i sistemi turistici e commerciali hanno una indiscussa trasversalità con quasi tutti i temi dello sviluppo dei settori produttivi e delle eccellenze del nostro territorio e, laddove promossi secondo approcci ispirati a principi di sostenibilità, consentono anche di migliorare la qualità della vita dei cittadini, garantire la valorizzazione del patrimonio culturale, ambientale e identitario dei territori. A tal fine la Camera nel 2014 ha voluto realizzare azioni volte a sviluppare il sistema turistico locale stimolando la destagionalizzazione, il turismo culturale e locale. In tal senso ha provveduto a sostenere in ambito locale, iniziative volte a favorire lo sviluppo del turismo, privilegiando l'organizzazione di manifestazioni con rilevante attrattiva turistica ed eventi strettamente correlati con la promozione del turismo e delle tipicità locali, ed anche correlati allo sviluppo di altri settori.

A questa finalità ha risposto la partecipazione, nel 2014, al progetto del Fondo di perequazione "Sportelli turismo: sviluppo del marchio ospitalità italiana e valorizzazione del sistema dei beni culturali dei territori".

Il progetto aveva l'obiettivo di rafforzare la presenza del sistema di certificazione Ospitalità Italiana sensibilizzando le imprese della filiera turistica verso l'adozione dei criteri di qualità del Marchio Ospitalità Italiana, oltre che di stimolare un approccio imprenditoriale alla gestione e valorizzazione delle risorse culturali (beni, musei, opere d'arte, monumenti ecc.) per innestare meccanismi positivi, anche di mecenatismo moderno, permettendo di conseguenza il rafforzamento del binomio "Turismo e cultura". Ha spinto l'intero sistema camerale siciliano a stimolare con questo progetto

un approccio imprenditoriale alla gestione e valorizzazione delle risorse culturali attraverso un'attività di supporto nonché di tramite fra il sistema privato delle imprese e il sistema pubblico al fine di valorizzare in modo innovativo il patrimonio artistico culturale; la valorizzazione dei beni artistico culturali al fine di stimolare forme di mecenatismo innovativo; la valorizzazione delle imprese virtuose; la promozione dell'immagine complessiva del territorio. Nel corso del 2014 sono stati assegnati 21 marchi di Ospitalità italiana: il marchio fornisce ai clienti delle strutture ricettive una valutazione obiettiva del servizio offerto e rappresenta quindi una garanzia sia per gli esercenti che per i turisti.

La Camera di commercio di Trapani inoltre, attraverso il supporto dell'Azienda Speciale "Servizi alle Imprese" ha puntato sulla promozione dell'offerta turistica e sulla diffusione della conoscenza delle attrattive provinciali attraverso l'ulteriore potenziamento del sistema wi-fi free zone e del portale di informazioni sul territorio provinciale. Il progetto infatti rappresenta una finestra virtuale su tutta la provincia di Trapani ideato per aiutare i turisti a vivere al meglio il loro soggiorno in provincia, scoprendo tutto ciò che c'è da vedere, gli itinerari consigliati, i servizi attivi, le escursioni da non perdere, i prodotti da gustare, le chiese ed i monumenti da visitare.

Al fine di dare una concreta prospettiva di sviluppo al territorio, nel corso del 2014, la Camera di Trapani ha esercitato il proprio impegno in maniera fattiva attraverso il sostegno al potenziamento dell'aeroporto Vincenzo Florio, che con il suo notevole flusso di passeggeri contribuisce alla crescita economica dell'intero comprensorio, assumendo il ruolo di cabina di regia nell'ambito dell'intesa, accordo di co-marketing che vede coinvolti i 24 comuni della provincia.

Sempre nel corso del 2014 è stato realizzato il workshop "Trapani Tourism Destination Manager Organization Modelli Operativi da adottare". Nell'ambito del workshop è stato presentato uno studio sulla "web reputation" della destinazione turistica di Trapani e del suo posizionamento su Google e sono stati inoltre illustrati i modelli operativi e funzionali di DMO (Destination Manager Organization) di altre destinazioni turistiche di successo del Nord Italia.

Obiettivo Strategico	**PROMUOVERE E QUALIFICARE L'OFFERTA TURISTICA**
Obiettivo	**Azioni/Progetti/Iniziative Realizzate**
Sviluppare il sistema turistico locale e stimolare la destagionalizzazione, il turismo culturale e locale	Realizzazione di iniziative di promozione turistica Progetto Fdp: "Sportelli turismo: sviluppo del marchio ospitalità italiana e valorizzazione del sistema dei beni culturali dei territori"

Favorire il decollo di iniziative innovative per promuovere il turismo e la conoscenza delle attrattive provinciali	- Potenziamento del sistema di wi-fi free zone e del portale per la diffusione dei servizi turistici ed estensione del servizio su nuove aree della provincia - Divulgazione del servizio attraverso media e altri canali

Obiettivo: Promuovere, valorizzare e tutelare le produzioni tipiche locali

In considerazione che l'immagine di un territorio è data anche dai suoi prodotti tipici e tradizionali, la Camera di Trapani ha individuato nel corso del 2014 specifici interventi volti a valorizzarne la conoscenza e la qualità nonché a promuoverli anche quale prodotto "souvenir" per il turista italiano e straniero.

In tal senso sono proseguite le azioni di riconoscimento della qualità e dell'integrità delle tipicità trapanesi, verificandone e proteggendone l'origine geografica attraverso le attività di Certificazione di qualità dei prodotti agroalimentari (olio " Valli Trapanesi ", "Capperi di Pantelleria", "Sale Marino di Trapani").

Inoltre, sempre al fine di promuovere e valorizzare le produzioni tipiche locali sono state realizzate e sostenute iniziative e progetti di rilievo, di promozione eno-gastronomica, volte a favorire la conoscenza e la valorizzazione delle tipicità locali (Blue Sea Land, Cous Cous Fest, Siciliamo).

Tra questi si colloca anche la prosecuzione del progetto del Fondo Perequativo "Dieta mediterranea ed Expò 2015" volto a valorizzare, in chiave innovativa, i territori ed il loro patrimonio eno-gastronomico attraverso il volano della Dieta Mediterranea con le positive ricadute che ne possono derivare per tutta la filiera (produttori di materie prime, aziende agroalimentari, operatori della ristorazione).

Per l'anno 2014, infatti, il progetto ha avuto lo scopo di creare strumenti per attrarre i visitatori all'Expo 2015 promuovendo il patrimonio gastronomico dell'intero territorio nazionale che è alla base della Dieta Mediterranea. E' stata realizzata una "Guida all'etichettatura" che è stata presentata in occasione di una giornata formativa organizzata nel mese di Dicembre , presso la Camera di Commercio di Trapani. Nel mese di Settembre è stato ultimato e pubblicato sul sito camerale, l'Archivio della Memoria: una raccolta di ricette tipiche del territorio trapanese, con descrizione delle tabelle nutrizionali.

Un'altra iniziativa realizzata nel 2014, di valore strategico per l'Ente camerale per la promozione e valorizzazione delle produzioni tipiche locali è rappresentata dal Progetto "Club Bleu - la creazione di un club di prodotti trasversali nel settore della pesca artigianale", definito nell'ambito del Programma di Cooperazione Transfrontaliera Italia – Tunisia. Progetto realizzato con Fondi Europei - Programma Italia-Tunisia 2007/2013 – Camera di Commercio di Trapani capofila, Distretto Produttivo della pesca Cosvap di Mazara del Vallo , Istituto Superiore della pesca e

dell'acquacoltura di Bizerte, Direzione Generale della pesca e dell'acquacoltura di Tunisi, Federazione regionale degli albergatori di Tunisi e Biserta. Il progetto si concluderà nel mese di giugno 2015 e ha l'obiettivo di supportare e sostenere con la formazione e l'assistenza di specifici servizi, gli operatori della "filiera corta" accompagnando il percorso del pesce pescato in maniera artigianale (piccola pesca) e portato direttamente sulle tavole dei ristoratori della provincia di Trapani. Obiettivo del progetto è anche quello di valorizzare lo "scarto della pesca" che solitamente viene rigettato in mare e che invece può essere utilizzato sia per il basso costo, sia per le notevoli proprietà nutrizionali.

Al 31.12.2014 sono state realizzate le seguenti attività: 1. Presentazione e lancio del progetto a Trapani e a Tunisi; 2. Realizzazione di una "guida gastronomica " in tre lingue: italiano, francese, arabo; 3. Realizzazione di un'indagine statistica sugli acquisti di pesce e prodotti di eccellenza del territorio, da parte dei ristoranti della provincia di Trapani; 4. Realizzazione di uno studio comparativo sulla pesca artigianale; 5. Realizzazione del Regolamento di adesione al Club Bleu; 6. Realizzazione del disciplinare di tracciabilità per i ristoranti e del logbook per i pescatori; 7. Visita di studio a Tunisi e Biserta; 8. Manuale di utilizzo del logo Club Bleu.

Altro progetto realizzato è stato "Made in Italy: Eccellenze in digitale", realizzato da Unioncamere e Google, una vetrina sul mondo nella quale Trapani è stata protagonista con il "Corallo". Nel progetto sono stati coinvolti gli artigiani del corallo e le bellezze artistiche e culturali del territorio, di cui il Museo Pepoli è l'esempio più importante.

Obiettivo	Azioni/Progetti/Iniziative Realizzate
Riconoscimento della qualità e dell'integrità delle tipicità trapanesi, verificandone e proteggendone l'origine geografica	Adesione al Piano dei Controlli di un numero sempre maggiore di produttori Certificazione dei prodotti Dop: olio, capperi, sale marino Prelievo di campionatura e trasmissione al laboratorio per le analisi organolettiche Organizzazione di riunioni e di informativa sulla certificazione dei prodotti Revisione dei disciplinari vigenti
Partecipazione a progetti e realizzazione di iniziative di promozione eno-gastronomica del territorio e delle eccellenze produttive	Organizzazione diretta di eventi in Italia e sostegno di manifestazioni locali organizzate nel territorio con ricadute di rilievo anche attraverso l'erogazione di contributi
	Progetto Fdp: "Dieta mediterranea ed Expò 2015" Progetto "Club Bleu - la creazione di un club di prodotti trasversali nel settore della pesca artigianale"

Obiettivo: Creare un sistema imprenditoriale di qualità promuovendo la crescita del capitale umano

Anche nel 2014 la Camera ha cercato di portare avanti il proprio programma di formazione per le imprese avvalendosi anche del proprio braccio operativo che è costituito dall'Azienda Speciale Servizi alle Imprese.

Con tale termine si vuole intendere un ampio spettro di iniziative e quindi una varia tipologia di processi, che abbraccino cioè quella che viene chiamata "formazione manageriale"; eventi di informazione e aggiornamento su diverse tematiche che riguardano le imprese, ma anche orientamento verso le professioni e il lavoro rivolto soprattutto ai giovani.

In quest'ambito è continuata anche la collaborazione con le Università e con le scuole per la realizzazione di progetti formativi e di orientamento che hanno previsto la realizzazione di stage, presso il nostro Ente, da parte di studenti iscritti e di attività formativa rivolta agli studenti di istituti delle scuole superiori di Trapani e provincia, in particolare, con gli istituti tecnici commerciali e i licei scientifici, con incontri in sede e visite di funzionari camerali presso gli istituti scolastici.

Particolare attenzione è stata data al tema delle reti di impresa, fattore che rappresenta una efficace strategia per lo sviluppo del tessuto imprenditoriale e un innovativo strumento competitivo per le aziende del nostro territorio, in particolare per le micro, piccole e medie imprese. A tal fine ha risposto la partecipazione al progetto del Mise "Reti di Impresa" all'interno del quale sono state realizzate azioni finalizzate a promuovere lo strumento delle reti di imprese, e favorire la stesura dei contratti di rete, privilegiando cicli seminariali sul territorio, ricerche e mappature delle reti e delle filiere, manualistica per la costituzione e la gestione delle reti di impresa, appositi studi di fattibilità e/o stesura delle relative tipologie contrattuali che si attagliano ai modelli organizzativi di rete per filiere distributive, produttive e per dimensione imprenditoriale.

Il 12 Novembre è stato organizzato nei locali della Camera di Commercio di Trapani il seminario di formazione "Reti d'Impresa: Opportunità per le PMI". Obiettivo è stato quello di diffondere lo strumento del Contratto di Rete quale modalità per accrescere le capacità di affrontare i mercati internazionali da parte delle imprese, mettendo a sistema più settori produttivi ed offrendo in maniera integrata prodotti e servizi.

Ultima fase è stata la redazione del contratto di rete e la sottoscrizione definitiva di una rete di Imprese denominata ServiTI- Servizi Turistici Innovativi composta dalle tre imprese: EGATOUR, XIMENES s.r.l. e ETA TRAVEL.

Inoltre al fine di sostenere l'avvio di nuova imprenditorialità e l'autoimpiego per promuovere processi di Job creation è previsto lo sviluppo del progetto Mise "i servizi integrati per la nuova imprenditorialità". Il progetto ha previsto una serie di iniziative finalizzate a promuovere e sostenere l'autoimpiego, la creazione e lo start-up di nuove imprese, attraverso il finanziamento di interventi destinati a realizzare un'offerta integrata di servizi di informazione, orientamento,

formazione, assistenza tecnica ed accompagnamento all'imprenditorialità, sviluppando modelli analoghi a quelli dei Punti o Servizi Nuova Impresa.

Fondamentale importanza ha riscosso la concessione di un contributo a fondo perduto e la formazione per la creazione d'impresa, a coloro che hanno iniziato un'attività imprenditoriale nel periodo tra 01.01.2014 e il 30.07.2014. Si è in seguito data la possibilità, vista la somma residua non assegnata, di presentare istanza per beneficiare del voucher per la formazione, ad altri aspiranti imprenditori che hanno iniziato l'attività entro il 31.12.2014. A tal fine è stato attivato lo Sportello per la creazione d'impresa. Nell'ambito del progetto sono state sostenute 53 imprese start up costituite nella provincia di Trapani.

Nel 2014 la Camera di commercio di Trapani al fine di migliorare la competitività del tessuto produttivo provinciale, ha infine mosso la sua azione su iniziative finalizzate a facilitare il trasferimento dell'innovazione tecnologica ed organizzativa affinché le PMI possano introdurre innovazioni nei processi di produzione e nei modelli organizzativi. In tale ambito rientrano le azioni del progetto "Servizi avanzati di IT e banda larga, risparmio energetico e trasferimento tecnologico; Azione 3: Trasferimento dell'innovazione tecnologica e organizzativa". Il progetto ha visto la realizzazione di un'indagine minuziosa sul territorio per avere un quadro con un dettaglio fino al livello comunale della disponibilità di banda; non mancano aree industriali e artigianali in cui il servizio non è adeguato alla domanda delle imprese.

Si è realizzata inoltre l'undicesima edizione del "Premio Saturno – Trapani che produce". L'iniziativa, promossa dall'emittente Telesud assieme alla Camera di Commercio di Trapani, si è tenuta a San Vito Lo Capo dal 19 al 21 settembre, rientrando nell'ambito di "Aspettando il Cous Cous Fest". Le statuette di Saturno sono state consegnate a 9 personalità che si sono distinte nel mondo della cultura, dell'economia, della legalità e dello sport.

Obiettivo	Azioni/Progetti/Iniziative Realizzate
Stimolare la cultura imprenditoriale sensibilizzando sulle opportunità derivanti dalla creazione di reti di impresa	Attività di formazione su reti di impresa Progetto Mise: "Reti di Impresa" Creazione Rete di Impresa Progetto Mise "i servizi integrati per la nuova imprenditorialità" Erogazione contributi a start-up
Migliorare la competitività del tessuto produttivo provinciale e stimolare l'innovazione delle imprese della provincia	Progetto "Servizi avanzati di IT e banda larga, risparmio energetico e trasferimento tecnologico; Azione 3: Trasferimento dell'innovazione tecnologica e organizzativa" Percorsi alternanza scuola lavoro

Obiettivo: Valorizzare il patrimonio bibliotecario e statistico della Camera di

Commercio

Governare un territorio presuppone conoscerlo. La funzione camerale di rilevazione, elaborazione e analisi dei dati sull'economia è quindi una funzione strategica per la programmazione delle politiche economiche della provincia. La Camera di Commercio e la rete camerale a cui appartiene costituiscono un osservatorio privilegiato per leggere con attenzione lo stato di salute del nostro tessuto produttivo, allo scopo di fornire adeguato supporto conoscitivo ed una consapevole politica economica locale che i principali attori pubblici e privati concorrono a pianificare. E' quindi importante diffondere l'informazione statistico-economica, da un lato per affermare all'esterno il ruolo istituzionale della Camera quale osservatore privilegiato dell'economia provinciale, dall'altro per fornire agli Organi camerali strumenti oggettivi per una migliore valutazione delle iniziative da intraprendere a sostegno del sistema delle imprese.

Per questo motivo nel corso del 2014 l'Ente camerale ha provveduto con frequenza ad elaborare indagini e report statistici.

Missione	**011 - Competitività e sviluppo delle Imprese**
Benefici Attesi	Incrementare i flussi turistici (arrivi e presenze) sia nel senso di incrementare gli arrivi che di aumentare i tempi medi di permanenza; Incrementare il PIL del settore turistico; Fruibilità maggiore dei servizi Migliore promozione e commercializzazione all'estero delle produzioni locali. Maggiore competitività e diversificazione dell'offerta. Garanzia e salvaguardia della storia, della cultura della qualità e della genuinità del territorio trapanese e delle produzioni. Fare sistema intorno alle proprie tipicità e qualità. Valorizzazione delle produzioni locali, qualificando la ristorazione italiana nel mondo che propone i piatti tipici della Dieta Mediterranea Migliorare il gap tra formazione e lavoro. Migliore livello di managerialità nella gestione delle piccole e medie imprese. Diffondere la conoscenza di strumenti utili alla crescita e all'internazionalizzazione quali le reti d'impresa. Promuovere lo sviluppo delle idee innovative e la loro valorizzazione sul mercato Razionalizzazione e potenziamento del servizio di consultazione di biblioteca statistica ed economica; Disponibilità di dati che orientino la definizione di percorsi formativi in linea con i fabbisogni delle imprese. Maggiore diffusione dei dati custoditi nelle anagrafiche camerali
Stakeholder	Imprese, cittadini, Istituzioni locali
Strutture Interne Coinvolte	Area Affari Generali e Promozione Azienda Speciale
Risorse finanziarie (in termini di cassa-uscite)	€ 460.482
Risorse economiche di competenza (Interventi Promozionali)	€ 1.035.398

Missione 012 - Regolazione dei mercati

Programma: 004 Vigilanza sui mercati e sui prodotti, promozione della concorrenza e tutela dei consumatori.

Nella Missione "Regolamentazione dei mercati" confluisce la funzione C "Anagrafe e servizi di regolamentazione dei mercati", così come prevista dal DPR 254/2005, comprendente perciò l'Anagrafe (Registro Imprese), le attività relative alla contrattualistica e la concorrenza.

Obiettivo: Promuovere la diffusione degli strumenti di giustizia alternativa

Il quadro normativo in continua evoluzione nell'ambito della mediazione ha richiesto al sistema camerale un forte impegno per dare un'efficace risposta a questa importante competenza, che può fornire un contributo strategico al miglioramento del nostro sistema giudiziario.

In particolare la riproposizione dell'obbligatorietà della mediazione definita dal "Decreto del fare" (D.L. n. 69/2013, convertito con modifiche con legge n. 98/2013, pubblicata nella G.U. n. 194 del 20 agosto 2013) in alcune materie ha portato ad un notevole sviluppo dello strumento conciliativo e un più ampio ricorso allo stesso da parte di consumatori e imprese. Nel corso del 2014 sono state infatti 258 le mediazioni/conciliazioni avviate, con un incremento del 330% rispetto all'anno precedente.

Nella consapevolezza che tale strumento rappresenta un'opzione valida rispetto al procedimento ordinario, la Camera di commercio di Trapani ha proseguito nel suo percorso a favore di questa forma di giustizia, basata sulla ricerca dell'accordo piuttosto che sulla contrapposizione tra le parti, attraverso la diffusione e la gestione di tale strumento.

Altro campo d'intervento è rappresentato dalla compartecipazione a progetti di rilievo proposti dalle Associazioni e finalizzati a rispondere alle esigenze di correttezza, chiarezza e trasparenza del mercato. In quest'ambito si colloca la realizzazione del progetto del fondo perequativo "Sportelli legalità nelle camere di commercio" volto a realizzazione di una rete di servizi di supporto (di cui lo Sportello diviene il punto di "regia") all'impresa e più in generale all'economia nel suo complesso per intervenire principalmente in forma preventiva, ma anche nella fase successiva - sulle cause che generano l'illegalità – per contribuire ad un libero, legale e trasparente mercato. Nell'ambito del progetto E' stato riattivato lo Sportello Legalità presso la Camera di Commercio di Trapani. E' stato realizzato un vademecum dal titolo: Cultura della legalità e uso responsabile del denaro , per sconfiggere usura e ed estorsione. Il vademecum è stato presentato durante la giornata formativa

del 19 novembre 2014, rivolta agli allievi delle 4° e 5° classi degli Istituti Tecnici di Trapani e provincia.

Obiettivo	Azioni/Progetti/Iniziative Realizzate
Sensibilizzare l'utenza sull'utilizzo dello strumento conciliativo	Realizzazione di eventi di sensibilizzazione in concomitanza con la settimana della conciliazione coinvolgendo Associazioni di categoria e ordini professionisti Attività divulgativa sugli strumenti di ADR attraverso la realizzazione di spot da divulgare tramite sito internet Progetto Fondo Perequativo: "Sportelli legalità nelle camere di commercio"
Formazione e aggiornamento dei mediatori	Formazione e selezione dei mediatori Revisione elenco mediatori Revisione dei contenuti del sito per adeguamento alla normativa Revisione della modulistica

Obiettivo: Rafforzare le attività di vigilanza e controllo e accrescere la trasparenza del mercato

In materia di vigilanza, nel 2014 la Camera di commercio ha agito in sinergia con le iniziative intraprese dal sistema camerale per il rafforzamento dell'attività ispettiva in materia metrologica, della sicurezza dei prodotti e delle manifestazioni a premio al fine, previa la formazione del personale addetto, di incrementare o avviare le campagne ispettive. Nel corso del 2014, l'Ente, inoltre ha prestato maggiore attenzione alle azioni di vigilanza sulla conformità e sicurezza dei prodotti, sia per tutelare i consumatori dalla circolazione di prodotti non sicuri sia per garantire una concorrenza leale tra i vari operatori economici coinvolti.

In materia di trasparenza dei prezzi e delle tariffe si è provveduto alla rilevazione dei prezzi dei carburanti e all'inserimento nel Portale Osservatorio Carburanti, sito del Ministero dello sviluppo economico che permette di consultare in tempo reale i prezzi di vendita dei carburanti effettivamente praticati presso gli impianti di distribuzione situati nel territorio nazionale, così come comunicati dai gestori dei punti di vendita settimanalmente o nei casi di aumenti infrasettimanali.

Nel corso del 2014 si è provveduto inoltre alla revisione della Raccolta degli Usi.

Obiettivo	Azioni/Progetti/Iniziative Realizzate
Incrementare la trasparenza nei contratti offerti al consumatore e potenziare l'attività di controllo della presenza di clausole vessatorie	Revisione Raccolta Usi Portale Osservatorio Carburanti
Realizzazione dell'attività ispettiva con attenzione anche alla sicurezza prodotti	Realizzazione attività formativa Attività ispettiva e di vigilanza Sopralluoghi metalli preziosi

Obiettivo: Assicurare snellezza ed efficienza nei processi di lavoro promuovendo la qualità e l'efficienza dei servizi

La Camera di commercio di Trapani nell'esercizio delle sue attività si è proposta l'obiettivo di puntare ad un sempre maggiore livello di efficienza e qualità dei servizi erogati.

Al fine di assicurare elevati livelli di affidabilità dei dati gestiti e diffusi dall'Area Registro Imprese, si è dato ulteriore seguito alle attività di allineamento dei dati presenti nell'archivio informatico del Registro delle Imprese con la realtà economica provinciale, provvedendo alla cancellazione delle imprese non più operative o inesistenti. In particolare, relativamente alle cancellazioni d'ufficio dal Registro delle Imprese, è proseguita l'attività, già avviata per le imprese individuali e le società di persone (dpr 247/2004), dirette alla cancellazione dal Registro, delle imprese non più operative, non avendo compiuto atti di gestione negli ultimi tre anni, a seguito delle decisioni adottate dal Presidente del Tribunale e del Giudice del Registro delle Imprese. E' proseguita, altresì, l'attività di cancellazione d'ufficio per le società di capitali in scioglimento e liquidazione che non hanno depositato bilanci d'esercizio negli ultimi tre anni (6° comma art. 2490 c.c.) e andate avanti tutte le iniziative di competenza del Registro delle Imprese per le cancellazioni d'ufficio da parte del competente assessorato Attività Produttive della Regione delle società cooperative che non hanno presentato il bilancio d'esercizio negli ultimi cinque anni.

Quello delle cancellazioni d'ufficio rappresenta, per l'Ente, un obiettivo decisamente strategico considerato che i dati gestiti dal Registro delle Imprese sono determinanti non solo per la valutazione e l'analisi della realtà imprenditoriale della provincia ma rivestono, altresì, un ruolo essenziale e fondamentale per le attività dirette all'accertamento delle entrate della Camera di Commercio, nonché per determinare i componenti del Consiglio camerale.

Sono state inoltre intraprese tutte le opportune iniziative riguardo il percorso di creazione degli Sportelli Unici per le attività produttive per i Comuni della Provincia che hanno dato delega alla Camera di Commercio attraverso l'attivazione della convenzione con il comune di Castelvetrano a partire dal mese di maggio. Anche le attività istituzionali inerenti gli Albi e Ruoli, ivi compreso l'Albo delle Imprese Artigiane e il supporto alla segreteria della Commissione provinciale per l'artigianato, nel corso dell'anno 2014 sono state caratterizzate dal miglioramento degli standard di efficacia e di efficienza dei servizi erogati con particolare riferimento alla semplificazione dei processi, alla riduzione dei tempi di lavorazione e al miglioramento della qualità dei servizi.

Si è puntato, raggiungendo con successo i risultati prefissati, alla riduzione costante dei tempi di lavorazione delle pratiche sia artigiane che del registro imprese.

Obiettivo	Azioni/Progetti/Iniziative Realizzate
Migliorare la qualità delle anagrafiche camerali	Miglioramento della qualità delle anagrafiche camerali mediante le cancellazioni di ufficio Cancellazioni d'ufficio delle imprese individuali e delle società di persone (dpr 247/2004) dal Registro delle Imprese Cancellazione d'ufficio per le società di capitali in scioglimento e liquidazione che non hanno depositato bilanci d'esercizio negli ultimi tre anni Cancellazioni d'ufficio delle società cooperative che non hanno presentato il bilancio d'esercizio negli ultimi cinque anni
	Revisione Elenco raccomandatari marittimi e ricostituzione della commissione Regolamento per la gestione degli esami di abilitazione ad attività professionali Manuale per l'esame dei conducenti Revisione dei contenuti del sito e della modulistica
Elevare lo standard qualitativo e quantitativo dei servizi camerali	Riduzione dei tempi di lavorazione delle pratiche Registro Imprese e Albo Artigiani
	Gestione del Suap, attivazione convenzione Comune di Castelvetrano

Missione	**012 - Regolazione dei mercati**
Benefici Attesi	Incremento del ricorso alle procedure di A.D.R.; Incremento delle conciliazioni accettate o concluse con accordi tra le parti; Incremento del numero di utenti che si rivolgono alla CCIAA per conoscere gli strumenti di risoluzione alternativa delle controversie; Incrementare i controlli su imprese attive; Sensibilizzare e incrementare negli operatori lo sviluppo di una cultura della produzione e della commercializzazione di prodotti sicuri e legali; Riduzione dei comportamenti scorretti Riduzione tempi di lavorazione e dei tempi di pagamento delle fatture. Migliorare la qualità delle anagrafiche camerali mediante la pulizia delle banche dati Registro imprese e Albo Artigiani. Ottimizzazione dell'efficienza servizi anagrafico-certificativi, Attuazione della direttiva Comunitaria che prevede l'attivazione degli sportelli unici presso i quali l'utente possa espletare tutte le formalità necessarie per esercitare le proprie attività
Stakeholder	Imprese, cittadini, Istituzioni locali, lavoratori autonomi
Strutture Interne Coinvolte	Area Regolazione e Tutela del Mercato Area Anagrafico - Certificativa
Risorse finanziarie (in termini di cassa-uscite)	€ 1.444.512 (divisione 1) - 464.188€ (divisione4)
Risorse economiche di competenza (Interventi Promozionali)	€ 48.260

Missione 016 - Commercio Internazionale ed Internazionalizzazione del sistema produttivo

Programma: 005 Sostegno all'internazionalizzazione delle imprese e promozione del made in Italy

La Camera di Commercio di Trapani, quale Istituzione al servizio delle imprese e punto d'incontro tra le diverse realtà economiche della Città e della sua provincia, svolge la sua funzione di sostegno alla internazionalizzazione delle imprese del suo territorio, attuando una politica attiva, mirata alla tutela e alla valorizzazione del sistema produttivo locale anche in ambito internazionale.

Obiettivo: Stimolare l'internazionalizzazione delle imprese

Per supportare lo sforzo delle imprese, rivolto al processo di internazionalizzazione, sono stati organizzati nel corso dell'anno iniziative mirate ad affrontare le problematiche operative più attuali in materia di dogane e trasporti, contrattualistica e fiscalità internazionali. A tal fine risponde lo sportello World pass volta a realizzare a livello provinciale sportelli informativi e di primo orientamento per l'internazionalizzazione delle imprese con l'obiettivo di promuovere quindi la cultura dell'internazionalizzazione e riqualificare i servizi offerti. Gli utenti assistiti nel corso del 2014 sono stati circa 40.

Per raggiungere gli obiettivi proposti con questa linea programmatica è stato predisposto, anche per quest'anno, di concerto con le associazioni di categoria, un programma di work-shop e di mostre e fiere, in Italia ed all'Estero, a cui partecipare sia con stand istituzionali che con l'acquisizione di spazi da mettere a disposizione delle imprese che vi accedono secondo le modalità previste dai bandi pubblicati. Si è cosi promossa la partecipazione a fiere e mostre sia in italia che all'estero, tra cui: Prod-Expo, Food Asia, TTI Rimini.

Alcuni degli interventi promozionali della predetta linea programmatica, sono stati demandati all'Azienda Speciale "Servizi alle Imprese" con conseguente trasferimento dei relativi stanziamenti dal bilancio. In quest'ultimo ambito si colloca il progetto denominato "Siciliamo" per il quale nel 2014 è stata realizzata la sesta edizione. La manifestazione consiste in una vetrina qualificata di valenza internazionale per i vini, gli oli e l'artigianato della nostra provincia. La scelta oculata del periodo in cui si è svolta la manifestazione dovrebbe, inoltre, contribuire a destagionalizzare il turismo. A sostegno delle imprese esportatrici l'Ente camerale ha promosso, nell'ambito dell'iniziativa, un'adeguata attività di comunicazione realizzata e sono stati organizzati incontri d'affari fra numerosi buyer esteri provenienti dalla Danimarca, Germania, India, Repubblica Ceca, Slovacchia, Svizzera e le imprese locali.

Al fine di accompagnare le imprese verso nuovi mercati e stimolare la crescita di imprese che potrebbero esportare sui mercati esteri, avendone qualità, organizzazione e strumenti, sono state realizzate azioni di scouting, formazione e assistenza, anche attraverso la realizzazione delle iniziative del progetto del Fondo perequativo "Scouting e assistenza delle nuove Imprese esportatrici". La base di partenza per lo sviluppo del progetto è stata la realizzazione di una banca dati di aziende esportatrici e si è proceduto alla definizione del "gruppo" di imprese potenziali esportatrici, beneficiarie dell'azione di promozione verso i mercati internazionali, mettendo a sistema le informazioni disponibili dalla piattaforma WORLDPASS. Per lo studio e l'analisi del territorio provinciale – con specifico riferimento al grado di internazionalizzazione ed ai relativi fabbisogni delle imprese locali - si è fatto ricorso alla somministrazione di uno strumento di rilevazione predisposto ad hoc. Il 13 Ottobre 2014 è stato organizzato, inoltre, con il supporto di Unicredit il "Forum Nord Africa e Emirati Arabi" in occasione del quale sono state presentate le opportunità di business per le nostre imprese in Libia, Marocco, Tunisia e Dubai.

Obiettivo	Azioni/Progetti/Iniziative Realizzate
Promozione dell'internazionalizzazione attraverso la realizzazione /partecipazione di eventi di richiamo internazionale	Partecipazione e organizzazione di eventi in Italia o all'estero di promozione dell'internazionalizzazione
	Ospitalità italiana in tour: promo-commercializzazione del territorio e dei suoi prodotti sui territori esteri attraverso serate di degustazione a cui partecipano pubblico, giornalisti, buyers e aziende
	Realizzazione dell'evento SICILIAMO www.siciliamoexpo.it: B2B delle aziende presenti alla manifestazione con i buyer che vengono dall'estero ed esposizione dei prodotti
	Realizzazione di momenti di incontro/confronto con associazioni di categoria e imprese per definire l'attività di promozione all'estero
	Progetto: Scouting e assistenza delle nuove Imprese esportatrici
Potenziare l'attività di consulenza e di informazione sulle tematiche export	Sportello world pass: momenti formativi, informativi sulle tematiche connesse all'internazionalizzazione delle imprese

Missione	**016 - Commercio Internazionale ed Internazionalizzazione del sistema produttivo**
Benefici Attesi	Esplorare ed individuare nuovi sbocchi di mercato al fine di offrire ai produttori provinciali nuove prospettive. Facilitare la possibilità di instaurare proficue relazioni con i vicini Paesi del Mediterraneo. Individuazione di nuovi canali di sbocco e/o nuovi mercati; Consolidamento del numero delle imprese coinvolte nelle iniziative e coinvolgimento di nuove imprese
Stakeholder	Imprese
Strutture Interne Coinvolte	Azienda Speciale
Risorse finanziarie (in termini di cassa-uscite)	€ 1.030.848
Risorse economiche di competenza (Interventi Promozionali)	€ 474.796

Missione 032 - Servizi Istituzionali e generali delle Amministrazioni Pubbliche.

Programma: 004 Servizi generali, formativi ed approvvigionamenti per le Amministrazioni pubbliche

Obiettivo: Definire un assetto organizzativo sempre funzionale ai bisogni dell'utenza

Mantenere un livello di erogazione dei servizi quali–quantitativamente elevato e omogeneo, ottimizzando l'impegno delle risorse professionali ad essi dedicate, in un quadro di processi lavorativi razionalizzati: verso questo obiettivo si è mossa l'azione dell'Ente Camerale nel corso del 2014. Proprio a tal fine la Camera di commercio di Trapani ha avviato nel corso del 2012 un progetto volto a mappare e analizzare i processi dell'Ente effettuando una analisi dei carichi di lavoro, al fine di rilevare i gap e le aree di miglioramento, proporre i necessari adeguamenti organizzativi utili a garantire un effettivo e superiore livello di efficienza organizzativa e di servizio. Tale progetto ha condotto nel corso del 2013 ad un processo di riorganizzazione delle Aree e degli Uffici. Nel 2014 si si sono proseguite le attività di monitoraggio e attuate le soluzioni organizzative individuate nel corso del 2013 procedendo infine ad una valutazione degli impatti sulla struttura organizzativa, valutando gli effettivi recuperi di efficienza e qualità.

Inoltre nel mese di dicembre 2014 i consigli delle Camere di Commercio di Agrigento, Caltanissetta e Trapani hanno formalmente dato avvio al processo di accorpamento dei tre Enti. Nascerà così un unico ente che si chiamerà, per esteso, "Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Agrigento, Caltanissetta e Trapani" e potrà contare su un bacino di oltre 129 mila imprese. La decisione di procedere all'accorpamento delle Camere di Commercio di Agrigento, Caltanissetta e Trapani rientra nel piano di riorganizzazione del sistema camerale previsto, a livello nazionale, dalla riforma della Pubblica amministrazione.

Obiettivo	Azioni/Progetti/Iniziative Realizzate
Mappare e analizzare i processi della CCIAA al fine di rilevare gap e aree di miglioramento e adottare azioni correttive	Valutazione degli impatti sulla struttura organizzativa Valutazione degli effettivi recuperi di efficienza e qualità.

Obiettivo: Garantire elevata qualità dei servizi e la soddisfazione dell'utenza

La qualità dei servizi e la soddisfazione del cittadino – utente assumono oggi un ruolo sempre più importante nell'ambito della Pubblica Amministrazione.

Le indagini sul grado di soddisfazione espresso dagli utenti rispetto ai servizi resi dalle Pubbliche Amministrazioni (comunemente denominate indagini di customer satisfaction) servono:

- ad ascoltare e comprendere a fondo i bisogni che il cittadino – utente esprime;
- a porre attenzione costante al suo giudizio;
- a sviluppare e migliorare le capacità di dialogo e di relazione tra chi eroga il servizio e chi lo riceve.

Di conseguenza la Camera di Commercio, in un'ottica di ascolto e miglioramento dei servizi, ha rilevato con costanza nel corso del 2014, tramite appositi questionari di customer satisfaction, il grado di soddisfazione degli utenti serviti presso lo sportello anagrafico-certificativo.

Obiettivo	Azioni/Progetti/Iniziative Realizzate
Mantenere elevato il grado di soddisfazione dell'utenza sui servizi erogati	Realizzazione indagini di customer satisfaction sui servizi resi allo sportello

Obiettivo: Sviluppare forme innovative di comunicazione ed interazione con l'utenza, interna ed esterna

La comunicazione è diventata parte integrante dell'azione delle pubbliche amministrazioni; la Camera di commercio, per farsi conoscere adeguatamente, deve comunicare alle imprese ed ai consumatori i progetti e le attività che svolge, il proprio ruolo e le proprie funzioni.

Nell'anno 2014 l'ente camerale si è impegnato nell'intensificare la comunicazione verso l'esterno rendendo maggiormente visibile l'attività della Camera e presentando, in occasione di conferenze stampa oppure divulgati mediante comunicati stampa e social network, i progetti camerali più importanti e significativi per l'economia provinciale nonché gli studi e le ricerche effettuate.

Un altro strumento di comunicazione, informazione e supporto all'utenza è rappresentato dal sito internet camerale che nel corso del 2014 è stato ulteriormente sviluppato e potenziato, anche ai fini dell'adeguamento della sezione "Amministrazione Trasparente" in funzione delle disposizioni normative vigenti (soprattutto alla luce delle disposizioni di cui al D.Lgs n. 33/2013) e degli indirizzi espressi da CiVIT, con dati e contenuti facilmente accessibili e consultabili in termini interattivi a favore dei portatori d'interesse. La disciplina della trasparenza nelle P.A., recentemente, è stata oggetto di significativi interventi di aggiornamento con i quali, fra l'altro, è stato disposto il coordinamento con la disciplina della repressione dell'illegalità e della corruzione nella pubblica amministrazione. A tal fine nel corso del 2014 la Camera di commercio di Trapani ha provveduto ad approvare il "Piano Triennale della Trasparenze" e il "Piano Anticorruzione", secondo una logica di programmazione scorrevole e tenendo conto degli obiettivi strategici definiti dagli Organi, delle

modifiche normative, delle indicazioni fornite dal Dipartimento della funzione pubblica, dalla CIVIT, e da Unioncamere Nazionale, e seguendo una linea di integrazione e coordinamento non solo tra i due ma anche con il Piano della Performance.

In ottica di accountability nel corso del 2014 la Camera di commercio di Trapani ha provveduto alla prima predisposizione della Relazione della Performance, documento che rendiconta i risultati conseguiti nel corso del 2013 rispetto a quanto prefissato nell'ambito del Piano della Performance 2013-2015. Strumento che consente la piena trasparenza all'esterno sul grado di efficacia dell'azione camerale e di rispetto della programmazione.

Obiettivo	Azioni/Progetti/Iniziative Realizzate
Potenziamento della comunicazione esterna	Aggiornamento sito camerale Realizzare interventi pubblici, momenti di incontro con gli stakeholders esterni Utilizzo social network per diffondere la conoscenza delle attività svolte dalla cciaa Diffusione e divulgazione degli eventi camerali e dell'attività della CCIAA realizzati
Garantire l'effettiva accountability verso l'esterno	Aggiornamento continuo della sezione "Amministrazione Trasparente" Realizzazione Relazione della Performance

Obiettivo: Semplificare la gestione attraverso la dematerializzazione e lo sviluppo di sistemi informativi innovativi

Il miglioramento dei servizi offerti all'utenza, in un'ottica di P.A. orientata al cliente, non può prescindere dal continuo miglioramento dell'accessibilità ai servizi stessi in termini di accresciuta offerta di contenuti, applicazioni e servizi digitali. Per snellire i rapporti tra imprese e pubblica amministrazione, è stato promosso negli anni, lo sviluppo e la realizzazione di numerose iniziative di semplificazione amministrativa, sia in autonomia sia in attuazione di specifiche disposizioni normative che affidano alle Camere di commercio precisi compiti in tali ambiti. In tal senso per l'esercizio 2014 si è cercato di potenziare e migliorare ulteriormente i servizi resi all'utenza telematica incrementando le iniziative dirette ad incentivare l'utilizzo e la diffusione delle nuove tecnologie realizzando le seguenti iniziative:

- proseguimento delle attività dirette ad incentivare e divulgare l'utilizzo della firma digitale;
- promozione e diffusione della PEC quale passo verso l'informatizzazione dei rapporti fra imprese, fra imprese e privati, nonché fra questi e la Pubblica Amministrazione e strumento privilegiato di trasmissione di atti ad altre pubbliche amministrazioni e, ove possibile, a privati così da ridurre i costi di spedizione velocizzando al contempo l'invio.
- utilizzo XAC per la gestione degli atti dell'ufficio economato (acquisti, pagamento e pubblicazione su publicamera),

- l'informatizzazione dei fascicoli del personale: al fine di avere più immediatezza dei dati necessari al calcolo della pensione e della buonuscita, dei riscatti e delle ricongiunzioni, di prestiti camerali e non e d'anticipi di buonuscita, della carriera e della professionalità acquisita attraverso la permanenza nei vari uffici o attraverso corsi di aggiornamento effettuati durante gli anni di servizio.

Obiettivo operativo	Azioni/Progetti/Iniziative Realizzate
Dematerializzazione delle procedure	Diffusione dell'utilizzo della pec Costante aggiornamento Albo on-line
Implementare sistemi informativi per la semplificazione dei processi interni	Estensione dell'utilizzo di XAC Progetto: informatizzazione dei fascicoli del personale
Miglioramento accessibilità telematica: sviluppo di modalità innovative per la diffusione dei servizi camerali	Incentivare l'utenza nell'utilizzo dei servizi innovativi digitali in modo che si sviluppi autonomia nella richiesta dei servizi camerali: promuovere la diffusione di Telemaco, smart card, cns e business key

Obiettivo: Sviluppare il ciclo di gestione della Performance in ottica Balanced Scorecard

Il D.lgs 150/2009 pone l'obbligo alle pubbliche amministrazioni di dotarsi di un sistema di programmazione, misurazione e valutazione delle performance organizzative ed individuali – dando indicazioni precise in merito a procedure, azioni, atti e loro tempistiche - che incida sul funzionamento dell'ente e lo supporti nel raggiungere standard più elevati di prestazioni.

La novità più importante che emerge dal disposto normativo è che il sistema di pianificazione e controllo deve essere finalizzato prioritariamente a migliorare la qualità dei servizi resi all'utenza: è questo scopo che si richiede alla programmazione, alla definizione multidimensionale di obiettivi e indicatori misurabili, alla definizione di target sfidanti, desunti da dati di benchmarking, risultanti da indagini sulla soddisfazione del cliente o su parametri standard, alla valutazione delle prestazioni individuali basata sui risultati raggiunti e alla rendicontazione all'esterno delle prestazioni dell'ente in relazione ai risultati attesi: promuovere e rappresentare il miglioramento delle prestazioni dell'organizzazione. Nel corso del 2014 si è proseguito il cammino intrapreso puntando ad un consolidamento del Ciclo di gestione della Performance in ottica BSC anche volto al miglioramento dell'efficienza e dell'efficacia dell'Ente grazie alle azioni di monitoraggio poste in essere, al fine di coniugare la corrispondenza dei servizi alle aspettative con l'opportunità di valorizzare al meglio le potenzialità dei dipendenti.

Obiettivo	Azioni/Progetti/Iniziative Realizzate
Sviluppo di un sistema di pianificazione e controllo multidimensionale	Pianificazione strategica ed il controllo strategico in ottica triennale: Misurazione delle performance camerali
	Realizzazione di attività formativa sul ciclo di gestione della performance

Obiettivo: Promuovere il Benessere Organizzativo e valorizzare le professionalità interne mediante la trasmissione di Know-how

L'evoluzione normativa relativa alla Pubblica Amministrazione ha introdotto criteri di efficienza, economicità ed efficacia che hanno imposto necessariamente una rivisitazione delle competenze e conoscenze professionali del personale, nonché una riorganizzazione dei servizi, per soddisfare al meglio e con il minor numero di risorse le esigenze dei propri clienti.

Anche nel 2014 è proseguito lo sforzo della Camera per la professionalizzazione del proprio personale, pur a fronte dei drastici tagli alla spesa, garantendo la quasi totale formazione del personale camerale.

Alla luce dei pensionamenti avvenuti nel corso del 2014, l'Ente ha inoltre attivato tutte quelle azioni volte a garantire sempre maggiore flessibilità alla struttura organizzativa. In tal senso si è provveduto alla predisposizione della programmazione triennale del fabbisogno di personale preliminare alla gestione delle assunzioni unitamente al Piano Triennale delle Azioni Positive, all'interno del quale vengono individuate le misure dirette a rimuovere ostacoli alla realizzazione delle pari opportunità nel lavoro. In tal ambito rientra la costituzione, con determinazione dirigenziale n. 66 del 19 marzo 2014 e n. 83 del 3 aprile 2014, del CUG per le pari opportunità, la valorizzazione del benessere di chi lavora e contro le discriminazioni della Camera, il cui regolamento è stato approvato all' unanimità nella seduta del 25 marzo 2014 e giusta delibera n. 26 del 14.04.2014. Una delle prime decisioni deliberate dal Comitato è stata quella di formulare un questionario sul benessere organizzativo da sottoporre ai dipendenti della Camera in modo da poter individuare, in base alle risposte, eventuali situazioni di criticità, discriminazione, stress, disagio etc. che si fossero evidenziate e poter, conseguentemente, intervenire con azioni di contrasto e di promozione del benessere dei lavoratori. Il Comitato sta ora analizzando i dati emersi dal questionario sul monitoraggio del benessere organizzativo dei dipendenti camerali, ed ha già predisposto una scaletta di lavori che, con l'ausilio di un proprio gruppo di lavoro interno, procederà ad approfondirne alcuni e, se del caso, a proporre azioni positive per rimuovere eventuali situazioni di sofferenza.

Obiettivo	Azioni/Progetti/Iniziative Realizzate
Promuovere la valorizzazione e formazione continua del personale	- Realizzazione di corsi di formazione e/o di aggiornamento - Realizzazione di attività formativa tramite sistemi di web conference
Diffusione del benessere organizzativo	Iniziative di condivisione dei valori camerali tra il personale Predisposizione Programma Triennale del Fabbisogno Predisposizione Piano Triennale delle Azioni Positive Costituzione CUG e Indagine Benessere Organizzativo

Obiettivo: Ottimizzare gli asset tangibili e intangibili dell'ente

Negli ultimi anni si sono succeduti interventi legislativi caratterizzati da forti contenimenti della spesa pubblica, tra cui l'ultimo massiccio intervento in termini di spending review che ha imposto e impone nei prossimi esercizi forti tagli lineari sui consumi intermedi. E' stata quindi cura dell'Ente nel corso del 2014 realizzare azioni volte a garantire la "salute economica-organizzativa e finanziaria" dell'Ente razionalizzando l'uso delle risorse per recuperare efficienza oltre che volte a potenziare e ottimizzare i flussi economici in entrata attraverso una gestione ottimale del patrimonio. Rientrano in tale ambito le azioni intraprese nel corso del 2014 inerenti:

- Messa in sicurezza dei locali di via S. Michele con installazione di impianto antincendio con combinatore telefonico
- Realizzazione della Perimetrazione dei locali adibiti a garage di via Orfeo e Messa in sicurezza dei locali con installazione di impianto antincendio con combinatore telefonico
- Realizzazione di un bando per l'utilizzazione della sede camerale prima destinata all'Area Infocenter

Con specifico riferimento all'emissione del ruolo relativo al diritto annuale nel corso del 2014 si è provveduto alla realizzazione di azioni tese ad una corretta contabilizzazione delle posizioni iscritte al REA che necessitavano di una corretta attribuzione nell'anno di competenza e di una più corretta attribuzione rispetto a errori che derivano da errati codici fiscali (ruolo anno 2011). Si è provveduto inoltre ad effettuare, con periodicità semestrale, un'analisi sulle cause di sgravi dei ruoli emessi inerenti il Diritto Annuale.

Obiettivo	Azioni/Progetti/Iniziative Realizzate
Razionalizzazione dell'uso delle risorse economiche e patrimoniali per efficentare la gestione economica	Ottimizzazione delle sedi camerali Contenimento dei costi di funzionamento: sensibilizzazione del personale sul consumo "razionale" delle risorse, riduzione delle spese per spedizioni postali attraverso la promozione dell'utilizzo della pec su diversi servizi camerali Interventi di sostituzione degli impianti energetici per il risparmio energetico
Stimolare l'acquisizione di risorse aggiuntive per il sistema CCIAA (Ente + Azienda Speciale)	Incremento dei ricavi derivanti da nuove inserzioni sul portale per la diffusione dei servizi turistici Analisi degli immobili a disposizione dell'Ente al fine di individuare nuove possibili riallocazioni che possano generare proventi
Aumentare il livello di riscossione del Diritto annuale	Riduzione degli sgravi sui ruoli del Diritto Annuale con relativo monitoraggio delle cause alla base dello sgravio

Missione	**032 - Servizi Istituzionali e generali delle Amministrazioni Pubbliche.**
Benefici Attesi	Mantenimento di un livello di erogazione dei servizi quali-quantitativamente elevato e omogeneo. Ottimizzazione dell'impegno delle risorse professionali dedicate ai processi camerali. Maggior controllo dei processi camerali e individuazione delle aree di miglioramento. Ottenimento di un effettivo e superiore livello di efficienza organizzativa Creare opportunità per lo sviluppo economico del territorio regionale; Definizione di procedure comuni con i soggetti associati, con conseguente uniformità di procedure e semplificazioni per l'utente che accede al servizio. Ampliamento del servizio reso per ciascun soggetto aderente. Aumentare l'efficienza organizzativa attraverso una gestione congiunta dei procedimenti amministrativi Miglioramento del grado di soddisfazione dell'utenza; Servizi sempre più aderenti alle esigenze del territorio; maggior dialogo tra Camera di commercio e utenti. Potenziamento della diffusione delle informazioni inerenti le attività camerali attraverso il potenziamento del sito camerale; Migliorare il livello di conoscenza dei servizi camerali; Costruire strumenti in grado di facilitare la comunicazione "mirata" al pubblico; Maggiore trasparenza delle performance organizzative dell'ente e dei risultati raggiunti; Maggiore dialogo con gli stakeholders; Maggiore contatto con le imprese locali per la diffusione/divulgazione delle iniziative di promozione del territorio realizzate dalla Camera; Accresciuto riconoscimento istituzionale dell'ente camerale. Semplificazione delle procedure interne; Maggior controllo e riduzione dei tempi delle procedure, sia interne che esterne; Progressiva dematerializzazione dell'Ente Razionalizzazione dell'intero processo di programmazione delle attività dell'ente in un'ottica di ottimizzazione della produttività del lavoro pubblico e di efficienza e trasparenza delle PA. Maggiore efficacia nell'attuazione delle strategie dell'ente analizzate secondo le 4 dimensioni della BSC. Maggior controllo sull'andamento della gestione mediante quadri di sintesi di indicatori chiave (cruscotto direzionale). Trasparenza dei risultati raggiunti. Attivazione di un sistema di monitoraggio dell'efficacia dell'azione camerale, in linea con il dettato normativo. Diffusione di una cultura orientata ai risultati 'Migliorare il clima interno; Sviluppare competenza manageriale e organizzative; Maggior senso di appartenenza del personale all'organizzazione camerale; Maggiore trasversalità del personale e interscambiabilità delle risorse; Riduzione dei costi di gestione Riduzione spesa per consumi energetici Diminuzione costi di funzionamento
Stakeholder	Imprese, Utenti, Istituzioni, Dipendenti
Strutture Interne Coinvolte	Trasversale a tutto l'Ente
Risorse finanziarie (in termini di cassa-uscite)	970.760€

Terza Sezione

Consuntivo degli indicatori definiti nel PIRA

Il piano degli indicatori e dei risultati attesi di bilancio, redatto ai sensi dell'art. 19 del D.Lgs. n. 91/2011 e secondo le linee guida definite con D.P.C.M. 18 settembre 2012, è stato approvato con delibera di Consiglio n. 7 del 19.12.2013. Con Delibera di Giunta n° 54 del 29/10/2014 si è provveduto ad aggiornare il Piano Performance 2014-2016 e alcuni indicatori presenti all'interno del Piano della Performance previsti anche all'interno del PIRA.

Di seguito vengono quindi riportati i risultati effettivamente conseguiti nel corso del 2014 e la percentuale di raggiungimento degli obiettivi rispetto ai target prefissati.

I risultati di seguito esposti saranno inoltre oggetto di rendicontazione all'interno della Relazione della Performance 2014.

Missione 011 - Competitività e sviluppo delle Imprese

Programma: 005 Regolamentazione, incentivazione dei settori imprenditoriali, riassetti industriali, sperimentazione tecnologica, lotta alla contraffazione, tutela della proprietà industriale.

Strutture Interne Coinvolte	Area Affari Generali e Promozione Azienda Speciale
Risorse finanziarie (in termini di cassa-uscite)	€ 460.482
Risorse economiche di competenza (Interventi Promozionali)	€ 1.035.398

Indicatore	Algoritmo di calcolo	Valore ottenuto 2014	Risultato Atteso 2014	% Realizzazione 2014	Tipologia Indicatore	Unità di misura	Fonte
Sviluppo temporale del flusso turistico	Flusso turistico (arrivi) nell'anno X/Flusso turistico (arrivi) nell'anno X-1	1,01	1	100%	Outcome	Numero	Banche dati Provincia Trapani
Grado di coinvolgimento di buyer del turismo nelle attività di incoming turistico	N° di buyer del turismo coinvolti nelle attività di incoming turistico	5	5	100%	Risultato	Numero	Rilevazione interna
Grado di adesione delle imprese della provincia al sistema "Olio extra-vergine Valli Trapanesi"	N° aziende agricole che aderiscono al sistema "Olio extra-vergine Valli Trapanesi" nell'anno X/N° aziende agricole che aderiscono al sistema "Olio extra-vergine Valli Trapanesi" nell'anno X-1	1,14	1	100%	Risultato	Numero	Rilevazione interna
Grado di adesione delle imprese della provincia al sistema "Cappero di pantelleria"	N° aziende agricole che aderiscono al sistema "cappero di pantelleria" nell'anno X/N° aziende agricole che aderiscono al sistema "cappero di pantelleria" nell'anno X-1	1,15	1	100%	Risultato	Numero	Rilevazione interna
Grado di adesione delle imprese della provincia al sistema "sale marino di Trapani"	N° aziende agricole che aderiscono al sistema "sale marino di trapani" nell'anno X/N° aziende agricole che aderiscono al sistema "sale marino di trapani" nell'anno X-1	1,15	1	100%	Risultato	Numero	Rilevazione interna
Grado di concentrazione delle risorse nelle iniziative di promozione locale	Importo medio di contributi erogati per il sostegno di iniziative di promozione locale anno X/Importo medio di contributi erogati per il sostegno di iniziative di promozione locale anno X-1	1,11	1	89%	Risultato	Numero	Rilevazione interna
Livello di creazione di reti di impresa	N° reti di impresa costituite nell'anno	1	1	100%	Outcome	Numero	Rilevazione interna
Grado di utilizzo delle risorse dedicate alla missione 011 - Competitività e sviluppo delle Imprese	Risorse dedicate alla missione 011 - Competitività e sviluppo delle imprese prenotate/Risorse dedicate alla missione 011 - Competitività e sviluppo delle imprese stanziate	75%	70%	100%	Efficacia	Percentuale	Oracle

Missione 012 - Regolazione dei mercati

Programma: 004 Vigilanza sui mercati e sui prodotti, promozione della concorrenza e tutela dei consumatori.

Strutture Interne Coinvolte	Area Regolazione e Tutela del Mercato Area Anagrafico - Certificativa
Risorse finanziarie (in termini di cassa-uscite)	€ 1.444.512 (divisione 1) - 464.188€ (divisione4)
Risorse economiche di competenza (Interventi Promozionali)	€ 48.260

Indicatore	Algoritmo di calcolo	Valore ottenuto 2014	Risultato Atteso 2014	% Realizzazione 2014	Tipologia Indicatore	Unità di misura	Fonte
Grado di diffusione del servizio di conciliazione e mediazione nel tessuto economico locale	N° conciliazioni/mediazioni gestite nell'anno X/N° conciliazioni/mediazioni gestite nell'anno X-1	3,31	1	100%	Risultato	Numero	Camera Concilia
Livello di qualità delle conciliazioni gestite	N° procedure concluse con esito positivo/Totale procedure concluse	47%	20%	100%	Efficacia	Percentuale	Camera Concilia
Grado di soddisfazione sull'attività conciliativa e di mediazione	N° questionari di customer riportanti un giudizio pari a ottimo (conciliazioni/mediazioni)/N° di questionari di customer compilati	92%	75%	100%	Qualità	Percentuale	Rilevazione interna
Sviluppo temporale del numero di ispezioni/verifiche realizzate (metrico)	N° ispezioni/verifiche (metrico) realizzate nell'anno X/N° ispezioni/verifiche (metrico) realizzate nell'anno X-1	1,49	1	100%	Risultato	Numero	Eureka
Incremento del numero di ispezioni/verifiche realizzate (sicurezza prodotti)	N° ispezioni/verifiche realizzate nell'anno X (sicurezza prodotti)	2	2	100%	Risultato	Numero	Eureka
Riduzione dei Tempi medi di lavorazione delle pratiche Registro Imprese	Tempi medi di lavorazione delle pratiche RI anno X/Tempi medi di lavorazione delle pratiche RI anno X-1	0,74	1	100%	Qualità	Numero	Priamo
Riduzione dei Tempi medi di lavorazione delle pratiche Albo Artigiane	Tempi medi di lavorazione delle pratiche Albo Artigiani anno X/Tempi medi di lavorazione delle pratiche Albo Artigiani anno X-1	0,95	1	100%	Qualità	Numero	Priamo
Grado di utilizzo delle risorse dedicate alla missione 012 - Regolazione dei mercati stanziate	Risorse dedicate alla missione 012 - Regolazione dei mercati prenotate/Risorse dedicate alla missione 012 - Regolazione dei mercati stanziate	30%	70%	43%	Efficacia	Percentuale	Oracle

Missione 016 - Commercio Internazionale ed Internazionalizzazione del sistema produttivo

Programma: 005 Sostegno all'internazionalizzazione delle imprese e promozione del made in Italy

Strutture Interne Coinvolte	Azienda Speciale
Risorse finanziarie (in termini di cassa-uscite)	€ 1.030.848
Risorse economiche di competenza (Interventi Promozionali)	€ 474.796

Indicatore	Algoritmo di calcolo	Valore ottenuto 2014	Risultato Atteso 2014	% Realizzazione 2014	Tipologia Indicatore	Unità di misura	Fonte
Sviluppo temporale del fatturato da esportazioni delle imprese trapanesi	Fatturato da esportazioni delle imprese trapanesi anno X/Fatturato da esportazioni delle imprese trapanesi anno X-1	0,98	1	98%	Outcome	Numero	Banca Dati Istat
Grado di attrattività dell'iniziativa Siciliamo	N° buyer esteri partecipanti all'iniziativa Siciliamo nell'anno X/N° buyer esteri partecipanti all'iniziativa Siciliamo nell'anno X-1	1,15	1	100%	Risultato	Numero	Rilevazione interna
Incrementare la partecipazione delle aziende alle iniziative promosse dalla cciaa	N° imprese partecipanti alle iniziative di internazionalizzazione promosse dalla CCIAA nell'anno X/N° imprese partecipanti alle iniziative di internazionalizzazione promosse dalla CCIAA nell'anno X-1	1,12	1	100%	Risultato	Numero	Rilevazione interna
Grado di utilizzo delle risorse dedicate alla missione 016 - Commercio Internazionale ed Internazionalizzazione del sistema produttivo	Risorse dedicate alla missione 016 - Commercio Internazionale ed Internazionalizzazione del sistema produttivo prenotate/Risorse dedicate alla missione 016 - Commercio Internazionale ed Internazionalizzazione del sistema produttivo stanziate	82%	70%	100%	Efficacia	Percentuale	Oracle

Missione 032 - Servizi Istituzionali e generali delle Amministrazioni Pubbliche.

Programma: 004 Servizi generali, formativi ed approvvigionamenti per le Amministrazioni pubbliche (trasversale a tutto l'Ente)

Indicatore	Algoritmo di calcolo	Valore ottenuto 2014	Risultato Atteso 2014	% Realizzazione 2014	Tipologia Indicatore	Unità di misura	Fonte
Miglioramento Efficienza Processo C.2.2. Brevetti e Marchi	fte x 100 registrazioni/Numero di richieste di registrazione marchi e brevetti (incluso i seguiti brevettuali) evase nell'anno	0,29	0,34		Efficienza	Numero	Simba
Miglioramento Efficienza Processo C.2.6. Attività in materia di metrologia legale	fte x 100 ispezioni/Numero di ispezioni e verifiche metriche evase (effettuate) nell'anno	0,68	0,84		Efficienza	Numero	Eureka
Miglioramento Efficienza Processo B.3.2 Gestione Contabilità e Liquidità	fte x 1.000 righe/Numero di scritture contabili registrate (numero righe libro giornale) nell'anno	0,18	0,40		Efficienza	Numero	Oracle
Miglioramento Efficienza Processo A.2.1. Supporto Agli Organi Istituzionali	fte x 10 delibere/N° di delibere di giunta e di consiglio pubblicate nell'anno	0,26	0,37		Efficienza	Numero	Libranet
Tempestività di pagamento delle fatture passive	Tempi medi di pagamento fatture passive anno X	12,58	30		Qualità	Giorni	Oracle
Grado di soddisfazione degli utenti sui servizi resi allo sportello	Servizio Ricevuto in termini di Cortesia e rispetto verso l'utente: Percentuale di giudizi pari a buono	85%	70%		Qualità	Percentuale	Indagini di customer
	Servizio Ricevuto in termini di Chiarezza e precisione delle informazioni fornite all'utente: Percentuale di giudizi pari a buono	82%	70%		Qualità	Percentuale	Indagini di customer
Grado di realizzazione delle attività previste all'interno del Piano Triennale della Trasparenza e nel Piano Anticorruzione	Piano della Trasparenza e Piano Anticorruzione: N° attività realizzate/N° attività previste	98%	80%		Efficacia	Percentuale	Sito camerale
Livello raggiunto di maturità del ciclo di gestione della performance	Punteggio ottenuto check-up anno X	2,30	1,90		Risultato	Numero	Rilevazione interna
Livello di partecipazione ad attività formativa	N° partecipanti ad attività di formazione per sviluppare le competenze interne/Tot. Personale	92%	50%		Efficacia	Percentuale	Rilevazione interna
Livello medio di giornate di formazione per dipendente	N° giornate di formazione/Tot. Personale	2,40	1		Efficacia	Giorni	Rilevazione interna
Livello di assenza pro-capite	Gg medi di assenza (al netto malattie di lunga durata e ferie) anno X/Gg medi di assenza (al netto malattie di lunga durata e ferie) anno X-1	1,02	1		Qualità	Giorni	Sipert
Andamento temporale dei costi di funzionamento	Costi funzionamento anno X/Costi funzionamento anno X-1	0,95	1		Efficienza	Numero	Bilancio Esercizio
Incidenza dei costi delle aree che hanno la competenza sulla guida e sul funzionamento della CCIAA rispetto agli oneri correnti	Oneri correnti delle Funzioni I A e B/Oneri Correnti	66%	60%		Efficienza	Percentuale	Bilancio Esercizio
Incidenza dei costi di struttura rispetto ai Proventi correnti	Costi di Struttura [(Oneri della gestione corrente: C/E-B) - Costo per gli interventi economici (C/E-B 8)]/Proventi della gestione corrente	90%	75%		Efficienza	Percentuale	Bilancio Esercizio
Andamento temporale del grado di riscossione del diritto annuale	(Importo riscossione spontanee Diritto annuale Anno X/Dovuto Diritto annuale anno X) / (Importo riscossione spontanee Diritto annuale Anno X-1/Dovuto Diritto annuale anno X-1)	0,96	1		Efficacia	Numero	Bilancio Esercizio

IL DIRIGENTE CONTABILE
(Dott. Diego Carpitella)

IL PRESIDENTE
(Comm. Giuseppe Pace)

Consuntivo - Art. 24

Anno 2014

	ORGANI ISTITUZIONALI E SEGRETERIA GENERALE (A)		SERVIZI DI SUPPORTO (B)		ANAGRAFE E SERVIZI DI REGOLAZIONE DEL MERCATO (C)		STUDIO, FORMAZIONE, INFORMAZIONE E PROMOZIONE ECONOMICA (D)		TOTALE (A+B+C+D)	
	Revisione di Budget	Consuntivo	Revisione di Budget	Consuntivo	Revisione di Budget	Consuntivo	Revisione di Budget	Consuntivo	Revisione di Budget	Consuntivo
GESTIONE CORRENTE										
A) Proventi Correnti										
1 Diritto Annuale			8.840.000,00	8.852.074,00					8.840.000,00	8.852.074,00
2 Diritti di Segreteria				-	1.251.000,00	1.194.357,00			1.251.000,00	1.194.357,00
3 Contributi trasferimenti e altre entrate		-	1.035.042,00	1.276.616,00	103.500,00	50.801,00	1.353.103,00	601.894,00	2.491.645,00	1.929.310,00
4 Proventi da gestione di beni e servizi	500,00				58.600,00	48.097,00	-	-	59.100,00	48.097,00
5 Variazione delle rimanenze			-	- 2.305,00					-	- 2.305,00
Totale proventi correnti A	**500,00**	**-**	**9.875.042,00**	**10.126.384,00**	**1.413.100,00**	**1.293.255,00**	**1.353.103,00**	**601.894,00**	**12.641.745,00**	**12.021.533,00**
B) Oneri Correnti										
6 Personale	- 841.766,00	- 631.569,00	- 2.639.052,00	- 2.661.868,00	- 2.019.230,00	- 1.973.085,00	- 126.863,00	- 128.272,00	- 5.626.910,00	- 5.394.794,00
7 Funzionamento	- 568.761,00	- 452.991,00	- 1.106.336,00	- 997.130,00	- 507.834,00	- 425.191,00	- 39.090,00	- 28.621,00	- 2.222.022,00	- 1.903.933,00
8 Interventi economici				-		-	-2.378.103,00	- 1.558.455,00	- 2.378.103,00	- 1.558.455,00
9 Ammortamenti e accantonamenti	- 39.611,00	- 22.515,00	- 2.279.482,00	- 3.424.669,00	- 101.073,00	- 57.282,00	- 12.394,00	- 6.978,00	- 2.432.560,00	- 3.511.445,00
Totale Oneri Correnti B	**- 1.450.138,00**	**- 1.107.075,00**	**- 6.024.871,00**	**- 7.083.667,00**	**- 2.628.137,00**	**- 2.455.558,00**	**-2.556.449,00**	**- 1.722.327,00**	**- 12.659.595,00**	**-12.368.627,00**
Risultato della gestione corrente A-B	**- 1.449.638,00**	**- 1.107.075,00**	**3.850.171,00**	**3.042.717,00**	**- 1.215.037,00**	**- 1.162.303,00**	**-1.203.346,00**	**- 1.120.433,00**	**- 17.850,00**	**- 347.093,00**
C) GESTIONE FINANZIARIA										
10 Proventi finanziari	500,00	95,00	97.350,00	6.757,00				-	97.850,00	6.852,00
11 Oneri finanziari			- 80.000,00	- 69.941,00					- 80.000,00	- 69.941,00
Risultato della gestione finanziaria	**500,00**	**95,00**	**17.350,00**	**- 63.184,00**				**-**	**17.850,00**	**- 63.089,00**
D) GESTIONE STRAORDINARIA										
12 Proventi straordinari			-	597.371,00					-	597.371,00
13 Oneri straordinari				- 166.030,00						- 166.030,00
Risultato della gestione straordinaria			-	**431.341,00**					-	**431.341,00**
14 Rivalutazioni attivo patrimoniale		-		218,00						218,00
15 Svalutazioni attivo patrimoniale		-		- 25.614,00						- 25.614,00
Differenza rettifiche attività finanziaria		-		**- 25.397,00**						**- 25.397,00**
DisavanzoAvanzo economico esercizio A-B -C -D	**- 1.449.138,00**	**- 1.106.980,00**	**3.867.521,00**	**3.385.477,00**	**- 1.215.037,00**	**- 1.162.303,00**	**-1.203.346,00**	**- 1.120.433,00**	-	**- 4.238,00**
PIANO DEGLI INVESTIMENTI										
E Immobilizzazioni Immateriali			3.000,00	283,00					3.000,00	283,00
F Immobilizzazioni Materiali			218.000,00	15.571,00					218.000,00	15.571,00
G Immobilizzazioni Finanziarie	60.000,00	-		-					60.000,00	-
TOTALE INVESTIMENTI (E+F+G)	**60.000,00**	**-**	**221.000,00**	**15.854,00**					**281.000,00**	**15.854,00**

IL DIRIGENTE CONTABILE
(Dott. Diego Carpitella)

IL PRESIDENTE
(Comm. Giuseppe Pace)