Camera di Commercio
Trapani

RELAZIONE SULLA GESTIONE E SUI RISULTATI

2015

"Relazione sulla gestione e sui risultati"

Anno 2015

(art. 24 D.P.R. 254/2005

art. 5 e 7 d.lgs. 27 marzo 2013)

Allegato alla deliberazione di consiglio camerale n. XX del XX xxxxxxx 2016

Sommario

Premessa 3
Sezione Introduttiva 6
1.- Analisi del contesto di riferimento 6
Il contesto esterno 6
Il contesto normativo 11
Il contesto interno 14
Seconda Sezione 20
2.- La Strategia della Camera di commercio di Trapani 20
La Mappa Strategica 20
3. Missioni 22
Missione 011 - Competitività e sviluppo delle Imprese 23
Missione 012 - Regolazione dei mercati 29
Missione 016 - Commercio Internazionale ed Internazionalizzazione del sistema produttivo 33
Missione 032 - Servizi Istituzionali e generali delle Amministrazioni Pubbliche 35
Terza Sezione 42
Consuntivo degli indicatori definiti nel PIRA 42
Missione 011 - Competitività e sviluppo delle Imprese 43
Missione 012 - Regolazione dei mercati 44
Missione 016 - Commercio Internazionale ed Internazionalizzazione del sistema produttivo 45
Missione 032 - Servizi Istituzionali e generali delle Amministrazioni Pubbliche 46

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 29 ottobre 2014 ha approvato la Relazione previsionale e programmatica per il 2015.

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 del 15.12.2014. Il Piano, con valenza programmatica triennale, ha presentato gli obiettivi che l'amministrazione si prefissava di perseguire nel triennio di riferimento, 2015-2017, 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 2015, 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 2015 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.

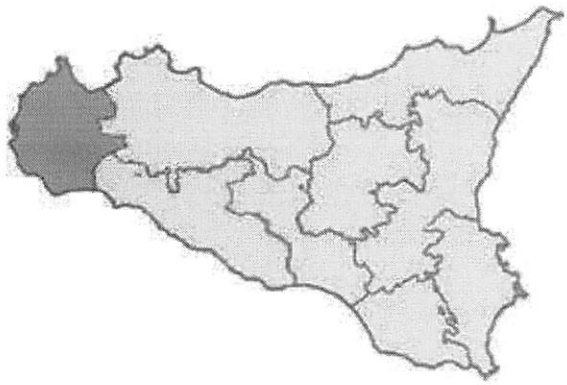
I numeri che emergono dai documenti contabili confermano che per rispondere sempre meglio alle aspettative ed alle esigenze del sistema economico locale sono state impegnate grandi energie, criterio che, anche quest'anno, ha costituito il riferimento permanente dell'azione camerale di sviluppo nel territorio.

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 2015 la suddetta analisi in relazione al contesto socio-economico e al contesto interno.

Il contesto esterno

I dati del 2015 per la provincia di Trapani, confermano quelle che erano state le prime avvisaglie del 2014 relativamente ad uno stop della tendenza negativa, in atto dal 2011, almeno a livello di tessuto imprenditoriale e che aveva toccato l'apice nel 2013 con la fuoriuscita di ben 333 imprese. In particolare, il 2015 ha confermato i segnali positivi dello scorso anno, producendo addirittura un'accelerazione rispetto al 2014, con un tasso di crescita della nati-mortalità dello 0,44% (contro lo 0,22% del 2014). L'incremento numerico è stato consistente, con +205 imprese rispetto all'anno precedente. Il pur positivo trend della provincia, rimane però nettamente al di sotto sia del rispetto all'analogo tasso regionale (+0,82%), sia a quello nazionale (+0,75%), confermando in tal modo, sia nei momenti di espansione che di recessione, la netta distanza con gli altri territori regionali. In particolare, nel 2015, le provincie di Siracusa, Agrigento e Catania hanno fatto registrare un tasso di nati-mortalità pari a +0,80% e la provincia di Palermo, con un tasso positivo di +1,96%, ha rappresentato il vero motore della crescita imprenditoriale isolana, avendo contribuito per oltre il 50% a tale espansione (1.885 imprese in più in un solo anno, rispetto alle 3.716 di tutta la Regione).

Le imprese registrate in provincia di Trapani, a fine anno 2015, risultano essere 45.385, mentre le imprese attive sono 38.385 (pari a poco meno dell'85% di quelle iscritte, dato nettamente superiore rispetto alla media regionale che si ferma all'81% delle registrate).

Il saldo positivo di +205 imprese rispetto all'anno precedente, è frutto delle 2.444 iscrizioni e delle 2.239 cessazioni non d'ufficio, in particolare per quel che riguarda le cessazioni non d'ufficio che, grazie al netto arretramento avvenuto negli ultimi 2 anni, rappresentano la vera motivazione di tale trend positivo. Le cessazioni nel 2015 sono state oltre 700 in meno rispetto alla media registrata negli anni dal 2011 al 2013. Il dato non tiene 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.

L'aspetto negativo dell'analisi della nati-mortalità imprenditoriale per l'anno 2015 è dato conseguentemente dal crollo delle iscrizioni, ben al di sotto delle 2.500 unità (2.444 per l'esattezza), livello più basso dal 2000 ad oggi. Sembra ormai definitivamente certificata la difficoltà dei trapanesi ad intraprendere una nuova avventura imprenditoriale, i quali appaiono sempre meno animati dalla volontà di avviare nuove iniziative, tranne che in alcuni settori ben specifici.

Tra questi ultimi ancora una volta il settore "turistico" e quello delle attività immobiliari risultano i comparti con un tasso di crescita maggiore rispetto al 2014, rispettivamente del 4,9% e dell' 8,7%, seguiti, tra i servizi alle imprese, dalle attività finanziarie e assicurative (+4,53%), le cui motivazioni propulsive vanno ricercate nella spinta data dagli agenti di assicurazione che incidono per oltre il 70% nella crescita del comparto. Per quanto riguarda i servizi alle persone, invece, sono soprattutto il "noleggio e i servizi di supporto alle imprese" e la "sanità e assistenza sociale" a segnare il trend oltremodo positivi (con tassi di crescita rispettivamente del 3,5% e del 6,3%), grazie alla spinta propulsiva dei servizi di gestione e pulizia degli edifici nel primo caso e all'enorme crescita di attività imprenditoriali legate alla nascita di strutture per anziani e disabili nel secondo caso (ben 20 su 27 nuove imprese del comparto).

Appare evidente che continuano a crescere, in prevalenza, i settori di attività che, per l'esiguità degli investimenti, continuano a rappresentare uno dei pochi mercati di sbocco per quanti non riescono a trovare altro tipo di lavoro.

Come accade da ormai un decennio, la crescita imprenditoriale dei settore turistico, motore trainante del tessuto imprenditoriale ma anche economico della provincia, non conosce sosta, con una crescita annua nel 2015 di quasi il 5% e oltre 120 in più, soprattutto nei ristoranti e gelaterie

ma anche nelle imprese ricettive, fenomeno questo che si ricollega anche all'esplosione delle attività immobiliari, le cui ragioni vanno ricercate nell'affitto di immobili ad uso turistico.
Non accennano ad invertire la tendenza negativa in atto da diversi anni sia l'agricoltura, in decisa attenuazione, che le costruzioni, purtroppo con cali in crescita rispetto all'ultimo anno che oscillano tra il -1,3 e il -1,2%, così come l'estrazione di minerali, con un decremento di imprese superiore al 5%. Per quel che riguarda il manifatturiero e il commercio, invece, sembra essersi finalmente interrotta la decrescita degli ultimi anni, visto i poco rilevanti ma significativi incrementi di poco superiori allo 0,1% per entrambi i settori.
A ciò va aggiunta anche la continua fuoriuscita di imprese artigiane, tendenza negativa in atto dal 2011, che ha portato il loro numero
Per quel che riguarda la forma giuridica, il saldo positivo del 2015 è quasi totalmente dovuto alle Società di capitali che, con un aumento di 324 unità, rispetto al 2014, hanno fatto registrare un tasso di crescita del 4,4%, mentre presentano un saldo negativo sia le ditte individuali (-175 unità) che le società di persone (-42 unità). Ottimo anche l'andamento delle altre forme giuridiche che, con una crescita di quasi 100 unità, hanno fatto registrare un incremento del 3,6%.
Per alcune delle principali categorie imprenditoriali che costituiscono il tessuto economico trapanese, cioè le imprese femminili, giovani e straniere, non è possibile dir molto a causa delle oltre 1.000 cessazioni d'ufficio che in questi casi non possono essere estrapolate e quindi sono escluse dal computo totale, tranne che tutte evidenziano, così come accaduto per le imprese nel loro complesso, un vero e proprio tracollo del tasso di natalità: basti citare il caso delle imprese femminili che hanno visto passare le iscrizioni dalle 939 del 2014 alle 749 del 2015, ben 190 in meno, con un'incidenza sul calo delle iscrizioni di tutto il tessuto imprenditoriale di ben il 70%.

Altro elemento di attenzione è l'export che nel primo trimestre 2015 ha registrato segnali di ripresa. Le vendite all'estero hanno fatto registrare, nel complesso, una piccola ma significativa crescita del 2,8%, superando la soglia dei 54 milioni di euro di controvalore. Tale tendenza positiva risulta influenzata dal buon andamento di alcune tipologie merceologiche più vendute, cioè il vino e l'olio per l'agroalimentare, il marmo grezzo e il settore dell'abbigliamento, del cuoio e delle calzature, cresciute in soli 2 anni del 250%, arrivando a diventare, con oltre 7 milioni di euro, il terzo prodotto più venduto all'estero delle nostre imprese.
Il settore vinicolo ha registrato, dopo gli ultimi due anni terribili in cui aveva perso quasi 1/3 del valore dell'export, una crescita rispetto all'analogo periodo del 2014, del 5,7%, passando da 9 a 9,5 milioni, grazie al parziale recupero di acquisti da parte di due tradizionali acquirenti come gli Stati Uniti (tornati, con una crescita del 60%, quasi ai livelli del 2013) e la Germania (+16%), oltre

al continuo sviluppo degli ordini provenienti dal Giappone il quale ha più che duplicato il controvalore segnato nel 2013. Di contro si segnalano cali abbastanza significativi, ma non sufficienti a contrastare gli incrementi appena descritti, per Regno Unito, Svizzera e Svezia (tra il -25 e -40%).

Anche l'export oleario ha fatto segnare una crescita dell'8%, tanto più sorprendente in quanto arrivata dopo la scorsa pessima annata produttiva, e che conferma l'ottima performance del 2014, allorché l'incremento era stato superiore al 60% rispetto al 2013. Le vendite sono state condizionate da quello che rappresenta ormai l'unico mercato di sbocco del nostro olio, cioè gli Stati Uniti che, con una crescita del 36% sono arrivati a rappresentare i ¾ degli acquisti del nostro prodotto, mentre non accennano a riprendersi le vendite verso Giappone e Canada ridottisi complessivamente ad appena 500 mila euro di controvalore.

Ottimo l'andamento dell'export del marmo grezzo, cresciuto in un solo anno del 46%, grazie al ritorno degli acquisti dall'India che, con 2 milioni di euro, rappresenta, assieme all'Egitto, l'unico mercato di sbocco di tale tipologia merceologica. A tale oltremodo positivo sviluppo si contrappone una battuta d'arresto per l'export di marmo lavorato (-12,6%, perdita di oltre 1,5 milioni di euro), causata dal crollo del principale mercato di sbocco, l'Arabia Saudita, che perso oltre il 30% in un solo anno e dalla contrazione degli acquisti dell'altro tradizionale paese acquirente, il Marocco, con una perdita di poco inferiore al 10% su base annua. Continuano ad aumentare invece le vendite verso il Kuwait ed Emirati Arabi, cresciuti rispettivamente del 50% e del 32%, pur mantenendosi a livelli nettamente inferiori rispetto ai primi due paesi, così come si evidenzia un discreto interesse da parte dell'Algeria che ha più che duplicato le importazioni di marmo trapanese, mentre, rimanendo nell'area, sono quasi scomparse quelle libiche.

Ancora più pesante il calo delle vendite della frutta e degli ortaggi conservati, ridottesi del 26% rispetto all'analogo trimestre 2014, portando l'export a più che dimezzarsi in soli 2 anni (erano a oltre 7 milioni nel primo trimestre 2013, a fronte dei 3 milioni del 2015). Tale andamento, il peggiore tra tutti i principali prodotti esportati, anche per il peso quantitativo di tale tipologia merceologica, risulta condizionato anche in questo caso dal ridimensionamento degli acquisti da parte dei principali paesi acquirenti, in particolare Canada (-80% rispetto al 2013), Regno Unito (-25% in un solo anno), Germania (-25%). Praticamente scomparse le vendite verso l'Austria e Taiwan, mentre l'unica nota positiva arriva dal raddoppio delle vendite verso gli Stati Uniti, mercato sempre più interessante per i nostri prodotti agroalimentari.

Di analoga gravosità la riduzione dell'export di gambero marzanase, troppo condizionato dalla scarsità di mercati di sbocco, essendo la Spagna, in pratica, l'unico acquirente degno di nota (destinatario di oltre il 90% del prodotto esportato), e che ha fatto segnare una riduzione del 27%

rispetto al 2014, condizionando in questo modo il risultato complessivo, mentre quello che sembrava potesse essere un traffico crescente, verso la Papua Nuova Guinea, è scomparso così come era sorto.

Battuta d'arresto anche per la tipologia merceologica che aveva fatto segnare negli ultimi anni il tasso di crescita maggiore, cioè le altre macchine d'impiego generale, con un calo dell'export del 9% nel trimestre in questione, dovuto alla scomparsa degli acquisti di Norvegia, Romania, Grecia e Germania (tra i principali mercati di sbocco nel 2014) e al dimezzamento di quelli cinesi. La capacità delle imprese del settore a trovare nuovi mercati ha impedito un vero e proprio tracollo del comparto, avendo fatto segnare un vero e proprio exploit di vendite verso i Paesi Bassi (divenuto il primo importatore con 850 mila euro nei primi 3 mesi del 2015), Danimarca (+250%) e Finlandia (+150%).

A sostenere le esportazioni trapanesi sono stati tutta una serie di prodotti non food, grazie ai quali il bilancio delle vendite all'estero è stato positivo, cioè gli articoli di abbigliamento, le calzature e il cuoio e la pelletteria. I primi due hanno fatto segnare un incremento delle vendite all'estero, nel trimestre in questione, tra il 127% e il 137%, mentre per il cuoio e la pelletteria l'aumento è stato del 27%. Complessivamente il settore è diventato il terzo in provincia per controvalore delle esportazioni, arrivate a superare i 7 milioni di euro (oltre 3 milioni l'abbigliamento, 2,8 milioni il cuoio e la pelletteria e oltre 1,2 milioni le calzature), anche se tali vendite sembrano caratterizzarsi più come una partita di giro che una vera e propria esportazione di prodotti trapanesi. Infatti, all'incremento dell'export si accompagna fedelmente una crescita di importazioni degli stessi prodotti: la progressione di vendite all'estero che ha portato dai 2 milioni di euro totali nel primo trimestre 2013 agli oltre 7 dello stesso periodo nel 2015 è stata infatti affiancata da un analogo accrescimento dell'import, passato da 1,9 milioni a 4,8 milioni di euro. In particolare, oltre il 50% della merce arriva dalla Francia (soprattutto il cuoio, per oltre il 70% del totale) ma anche da Regno Unito, Spagna e Paesi Bassi, mentre le vendite sono indirizzate prevalentemente verso l'estremo oriente (Hong Kong per tutte le tipologie merceologiche, primo mercato di sbocco con oltre il 50% di quota di mercato e ben 3,7 milioni di euro di controvalore e Singapore, soprattutto per il cuoio e la pelletteria, con 800 mila euro di controvalore), ma anche verso l'altro capo del globo, ovvero Stati Uniti, con oltre 1,4 milioni di euro di controvalore complessivo. Una quota residuale, circa il 5% del totale, viene indirizzato verso la Cina.

Crescono, infine, in maniere molto più rilevante, di ben il 28% rispetto all'anno precedente, anche le importazioni di merci dall'estero, arrivate alla soglia dei 53 milioni di euro di controvalore, rappresentate principalmente da pesce conservato e congelato (16,3 milioni in soli 3 mesi, provenienti principalmente da Vietnam, Thailandia, Spagna, Ecuador e Tunisia), carne conservata

(6,3 milioni di euro, in calo del 12% e proveniente soprattutto da Francia, Spagna e Cina) e prodotti dell'abbigliamento, pelletteria e calzature (poco meno di 5 milioni di euro) e prodotti di colture agricole (2,7 milioni di euro).

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.

L'esigenza di perseguire una ricerca costante di economicità, efficacia ed efficienza dell'azione della Camera di commercio ha ormai posto come indifferibile la necessità di aumentare l'ambito dimensionale, in termini di imprese iscritte, per conseguire economie di scala. La naturale conseguenza è l'accorpamento con le Camere di commercio di Agrigento e Caltanissetta, così come espresso con atto n. 60 del 4 dicembre 2014 dalla Giunta Camerale di Trapani al Consiglio l'intento di attivare il percorso nei tempi più rapidi possibile. Il Consiglio, nella riunione del 15 dicembre

2014 ha confermato l'intenzione di proporre al Ministero dello Sviluppo Economico l'accorpamento delle tre circoscrizioni territoriali, dando pertanto avvio al processo di aggregazione dei tre Enti camerali. L'operazione di accorpamento è la testimonianza concreta di come le Camere, con efficienza ed efficacia, abbiano la volontà di riformarsi nei fatti, senza alcuna autorefenzialità ma guardando al bene dei territori e delle imprese, con l'unico obiettivo di migliorare il servizio reso dagli Enti camerali alle imprese del territorio.

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 2016-2018, il Piano triennale di prevenzione della corruzione 2016-2018 e il Piano della triennale della performance per l'esercizio per gli anni 2016-2018.

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.

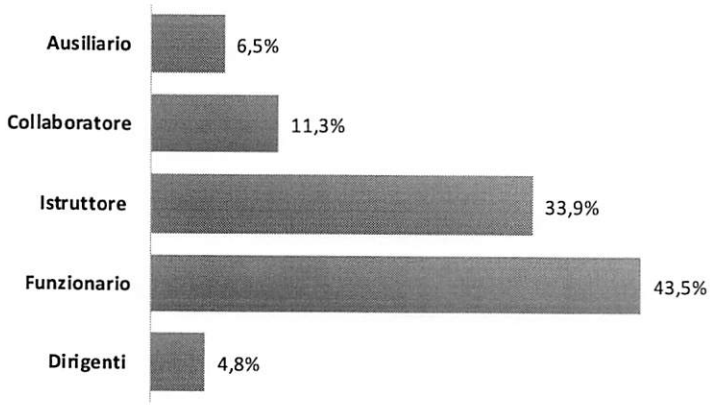
Le novità normative introdotte (v. ad es. l'introduzione della SCIA) hanno portato sì ad una semplificazione per l'impresa in termini di modulistica da presentare, ma hanno moltiplicato i controlli che la pubblica amministrazione è chiamata ad effettuare ampliandone la responsabilità nei confronti di 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

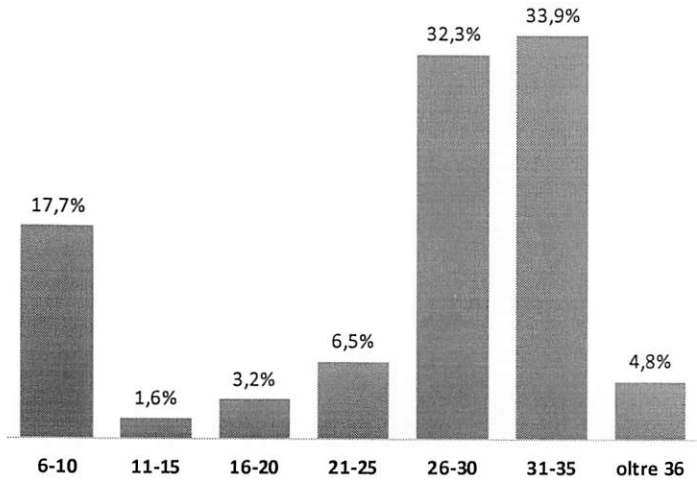
Le Risorse umane della Camera di commercio

La struttura organizzativa dell'Ente può essere così rappresentata:

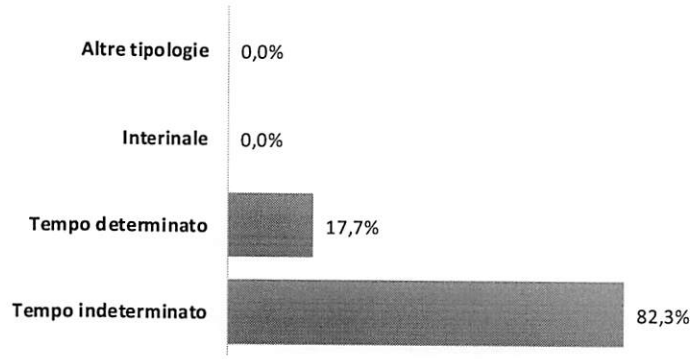
Composizione per profilo professionale		
Profilo professionale	Valore	%
Dirigenti	3	4,8%
Funzionario	27	43,5%
Istruttore	21	33,9%
Collaboratore	7	11,3%
Ausiliario	4	6,5%



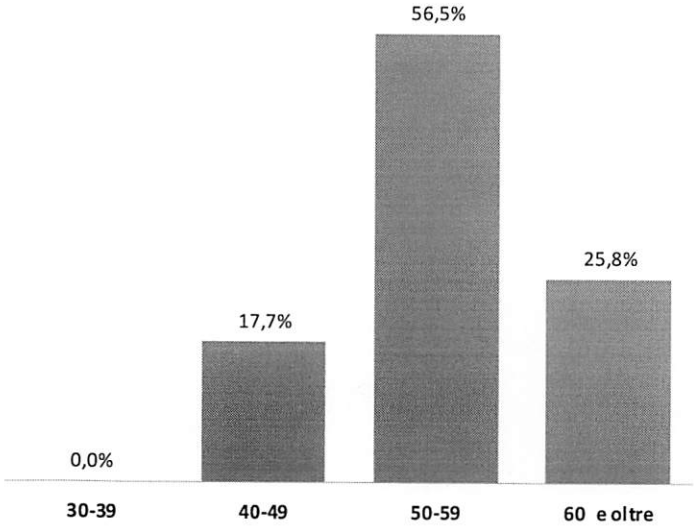
Composizione per Anzianità di servizio		
Classe di anzianità	Valore	%
6-10	11	17,7%
11-15	1	1,6%
16-20	2	3,2%
21-25	4	6,5%
26-30	20	32,3%
31-35	21	33,9%
oltre 36	3	4,8%



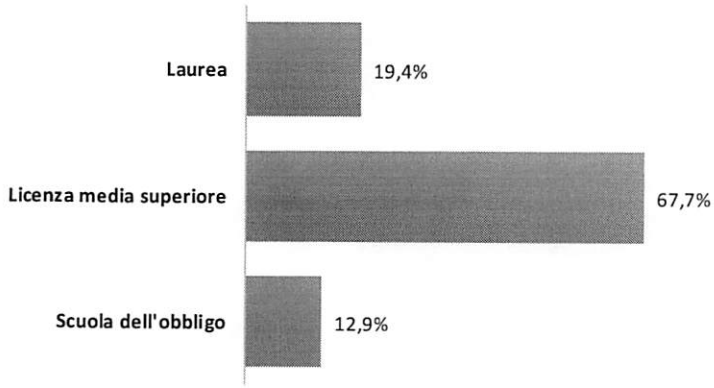
Composizione per tipologia contrattuale		
Tipologia	Valore	%
Tempo indeterminato	51	82,3%
Tempo determinato	11	17,7%
Interinale	0	0,0%
Altre tipologie	0	0,0%



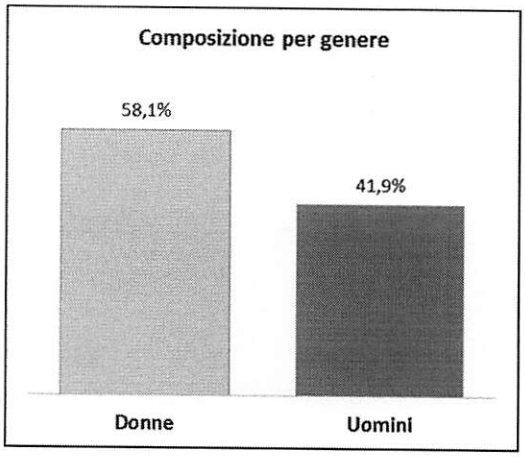
Composizione per classi d'età		
Classe d'età	Valore	%
30-39	0	0,0%
40-49	11	17,7%
50-59	35	56,5%
60 e oltre	16	25,8%

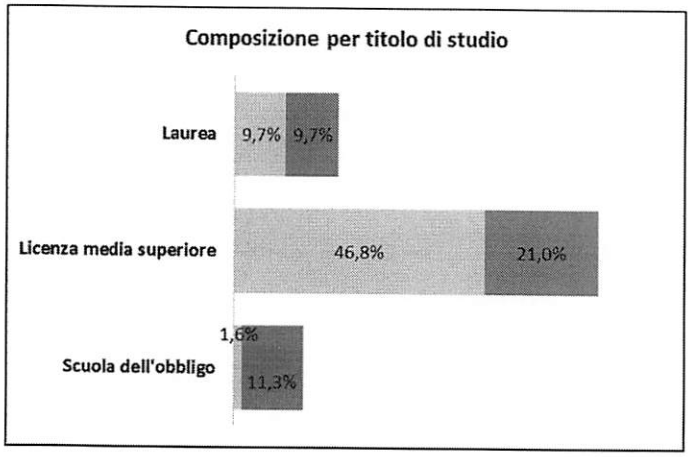


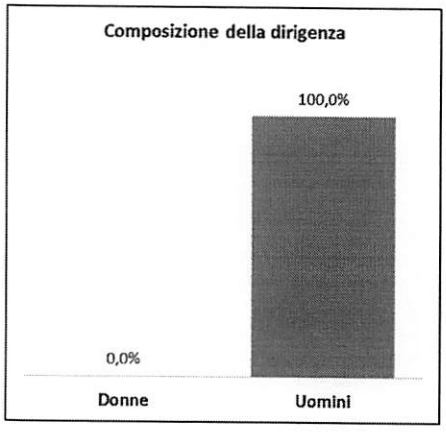
Composizione per titolo di studio		
Titolo di studio	Valore	%
Scuola dell'obbligo	8	12,9%
Licenza media superiore	42	67,7%
Laurea	12	19,4%

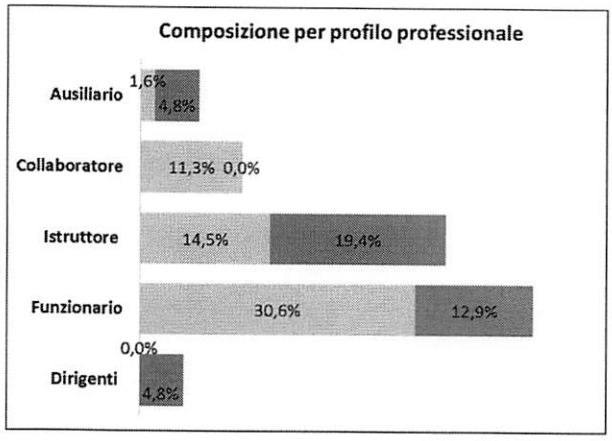


Le politiche di genere







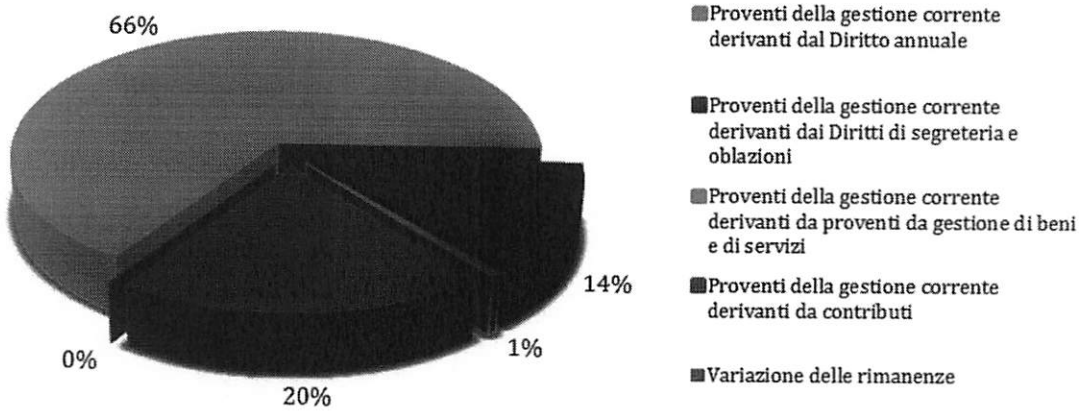


Le risorse economiche della Camera di commercio

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 2015.

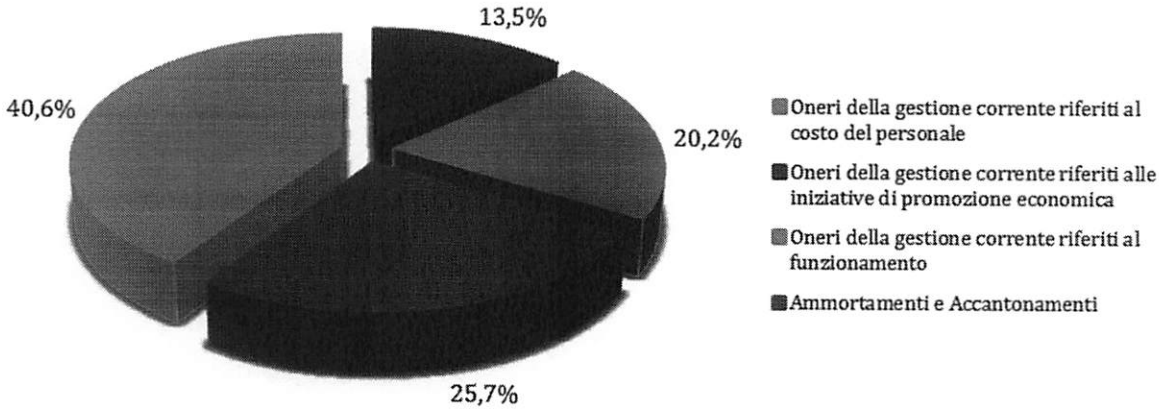
PROVENTI GESTIONE CORRENTE	Valore in €	%
Proventi della gestione corrente derivanti dal Diritto annuale	5.750.715	66,2%
Proventi della gestione corrente derivanti dai Diritti di segreteria e oblazioni	1.174.669	13,5%
Proventi della gestione corrente derivanti da proventi da gestione di beni e di servizi	48.171	0,6%
Proventi della gestione corrente derivanti da contributi	1.716.257	19,7%
Variazione delle rimanenze	3.125	0,0%

Composizione Proventi Gestione Corrente (anno 2015)



ONERI GESTIONE CORRENTE	Valore in €	%
Oneri della gestione corrente riferiti al costo del personale	3.686.669	40,6%
Oneri della gestione corrente riferiti alle iniziative di promozione economica	1.226.814	13,5%
Oneri della gestione corrente riferiti al funzionamento	1.839.691	20,2%
Ammortamenti e Accantonamenti	2.331.973	25,7%

Composizione Oneri Gestione Corrente (anno 2015)



Di seguito si riepiloga l'ammontare delle risorse economiche erogate all'attuazione delle diverse linee strategiche per l'anno 2015:

Obiettivo Strategico	RISORSE
PROMUOVERE E QUALIFICARE L'OFFERTA TURISTICA	€ 485.248
PROMUOVERE, VALORIZZARE E TUTELARE LE PRODUZIONI TIPICHE LOCALI	€ 484.538
STIMOLARE L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE	€ 216.745
CREARE UN SISTEMA IMPRENDITORIALE DI QUALITÀ PROMUOVENDO LA CRESCITA DEL CAPITALE UMANO	€ 37.282
PROMUOVERE LA DIFFUSIONE DEGLI STRUMENTI DI GIUSTIZIA ALTERNATIVA	€ 3.000
RAFFORZARE LE ATTIVITÀ DI VIGILANZA E CONTROLLO E ACCRESCERE LA TRASPARENZA DEL MERCATO	€ 0
TOTALE	**€ 1.226.814**

Analisi del risultato economico

L'anno finanziario 2015 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 € -46.817.

Tale valore è stato influenzato, tra gli altri, dalla riduzione del 35% del Diritto annuale che si è tradotto in minori Proventi correnti, dall'accantonamento di competenza relativo al Fondo Svalutazione Crediti per € 2.183.082, dall'accantonamento di competenza del Fondo T.F.R. per € 125.552, dagli ammortamenti per € 98.890, e dalla Gestione Finanziaria per € - 57.639.

Seconda Sezione

2.- La Strategia della Camera di commercio di Trapani

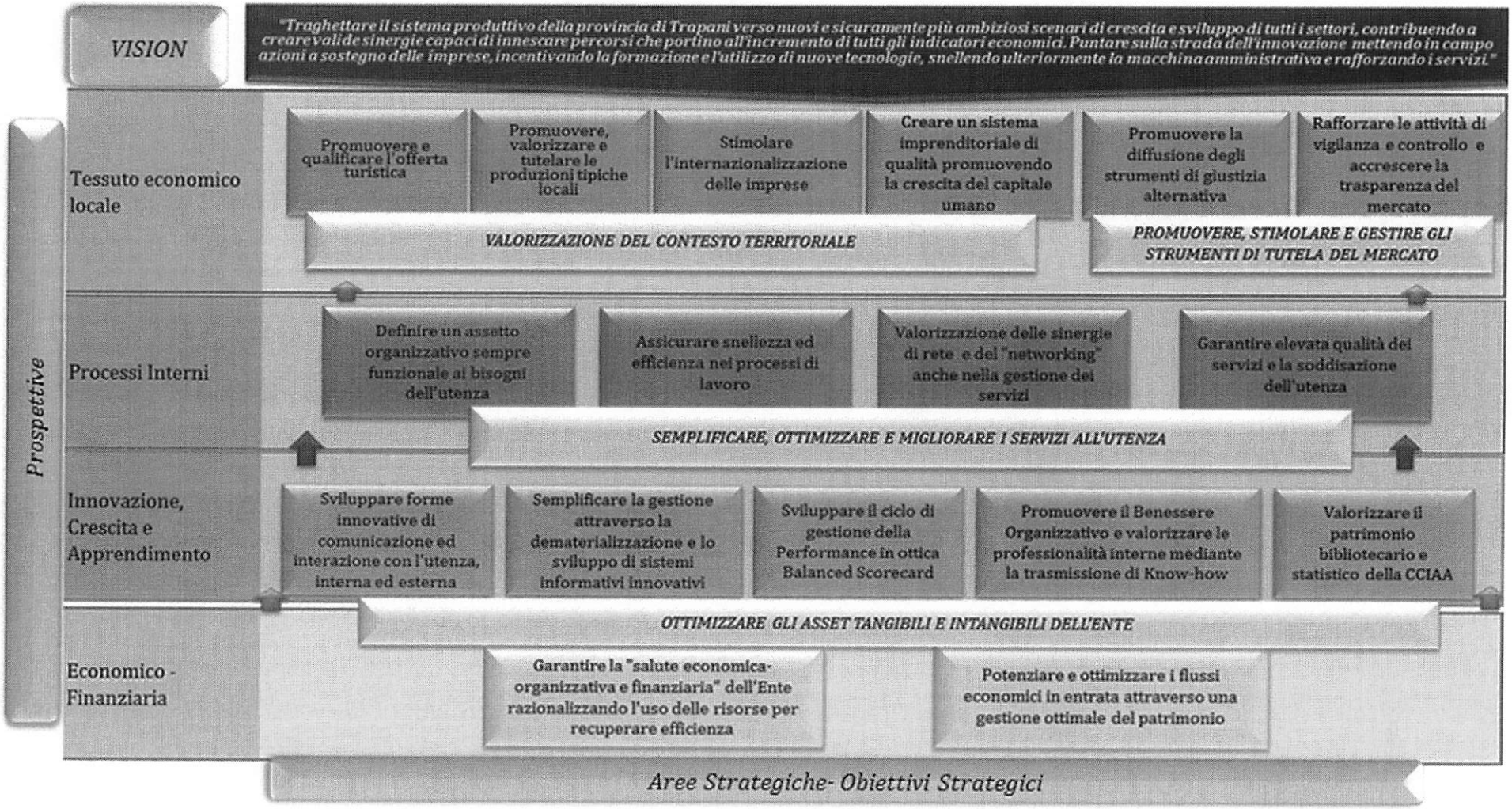
La Mappa Strategica

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 2015-2017, 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 2015.

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 - Valorizzazione delle sinergie di rete e del "networking" anche nella gestione dei servizi - 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 - 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 2015 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.

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 2015, la Camera di Trapani ha portato avanti il proprio impegno, assumendo il ruolo di cabina di regia nell'ambito dell'accordo di co-marketing a supporto dei flussi turistici che vede coinvolti 24 comuni della provincia, attraverso il potenziamento dell'aeroporto Vincenzo Florio, che con il suo notevole flusso di passeggeri contribuisce alla crescita economica dell'intero comprensorio. Nel corso del 2015 l'Ente camerale ha provveduto al versamento delle quattro rate previste per l'anno 2015, oltre che al versamento dell'IVA relativa agli anni 2014 e 2015.

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 Potenziamento aeroporto: Cabina di regia Accordo di co-marketing
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 2015 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 l'iniziativa realizzata nel 2015, di valore strategico per l'Ente camerale per la promozione e valorizzazione delle produzioni tipiche locali, 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, iniziato nel corso del 2014, ha avuto come obiettivo quello 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 portarlo direttamente sulle tavole dei ristoratori della

provincia di Trapani. Obiettivo del progetto è stato 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.

Nel corso del 2015 sono state realizzate le seguenti attività: 1. Sessione formativa per il personale impiegato nelle "antenne" (sportelli) uno da attivare presso la Camera di commercio di Trapani, rivolta ai ristoratori aderenti al Club Bleu Artisanal e uno presso gli uffici della Cosvap a Mazara del Vallo, destinata ai pescatori; 2. Presentazione della Guida enogastronomica; 3. Presentazione del Logbook Club Bleu, da far compilare ai pescatori al momento dello sbarco del pesce dalle loro barche; 4. Formazione "pilota" rivolta ai pescatori di Mazara del Vallo e di Sidi Mechreg e ai ristoratori di Trapani e Biserta; 5. Realizzazione iniziativa "Una porta aperta sul mare", manifestazione gastronomica finalizzata a far conoscere e promuovere le attività del progetto e al contempo permettere la degustazione di piatti della cucina siciliana e tunisina, preparati con il pescato dei pescatori artigianali e dai ristoranti membri del Club;

Obiettivo	Azioni/Progetti/Iniziative Realizzate
Riconoscimento della qualità e dell'integrità delle tipicità trapanesi, verificandone e proteggendone l'origine geografica	Continuo impegno nello stimolare l'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
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.
	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 2015 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 otto studenti dell'Istituto Tecnico Economico "S. Calvino" che hanno espletato il tirocinio presso la Camera di commercio.

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.

Nei mesi di giugno e luglio si sono tenuti anche due sessioni formative sull'europrogettazione, in cui sono stati affrontati temi riguardo le tecniche e logiche di progettazione europea.

Nel corso dell'anno è proseguita l'attività dello sportello FILO (Formazione Imprenditorialità Lavoro Orientamento), anche se il numero di utenti assistiti è stato inferiore rispetto a quelli del 2014.

Si è realizzata inoltre la dodicesima edizione del "Premio Saturno – Trapani che produce". L'iniziativa, promossa dall'emittente Telesud assieme alla Camera di Commercio di Trapani, si è tenuta a Marsala dal 9 al 12 ottobre. 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. Sono stati inoltre assegnati 6 riconoscimenti per "Aziende di antica tradizione".

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
Migliorare la competitività del tessuto produttivo provinciale e stimolare l'innovazione delle imprese della provincia	Attività di formazione manageriale 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.

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)	€ 445.209
Risorse economiche di competenza (Interventi Promozionali)	€ 1.246.382

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. Sebbene nel corso del 2014 si era assistito ad un incremento del 330% rispetto all'anno 2013 con 258 mediazioni/conciliazioni avviate, il trend positivo è proseguito anche nel 2015 con 278 mediazioni/conciliazioni avviate (6% in più rispetto al 2014).
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.

Obiettivo	Azioni/Progetti/Iniziative Realizzate
Sensibilizzare l'utenza sull'utilizzo dello strumento conciliativo	Realizzazione di eventi di sensibilizzazione dell'attività di mediazione Attività divulgativa sugli strumenti di ADR attraverso la realizzazione di spot da divulgare tramite sito internet
Formazione e aggiornamento dei mediatori	Aggiornamento elenco mediatori Aggiornamento della modulistica e guida alla conciliazione Inserimento su un apposito portale del Ministero di grazia e giustizia, dei mediatori e conciliatori iscritti Revisione del regolamento sul funzionamento della mediazione

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

In materia di vigilanza, nel 2015 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, di incrementare le campagne ispettive. Nel corso del 2015, 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.

Obiettivo	Azioni/Progetti/Iniziative Realizzate
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.

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.

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 2015 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 e alla riduzione dei tempi medi di emissione dei verbali di accertamento.

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
	Revisione Elenco mediatori e invio solleciti a coloro che non avevano aggiornato la posizione nel RI 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 e riduzione dei tempi di emissione dei verbali di accertamento.

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 e riduzione dei tempi di lavorazione delle pratiche Registro Imprese e Albo Artigiani oltre che dei tempi di emissione dei verbali di accertamento
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)	€ 1.418.189 (divisione 1) - € 544.071 (divisione4)
Risorse economiche di competenza (Interventi Promozionali)	€ 3.000

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, volto 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 2015 sono stati 38.

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.

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 2015 è stata realizzata la settima edizione con la partecipazione di 50 imprese. 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.

Nel 2015 la Camera di commercio di Trapani ha aderito all'Accordo di Programma Quadro Da Expo ai Territori, promosso dalla Regione Sicilia attraverso il Dipartimento alle Attività Produttive. All'interno dell'accordo si pone il programma "Sicily Tasting Journey – Le vie del gusto in Sicilia", con la realizzazione della prima attività di incoming svoltasi dall'8 all'11 ottobre 2015 tra Mazara del

Vallo e Salemi. In occasione degli incontri, buyers nazionali ed internazionali di produzioni agroalimentari e ittiche hanno avuto l'opportunità di partecipare ad incontri B2B con le imprese siciliane. Il progetto è stato inquadrato nell'ambito di una più ampia attività già organizzata dalla Regione Siciliana e da EEN SICILIA, Enterprise Europe Network. All'incontro hanno partecipato oltre 40 buyers esteri (10 dei quali selezionati dal Progetto Expo ai Territori) e oltre 200 imprese siciliane, che si sono incontrate attraverso l'utilizzo del portale B2Match, strumento che favorisce l'incontro solo delle imprese che hanno previamente manifestato interesse reciproco.
Altre attività di incoming organizzate nel corso del 2015 hanno visto la presenza degli ambasciatori della Libia e dell'Algeria, oltre che di un imprenditore dell'Arabia Saudita

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 "Sicily Tasting Journey – Le vie del gusto in Sicilia": B2B delle aziende presenti alla manifestazione con i buyer che vengono dall'estero
	Realizzazione di momenti di incontro/confronto con associazioni di categoria e imprese per definire l'attività di promozione all'estero
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)	€ 1.028.516
Risorse economiche di competenza (Interventi Promozionali)	€ 216.745

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 2015. 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 e 2015 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. Nel 2015, inoltre, a causa della fuoriuscita di due dirigenti per pensionamento, è stato opportuno rivedere l'assetto organizzativo per redistribuire le funzioni sui dirigenti rimasti.

Da ricordare, infine, che 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 2015, 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 2015 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 2015 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 ANAC (già 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 2015 la Camera di commercio di Trapani ha provveduto ad aggiornare 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, dall'ANAC, 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 Aggiornamento Piano Triennale Trasparenza Aggiornamento Piano Triennale Anticorruzione

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 2015 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), e caricamento dell'inventario sui beni mobili.
- 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 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 2015 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 2015 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.

Una delle prime decisioni deliberate dal Comitato, nell'anno 2015, è stata quella di formulare un questionario sul benessere organizzativo , condivisione dei sistema di valutazione, valutazione del

superiore gerarchico organizzativo, da sottoporre ai dipendenti della Camera in modo da poter individuare, sulla base delle risposte, eventuali situazioni di criticità, discriminazione, stress, disagio, etc.. eventualmente evidenziate e poter, conseguentemente intervenire con azioni di contrasto e di promozione del benessere dei lavoratori.

Il Comitato ha analizzato i dati emersi dal suddetto questionario ed ha già predisposto una scaletta di lavori che, con l'ausilio di un proprio gruppo di lavoro interno, procederà ad approfondire alcuni aspetti 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 2015 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:

- Realizzazione di un bando la locazione del I e II piano dell'immobile in piazza Scarlatti;
- Realizzazione di una proposta per l'utilizzo del piano terra dell'immobile in piazza Scarlatti.

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
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

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.
Stakeholder	Imprese, Utenti, Istituzioni, Dipendenti
Strutture Interne Coinvolte	Trasversale a tutto l'Ente
Risorse finanziarie (in termini di cassa-uscite)	€ 939.221

Terza Sezione

Consuntivo degli indicatori definiti nel PIRA

Il piano degli indicatori e dei risultati attesi di bilancio è stato 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.

Di seguito vengono quindi riportati i risultati effettivamente conseguiti nel corso del 2015 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 2015.

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)	€ 445.209
Risorse economiche di competenza (Interventi Promozionali)	€ 1.246.382

Valenza Indicatore	Indicatore e Algoritmo	Valore ottenuto 2015	Risultato Atteso 2015	% Realizzazione 2015	Tipologia Indicatore	Unità di misura	Fonte
Sviluppo temporale del flusso	Flusso turistico (arrivi) nell'anno X/Flusso turistico (arrivi) nell'anno X-1	1,01	1	100%	Outcome	Numero	Banche dati Provincia
Grado di adesione delle imprese della provincia al sistema "Olio extra-vergine Valli Trapanesi"	N° aziende che agricole che aderiscono al sistema "Olio extra-vergine Valli Trapanesi" nell'anno X/N° aziende che agricole che aderiscono al sistema "Olio extra-vergine Valli Trapanesi" nell'anno X-1	0,95	1	95%	Risultato	Numero	Rilevazione Interna
Grado di adesione delle imprese della provincia al sistema "Cappero di Pantelleria"	N° aziende che agricole che aderiscono al sistema "Cappero di Pantelleria" nell'anno X/N° aziende che agricole che aderiscono al sistema "Cappero di Pantelleria" nell'anno X-1	1,02	1	100%	Risultato	Numero	Rilevazione Interna
Grado di adesione delle imprese della provincia al sistema "Sale marino di Trapani"	N° aziende che agricole che aderiscono al sistema "Sale marino di Trapani" nell'anno X/N° aziende che agricole che aderiscono al sistema "Sale marino di Trapani" nell'anno X-1	0,93	1	93%	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	1,27	1	100%	Risultato	Numero	Rilevazione Interna
Livello di creazione di reti di impresa	N° reti di impresa costituite nell'anno	1,00	1	100%	Risultato	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	81%	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)	€ 1.418.189 (divisione 1) - € 544.071 (divisione4)
Risorse economiche di competenza (Interventi Promozionali)	€ 3.000

Valenza Indicatore	Indicatore e Algoritmo	Valore ottenuto 2015	Risultato Atteso 2015	% Realizzazione 2015	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	1,06	1,05	100%	Risultato	Numero	ConciliaCamere
Livello di qualità delle conciliazioni gestite	N° procedure concluse con esito positivo/Totale procedure concluse	34%	25%	100%	Efficacia	Percentuale	ConciliaCamere
Grado di soddisfazione sull'attività conciliativa e di mediazione	N° questionari di customer riportanti un giudizio pari a ottimo/N° di questionari di customer compilati	99%	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	0,99	1	99%	Risultato	Numero	Eureka
Incremento del numero di ispezioni/verifiche realizzate (sicurezza prodotti)	N° ispezioni/verifiche realizzate nell'anno X (Sicurezza Prodotti)	8,00	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	0,96	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	0,77	1	100%	Qualità	Numero	Priamo
Grado di utilizzo delle risorse dedicate alla missione 012 - Regolazione dei mercati	Risorse dedicate alla missione 012 - Regolazione dei mercati - prenotate/Risorse dedicate alla missione 012 - Regolazione dei mercati - stanziate	100%	70%	100%	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)	€ 1.028.516
Risorse economiche di competenza (Interventi Promozionali)	€ 216.745

Valenza Indicatore	Indicatore e Algoritmo	Valore ottenuto 2015	Risultato Atteso 2015	% Realizzazione 2015	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	1,14	1	100%	Outcome	Numero	Banca dati Istat
Grado di realizzazione delle iniziative per l'internazionalizzazione	N° iniziative di internazionalizzazione promosse dalla CCIAA nell'anno X	3,00	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 dei sistema produttivo - prenotate/Risorse dedicate alla missione 016 - Commercio internazionale ed Internazionalizzazione dei sistema produttivo - stanziate	64%	70%	92%	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)

Valenza Indicatore	Indicatore e Algoritmo	Valore ottenuto 2015	Risultato Atteso 2015	% Realizzazione 2015	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	0,44	0,34	70%	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	0,40	0,84	100%	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	0,25	0,40	100%	Efficienza	Numero	Oracle
Miglioramento Efficienza Processo A.2.1. Supporto Agli Organi Istituzionali	(fte x 10 delibere)/Numero di delibere di Giunta e di Consiglio pubblicate nell'anno	0,31	0,37	100%	Efficienza	Numero	Libranet
Tempestività di pagamento delle fatture passive	Tempi medi di pagamento fatture passive	22,91	29	100%	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	78%	70%	100%	Qualità	Percentuale	Indagini di customer
	Servizio ricevuto in termini di Chiarezza e precisione delle informazioni fornite all''utente: Percentuale di giudizi pari a buono	75%	70%	100%	Qualità	Percentuale	Indagini di customer
Grado di realizzazione delle attività previste all'interno del Piano Triennale della Trasparenza	N° attività realizzate (Trasparenza)/N° attività previste nel Piano della Trasparenza	100%	80%	100%	Efficacia	Percentuale	Sito camerale
Grado di realizzazione delle attività previste all'interno del Piano Triennale Anticorruzione	N° attività realizzate (Anticorruzione)/N° attività previste nel Piano Anticorruzione	100%	80%	100%	Efficacia	Percentuale	Sito camerale
Livello raggiunto di maturità del ciclo di gestione della performance	Punteggio ottenuto Check-Up anno X	2,40	2,5	96%	Risultato	Numero	Rilevazione Interna
Livello di partecipazione ad attività formativa	N° partecipanti ad attività di formazione per sviluppare le competenze interne/Totale personale	90%	50%	100%	Efficacia	Percentuale	Rilevazione Interna
Andamento temporale dei costi di funzionamento	Costi di funzionamento anno X/Costi di funzionamento anno X-1	0,97	1	100%	Efficienza	Numero	Bilancio d'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	61%	70%	100%	Efficienza	Percentuale	Bilancio d'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-B8)]/Proventi della Gestione Corrente	90%	75%	79%	Efficienza	Percentuale	Bilancio d'esercizio
Andamento temporale del grado di riscossione del Diritto Annuale	(Importo riscossioni spontanee Diritto Annuale anno X / Dovuto Diritto Annuale anno X) / (Importo riscossioni spontanee Diritto Annuale anno X-1 / Dovuto Diritto Annuale anno X-1)	1,01	1	100%	Efficacia	Numero	Bilancio d'esercizio

IL SEGRETARIO GENERALE f.f.
(Dott. Diego Carpitella)

IL PRESIDENTE
(Comm. Giuseppe Pace)