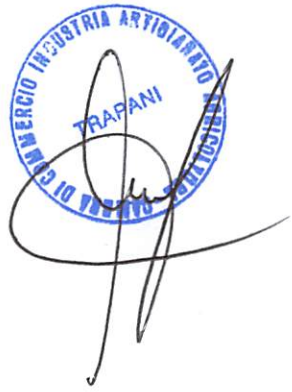


"Relazione sulla gestione e sui risultati"

Anno 2018

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

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

Sommario

Premessa 3
Sezione Introduttiva 6
1.- Analisi del contesto di riferimento 6
Il contesto esterno 6
Il contesto normativo 16
Il contesto interno 19
Seconda Sezione 23
2.- La Strategia della Camera di commercio di Trapani 23
La Mappa Strategica 23
3. Missioni 25
Missione 011 - Competitività e sviluppo delle Imprese 26
Missione 012 - Regolazione dei mercati 32
Missione 016 - Commercio Internazionale ed Internazionalizzazione del sistema produttivo 36
Missione 032 - Servizi Istituzionali e generali delle Amministrazioni Pubbliche 37
Terza Sezione 44
Consuntivo degli indicatori definiti nel PIRA 44
Missione 011 - Competitività e sviluppo delle Imprese 45
Missione 012 - Regolazione dei mercati 46
Missione 016 - Commercio Internazionale ed Internazionalizzazione del sistema produttivo 47
Missione 032 - Servizi Istituzionali e generali delle Amministrazioni Pubbliche 48

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 n° 9 del 23-10-2017 ha approvato la Relazione previsionale e programmatica per l'anno 2018.

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

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

- la Relazione sull'andamento della gestione, redatta ai sensi dell'art. 24 del D.P.R. 254/05, che rappresenta i risultati conseguiti rispetto agli obiettivi e ai programmi definiti all'interno della Relazione Previsionale e Programmatica
- la Relazione sulla gestione, ex art. 7 decreto 27 marzo 2013, che evidenzia le finalità della spesa complessiva riferita a ciascuna delle attività svolte secondo un'articolazione per missioni e programmi;
- il Rapporto sui risultati, redatto ai sensi dell'art. 5 c.2 decreto 27 marzo 2013, contenente le risultanze osservate in termini di raggiungimento dei risultati e le cause di eventuali scostamenti. Il rapporto riporta il valore a consuntivo degli indicatori definiti nel Piano degli Indicatori e dei Risultati attesi di Bilancio (Pira), approvato con Delibera di Consiglio n. 5 del 15 dicembre 2015. Il Piano, con valenza programmatica triennale, ha presentato gli obiettivi che l'amministrazione si prefissava di perseguire nel triennio di riferimento, 2018-2020, 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 2018, 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 2018 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.

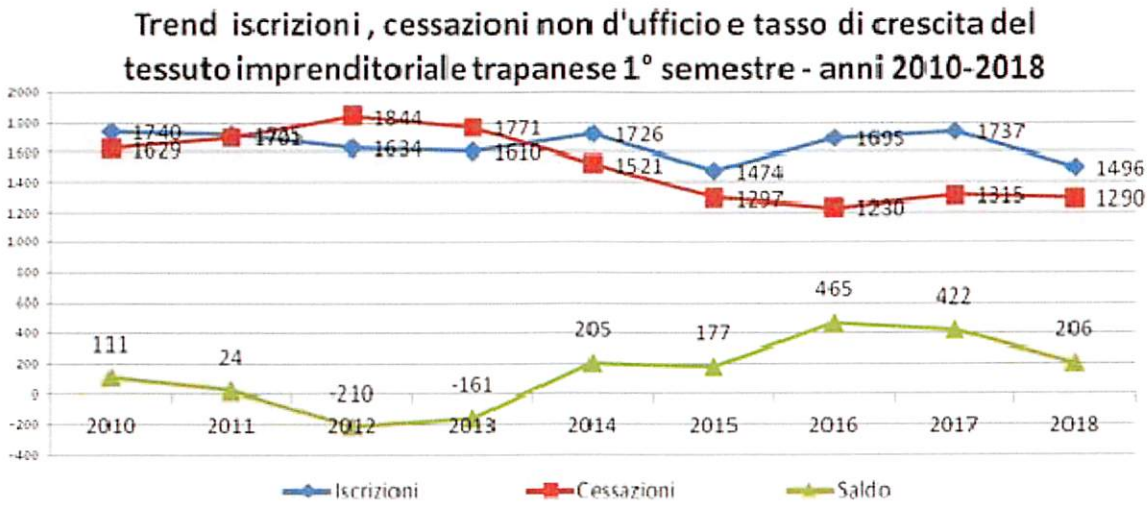
L'analisi del contesto consente di descrivere tutte le variabili che hanno rappresentato lo scenario nel quale si è sviluppata l'azione della Camera di commercio di Trapani, variabili che possono collocarsi sia all'interno che all'esterno dell'organizzazione stessa al fine di catturare le possibili minacce, 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 2018 la suddetta analisi in relazione al contesto socio-economico e al contesto interno.

Il contesto esterno

Le statistiche relative al primo semestre del 2018 confermano i segnali positivi in atto dal 2014, anche se ridimensionati rispetto a quanto accaduto nell'analogo periodo degli ultimi due anni.

In particolare, nel 2018 si assiste ad una diminuzione della **crescita imprenditoriale** (il saldo della nati-mortalità è stato dello +0,44% su base annua, contro il +0,92% dell'anno precedente), tornando ai livelli del 2014-2015: l'incremento numerico risulta, infatti piuttosto limitato con un + 206 imprese, nettamente al di sotto sia delle +465 dell'analogo periodo del 2016 che delle +422 dell'anno scorso, trend che comunque rimane nettamente al di sopra del tasso di crescita nazionale (+0,25%) e, lievemente al di sotto di quello medio siciliano (+0,52%), dove primeggia la provincia di Messina, con un progresso dello 0,84%.



Il dato negativo che emerge dalla lettura dei dati è dato dalla riduzione delle iscrizioni, ben 240 in meno rispetto all'analogo periodo dello scorso anno (1.496 contro 1.737), mentre le cancellazioni sono leggermente diminuite, essendo tornate al di sotto delle 1.300 unità, pur mantenendosi a livelli decisamente più alti del 2016.

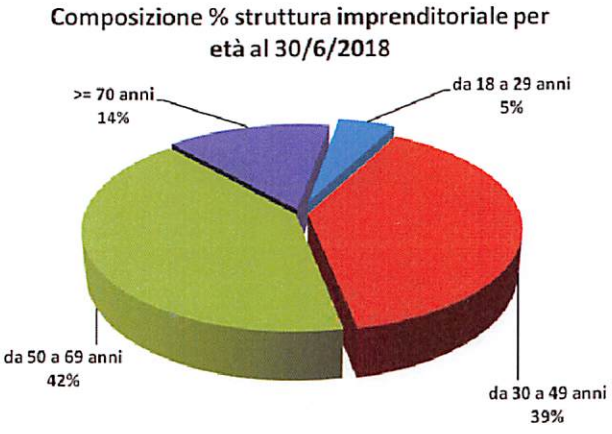
Le imprese registrate in provincia di Trapani, al 30 giugno 2018, risultano essere 46.969 (a fine giugno dello scorso anno erano 46.328), mentre le attive sono 39.051, pari all'83,1% di quelle iscritte (dato in calo rispetto allo scorso anno, anche se nettamente superiore rispetto alla media regionale che si ferma al 79,3% delle registrate, ma lievemente al di sotto del dato nazionale, pari all'84,6%).

Analizzando la **forma giuridica**, a conferma di un dato ormai strutturale, anche nel primo semestre del 2018, le società di capitali hanno contribuito in maniera totale al saldo complessivo: sono ben 275 le imprese in più con tale forma giuridica (contro un saldo complessivo di sole 206 unità), riuscendo addirittura a coprire i cali registrati dalle società di persone e dalle ditte individuali. Queste ultime, in particolare, hanno interrotto una tendenza positiva in atto dal 2016, soprattutto a causa del crollo delle iscrizioni, tornate ai livelli del 2015. In lieve crescita anche le altre forme. Il notevole incremento delle società di capitale, in atto dal 2016, trova giustificazione nell'esplosione soprattutto nel Meridione del fenomeno delle S.r.l. semplificate, tipologia di natura giuridica che consente di dare vita ad una società con capitale minimo e azzerando praticamente i costi, altrimenti non indifferenti. Tali andamenti hanno fatto sì che le società di capitale pesino sempre di più, rappresentando ormai il 19% delle imprese trapanesi (erano circa la metà appena 13 anni fa), ma comunque rimanendo ben al di sotto del 22% della Sicilia e addirittura del 28% del dato medio nazionale.

Tra i **settori** che più hanno contribuito alla dinamica imprenditoriale vanno evidenziati, ancora una volta, il turismo (ormai prossimo alla soglia delle 3.000 imprese), con una crescita annua del 4,4%, in linea con il trend dell'anno precedente, ma al di sotto, però, di quanto registrato negli ultimi anni, e, tra i servizi alle persone: le attività professionali, scientifiche e tecniche (cresciute in un anno del 7,7% soprattutto grazie alla spinta delle agenzie di pubblicità e della sempre maggiore richiesta di consulenza di diverso genere - con tassi di crescita annui che oscillano tra il 13% e il 15%), la sanità privata e l'assistenza sociale (+7,3% su base annua, grazie all'enorme sviluppo di attività imprenditoriali legate alla nascita di strutture di assistenza sociale residenziale, probabilmente connesse al fenomeno dell'immigrazione extracomunitaria - ben il 77% in più in un solo anno). Altri settori con un incremento rilevante su base annua, in linea con il dato dell'anno precedente, sono quello delle attività immobiliari (attorno al 6%) e quello del "noleggio, agenzie di viaggio" (+4,3%), a riprova dell'effetto trainante per altri comparti da parte del turismo, mentre fa registrare un calo cospicuo (-1,7% su base annua) il settore finanziario e assicurativo, fin qui piuttosto vivace, il cui arretramento va attribuito in toto agli agenti e mediatori assicurativi (-3%).
Il **settore agricolo**, dopo anni di pesanti arretramenti, fa segnare finalmente, rispetto all'analogo periodo del 2017, un lieve incremento (+0,1%), mentre sia le costruzioni che il commercio tornano, dopo la lieve ripresa dello scorso anno, in terreno negativo (rispettivamente -0,4% - 0,1%), a dimostrazione della fatica ad uscire dalla crisi in cui sono piombati da una decina di anni. Risulta ancora appesantito il trend delle attività manifatturiere, in calo su base annua dello 0,9%, soprattutto a causa dei notevoli arretramenti del comparto delle imprese alimentari e della lavorazione del marmo (-3% circa il calo su base annua per entrambi).

Entrando nel dettaglio di alcune delle categorie imprenditoriali che costituiscono il tessuto economico trapanese, cioè le **imprese femminili**, **extracomunitarie e giovanili**, il bilancio anagrafico del primo semestre 2018 evidenzia alcuni fenomeni degni di nota, perché da essi sembra dipendere sempre più l'evoluzione della base imprenditoriale un po' in tutti i territori.
Un contributo fondamentale alla crescita del nostro tessuto produttivo viene dalle imprese femminili, che rappresentano circa ¼ delle imprese della provincia, con un progresso, su base annua, di 218 aziende, circa un terzo della crescita complessiva provinciale, portando il numero delle imprese condotte da donne, al 30 giugno 2018, a quasi 12 mila 200 unità (erano meno di 12 mila un anno prima). Ancor più significativo l'incremento dell'imprenditoria straniera, di cui purtroppo non conosciamo il trend delle imprese ma solo degli imprenditori, con 100 unità in più in un solo anno (con una variazione del 6%, nettamente più elevata della crescita complessiva degli imprenditori che non arriva al 2%), grazie al contributo fondamentale fornito da Tunisia,

Bangladesh, Pakistan e Marocco, che contribuiscono al trend per quasi il 70%, in particolare nel commercio, ma anche in agricoltura e nelle costruzioni.



Fa segnare finalmente un aumento, dopo il calo degli ultimi anni, il trend relativo ai **giovani imprenditori** (al di sotto dei 30 anni), essendo passati dai 3.218 dello scorso anno ai 3.276 di quest'anno, mentre non conosce sosta il pesante andamento della classe di età superiore (da 30 a 49 anni), avendo fatto segnare anche quest'anno una perdita di 735 unità, in lieve calo rispetto agli 850 imprenditori dello scorso anno. Discorso diverso va fatto per le classi di età superiore, cresciute di circa 1.300 unità, fenomeno questo, comune a tutto il territorio nazionale, che evidenzia un netto aumento dell'età media della classe imprenditoriale, assumendo nella nostra provincia contorni particolarmente gravi, essendo la quota di imprenditori over 70 pari al 14,3% dell'intero contesto imprenditoriale trapanese, più elevata sia della media regionale che di quella nazionale (rispettivamente al 12,8% e al 13,2%). Nettamente più elevata, invece, la percentuale di giovani imprenditori, pari al 5% del totale, comune al dato regionale e addirittura superiore a quello medio nazionale, che si ferma al 4,1%.

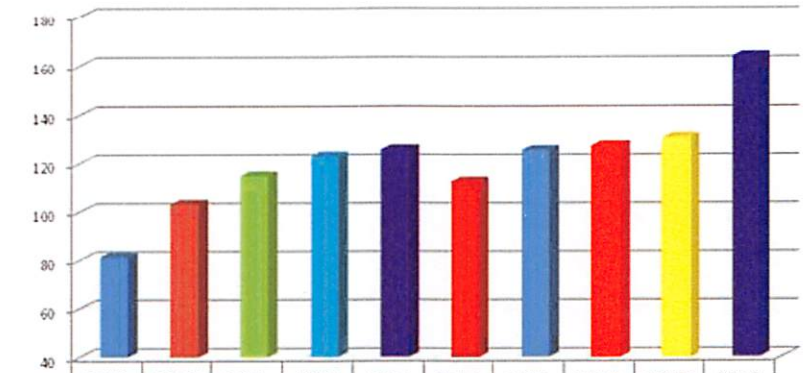
Un ultimo aspetto negativo che vale la pena evidenziare riguarda la continua fuoriuscita di imprese artigiane dal tessuto produttivo trapanese (-133 in soli 6 mesi, pari ad una decrescita dell'1,9%), tendenza negativa in atto dal 2011, che ha portato il loro numero complessivo al di sotto delle 6.800 unità, (va ricordato che nel 2008 erano circa 8.000, mentre al 30 giugno di quest'anno sono esattamente 6.794, quindi oltre 1.200 in meno in appena 10 anni). Un po' tutti i settori subiscono perdite, ma sono soprattutto i due settori principali, cioè le costruzioni e il manifatturiero, a contribuire in modo determinante al calo, pesando per il 60% sul saldo negativo della nati-mortalità del comparto.

IL COMMERCIO ESTERO

Nel primo semestre del 2018, le vendite all'estero hanno fatto registrare nel complesso una notevole accelerazione, rispetto a quanto accaduto nell'analogo periodo dello scorso anno, con un incremento del 26%, nettamente ad di sopra del pur ottimo andamento dell'export regionale, cresciuto di oltre il 15%, arrivando a ben 163,8 milioni di euro di controvalore. Il risultato di

quest'anno, come emerge chiaramente dal grafico, sembra finalmente interrompere una fase di stasi delle nostre esportazioni che, tra ricadute e rapide risalite, durava dal 2012.

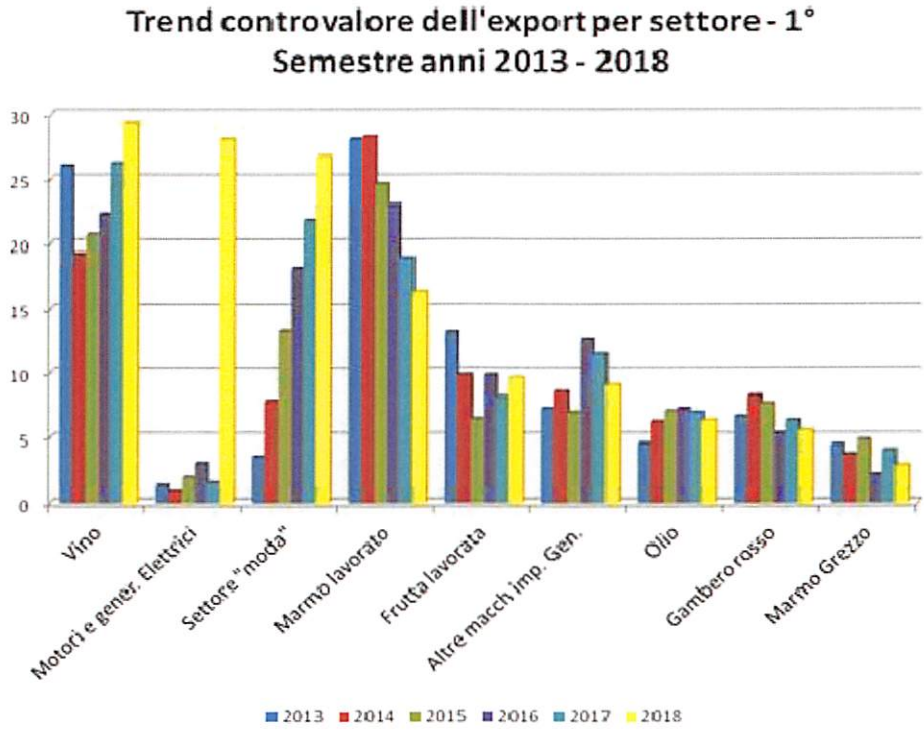
Trend controvalore dell'export della provincia di Trapani primo semestre anni 2009 - 2018



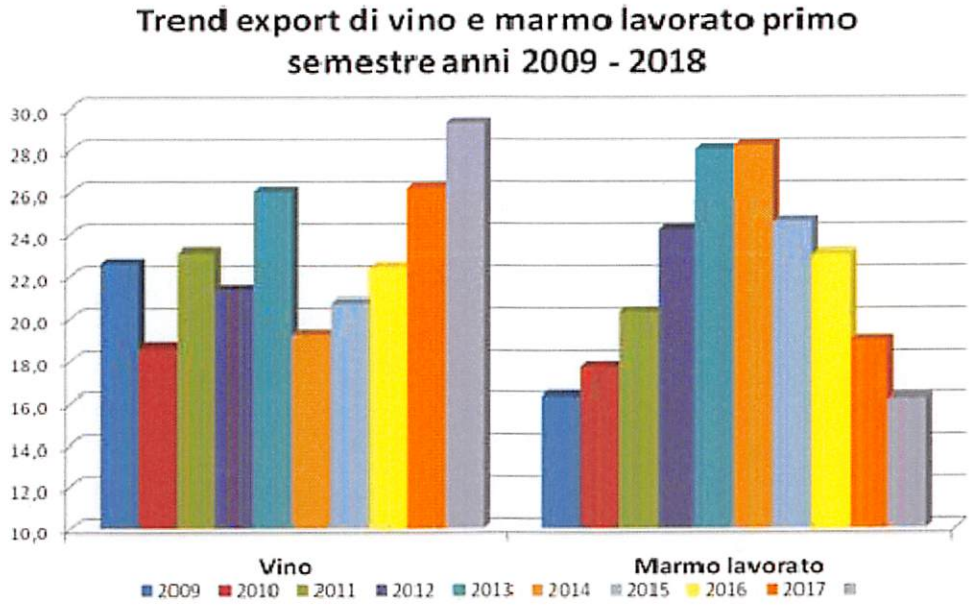
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Totale	81,1	103	114,9	122,7	125,5	112,6	125,2	127,1	130	163,8

Tale tendenza positiva risulta influenzata dal buon andamento di alcune delle tipologie merceologiche abitualmente più vendute, quali il vino, i prodotti del settore della moda (soprattutto borse, pelletteria e abbigliamento) e la frutta e gli ortaggi lavorati (tornati ai livelli del 2016), ma soprattutto dal vero e proprio boom delle esportazioni di generatori e trasformatori elettrici e delle apparecchiature per la distribuzione dell'elettricità, passati da poco meno di 1,5 milioni di euro dei primi sei mesi del 2017 a 28 milioni di euro del primo semestre 2018, arrivando addirittura ad insidiare il vino nella graduatoria dei prodotti più esportati dalla nostra provincia. Su tale tipologia merceologica occorrerà aspettare conferme più avanti per capire, vista l'importanza numerica, se si tratta di un evento occasionale o di una tipologia merceologica che è riuscita a conquistare nuovi mercati, magari grazie all'introduzione di nuove tecnologie.

Di contro, la nostra **bilancia commerciale** risulta appesantita dal continuo calo del settore del marmo lavorato, e dall'inversione di tendenza registrata da numerose voci merceologiche, dall'agroalimentare al marmo grezzo e alle altre macchine di impiego generale.



Il settore vinicolo ha registrato, dopo il calo del 2014 in cui ha perso più di ¼ del controvalore dell'export (passando da 26 a 19 milioni di euro, a causa della scomparsa dei 5,5 milioni di acquisti spagnoli), una lenta ma progressiva ripresa, culminata nella crescita, rispetto all'analogo periodo del 2017, di ben il 12% delle vendite nel primo semestre di quest'anno, arrivate a superare i 29 milioni di euro. Tale andamento risulta positivamente influenzato da alcuni tradizionali acquirenti di vino trapanese, in primis gli Stati Uniti, che, con un incremento record rispetto allo scorso anno del 23%, ha totalmente recuperato il tonfo del 2017, arrivando alla cifra record di poco meno di 6 milioni di euro, seguito dal Regno Unito, che, con un incremento del 42% e un controvalore di 2,5 milioni di euro, ha ormai raggiunto e superato i livelli record dei primi anni 2000. Buoni andamenti fanno segnare anche le esportazioni verso la Germania, secondo mercato di sbocco dei nostri vini, che ha, con 4,3 milioni di controvalore in un semestre, toccato livelli record mai raggiunti prima, così come mostrano interesse crescente verso i nostri prodotti Canada, Cina e Paesi Bassi, con incrementi tra il 10 e il 15% seppur, tranne per il Canada che raggiunge 1,5 milioni di euro, a livelli ancora abbastanza modesti (attorno al milione di euro). Recuperano quote di mercato anche Svezia e Svizzera che, con 2,6 e 1,9 milioni di euro, rappresentano il terzo e il quinto acquirente di vino trapanese. Purtroppo registrano un brusco segnale di arresto le esportazioni verso due dei mercati che erano cresciuti maggiormente lo scorso anno, cioè Francia e Giappone, in particolare il primo che, con un decremento del 16% e 1,9 milioni di euro, diventa il sesto importatore di vino trapanese (lo scorso anno era il quarto), seguito dal Giappone, con 1,7 milioni.



Anche il comparto della Frutta e degli ortaggi lavorati e conservati, dopo il crollo delle vendite all'estero dello scorso anno del 18%, ha registrato un netto recupero, con un aumento, rispetto all'analogo periodo del 2017, dell'export del 19%, portando il controvalore sugli stessi livelli del 2016, poco sotto i 10 milioni di euro. Tale andamento risulta positivamente influenzato dal rinnovato interesse nei confronti dei nostri prodotti da parte degli acquirenti statunitensi (nostri primi compratori), seppur, con 2,7 milioni di euro di controvalore, ma anche dalla capacità dei nostri rivenditori di trovare sempre nuovi mercati di sbocco. In particolare il Sud Africa, divenuto con 1,6 milioni di euro il secondo importatore di tale tipologia merceologica, superando di colpo i due paesi maggiormente interessati fino allo scorso anno dopo gli USA, cioè il Regno Unito e il Canada, entrambi con cali piuttosto vistosi tra il 30% e il 40%. Altro paese che è tornato ad acquistate i nostri prodotti è la Francia, tornato ai livelli record del 2013 con poco meno di 600 mila euro, mentre non riusciamo a coinvolgere gli importatori tedeschi, che, con 900 mila euro, rimangono ben lontani dai 2,4 milioni di euro del 2013, che lo ponevano come primo mercato di sbocco della frutta e degli ortaggi lavorati della nostra provincia.

A sostenere le esportazioni trapanesi sono stati, come detto, anche tutta una serie di prodotti non food: in primis una classe di prodotti prima quasi inesistente, cioè i "Motori e generatori elettrici, le apparecchiature per la distribuzione dell'elettricità", che hanno inciso sulla crescita dell'export provinciale per quasi l'80%, divenendo, con 28 milioni di euro, la seconda voce dell'export totale della provincia, e che trae origine dalla capacità di alcune imprese del comparto di puntare sul mercato estero, riuscendone a fare, almeno in alcuni casi, la piazza di riferimento. L'abilità di queste imprese è tale da essere riuscite a vendere quasi esclusivamente in paesi prima inesistenti

per i nostri prodotti: le esportazioni hanno, infatti, interessato soprattutto l'Australia con 19,6 milioni di euro di controvalore (un dato così eccezionale da averlo fatto diventare il primo paese acquirente delle merci trapanesi con oltre 20 milioni di euro), Israele, con 4,8 milioni, la Malaysia e la Repubblica Dominicana, con oltre 1 milione di euro, mentre mostra un qualche interesse anche il Giappone con 700 mila euro di acquisti.

Altro settore non food che ha contribuito alla crescita dell'export provinciale, come già detto, è quello del commercio di prodotti di alta moda, probabilmente legata all'e-commerce, cioè gli "articoli di abbigliamento", la "pelletteria e le borse" e le "calzature", comparto in crescita costante dal 2011: complessivamente le esportazioni hanno toccato i 26,7 milioni di euro, con un incremento, rispetto all'analogo periodo del 2017, di oltre 1/5.

Le vendite di questo comparto continuano ad essere indirizzate quasi totalmente verso l'estremo oriente (Corea del Sud, primo mercato di sbocco con 10,5 milioni di euro di controvalore e quasi il 40% di quota di mercato, soprattutto per gli articoli di abbigliamento e la pelletteria e borse, nonostante tutto la stessa Hong Kong per tutte le tipologie merceologiche, con una quota di mercato del 36% e poco meno di 10 milioni di euro, e Singapore, soprattutto per la pelletteria e le borse, con poco più di 2 milioni di euro). Purtroppo sembra scemato l'interesse fin qui manifestato, soprattutto per pelletteria e borse e calzature, da parte degli Stati Uniti, essendosi più che dimezzati, anche in questo primo semestre, gli acquisti dei nostri prodotti, mentre sembrano praticamente sparite le vendite verso Giappone e Cina, ormai ridottesi a qualche centinaia di migliaia di euro.

Vale, infine, la pena evidenziare che un'analoga crescita ha riguardato le importazioni degli stessi prodotti, provenienti soprattutto dalla Francia (oltre i 3/4 della merce arriva da oltralpe) ma anche da Germania, Paesi Bassi e Belgio, mentre non accenna a riprendersi l'import dal Regno Unito, il cui controvalore nel 1° semestre di due anni fa era di ben 3 milioni di euro, pari a poco meno di ¼ degli acquisti trapanesi.

Purtroppo alcuni comparti evidenziano crisi profonde da cui faticano ad uscire, troppo condizionati dalla mancanza di mercati di sbocco: tra questi, quello che sembra attanagliato da una fase recessiva più pesante, anche per l'importanza del settore per l'economia di alcuni territori della provincia, è senz'altro quello lapideo e del marmo lavorato in particolare, che ha segnato, rispetto al primo semestre 2017, un ulteriore arretramento del 14% (oltre 2,5 milioni di euro la perdita, che ha ridotto le vendite dai 23 di due anni prima a poco meno di 16 milioni di euro di questa prima parte dell'anno), che e che trova origine soprattutto dal crollo senza interruzioni degli acquisti da parte del principale acquirente, cioè l'Arabia Saudita, che non accenna ad interrompere il ciclo negativo degli ultimi anni con un calo di 1/5 del loro valore, portando il controvalore degli acquisti

dalle nostre imprese dai quasi 14 milioni del 2013 ai 4 milioni di quest'anno (la perdita complessiva nei 4 anni è superiore al 70%).

Anche quello che è diventato il principale mercato di sbocco del nostro marmo lavorato, cioè il Marocco, ha fatto segnare un calo piuttosto marcato del 20%, riducendo il controvalore degli acquisti di marmo trapanese dai 7,2 milioni di euro del 2017 ai 5,7 di quest'anno, mentre rimangono sostanzialmente stabili le esportazioni verso il Kuwait, terzo acquirente per controvalore con 2,4 milioni di euro. Evidenziano un ritorno di interesse sia gli Emirati Arabi che il Qatar (con incrementi tra il 12% e il 25%) portando il controvalore dei loro acquisti al di sopra della soglia del milione di euro.

Anche le vendite all'estero del marmo grezzo, che spesso ha rappresentato una boccata d'ossigeno per il comparto, nonostante la scarsità di potenziali acquirenti, hanno registrato in questo scorcio di anno un netto calo del 30% circa, passando dai 4 milioni del 2017 ai 2,8 milioni di euro di quest'anno, a causa del dimezzamento degli acquisti del principale e quasi unico mercato di sbocco delle nostre merci, cioè l'India.

La scarsità di mercati di sbocco è anche il motivo principale della difficoltà ad uscire dalla crisi incontrata da diverso tempo da uno dei nostri prodotti tipici: il gambero rosso di Mazara. Purtroppo si subiscono gli andamenti dell'unico mercato di sbocco, cioè la Spagna, che con poco più di 4 milioni di euro ha raggiunto il minimo storico di acquisti di gambero mazarese. Unica nota positiva un ritorno di interesse per il nostro prodotto da parte della Grecia, che ha più che raddoppiato gli acquisti, seppur a livelli ancora piuttosto modesti, poco più di 600 mila euro. La perenne carenza di rapporti economici con altri paesi rende particolarmente difficile l'inversione di una tendenza in atto da 13 anni, avendo peraltro come unici paesi di riferimento due tra i più in crisi dell'area euro.

Sempre restando in tema di prodotti agroalimentari, anche le esportazioni olearie non accennano a riprendersi, facendo segnare un calo del 9% (da 6,9 a 6,2 milioni), rimanendo anch'esse condizionate pesantemente dalla scarsità dei mercati di sbocco. Gli Stati Uniti, nostro mercato di riferimento, hanno, infatti, registrato un calo degli acquisti del nostro olio di ben il 24%, mentre non accenna a riprendersi quello che fino a un paio di anni fa era il nostro secondo mercato di riferimento, cioè il Canada. Pur mantenendo il livello di export, attorno ai 600 mila euro di controvalore, non riusciamo a sfondare sul mercato nipponico, che rimane, assieme ai due nordamericani, uno dei pochi paesi interessati al nostro olio.

Vale la pena, infine, evidenziare un fenomeno che caratterizza il commercio estero della provincia di Trapani: l'import di pesce lavorato e conservato, arrivato a superare la soglia dei 40 milioni di euro in un semestre e che rappresenta ben il 43% degli oltre 95 milioni importati da tutta la regione. L'aspetto negativo del fenomeno è che nella stragrande maggioranza dei casi si tratta di

pesce congelato di bassa qualità, proveniente dagli oceani e da paesi poco attenti ai metodi di congelamento e con processi produttivi caratterizzati da poca attenzione per l'igiene, che va a finire sulle nostre tavole o nei nostri ristoranti, finendo per fare concorrenza al nostro stesso pescato, che esportiamo in misura assolutamente residuale. Ben il 60% proviene infatti da Vietnam (ben 7,5 milioni), Thailandia (4 milioni di euro), Ecuador, Senegal, Papua Nuova Guinea, Filippine, Indonesia e Cina, mentre solo il 20% proviene dall'area Euro a 19, con in testa la Spagna, con 6,3 milioni di euro.

IL MERCATO DEL LAVORO

Nel corso del 2017, il numero di occupati nella nostra provincia si è sostanzialmente mantenuto sugli stessi livelli del 2016, anno in cui si era registrato un netto calo del 6,6%, passando dai 113 mila agli oltre 112 mila (riduzione influenzata da due dei settori più in crisi di questi ultimi anni, cioè l'Agricoltura e le Costruzioni).

Sostanzialmente in linea con i livelli occupazionali dell'anno precedente il manifatturiero (con 10 mila unità) e gli altri servizi che, con 58 mila lavoratori (comprendono i dipendenti pubblici), rappresentano oltre il 50% di tutti gli occupati in provincia. La situazione complessiva non risulta particolarmente compromessa grazie al netto recupero di lavoratori di "Commercio, alberghi e ristoranti", passati dai 23 mila del 2016 ai 27 mila dello scorso anno.

Il lieve calo di occupati ha prodotto un leggero ridimensionamento di tutti i tassi di occupazione sia totale che per sesso: il tasso di occupazione dei soggetti di 15-64 anni della nostra provincia, ridottosi ulteriormente, rispetto all'anno precedente, di dello 0,2% al 39,6%, risulta più basso di 1 punto percentuale rispetto al dato medio siciliano (pari al 40,6%) e distante quasi 20 punti percentuali da quello medio nazionale, soprattutto a causa della riduzione di mezzo punto percentuale di quello maschile, mentre quello femminile si è ridotto in misura molto limitata dello 0,1%. Entrambi i tassi risultano nettamente al di sotto dei rispettivi tassi regionali (51,5% contro 52,3% il primo, 27,7% contro 29,2% il secondo) e tristemente penultimi nella graduatoria provinciale della Sicilia.

Il calo occupazionale ha interessato un po' tutte le età, tranne quella dei 45-54 anni, l'unica che ha registrato un incremento, mentre risultano particolarmente pesanti le riduzioni delle classi più giovani, in particolare quella dei 25-34 anni (con un calo di ben 6,5 punti percentuali), probabilmente più coinvolti negli strumenti agevolativi di due anni prima e che adesso hanno subito un contraccolpo a causa della fine o almeno della riduzione delle agevolazioni.

Ridimensionata, probabilmente per gli stessi motivi, anche la partecipazione al mondo del lavoro dei giovani con meno di 30 anni, appena poco più di 1/5 di essi risulta occupato (contro circa il

30% dei loro coetanei italiani) e, unica magra consolazione, più di quanto avviene in media nella nostra regione (nel 21,1% dei casi contro il 19,3% dei siciliani).

Il dato eclatante di questa annata è che le persone in cerca di occupazione hanno registrato un balzo di circa 5 mila unità, passando dai 31 mila del 2016 al livello record di ben 36 mila unità, fatto questo che va letto positivamente trovando giustificazione nell'analogo crollo degli inattivi, passati da 137 a 131 mila in un anno. Va infatti ricordato che un aumento della disoccupazione, se accompagnato da una diminuzione dell'inattività, è una buona notizia, visto che persone prima scoraggiate potrebbero essersi finalmente mosse alla ricerca di un lavoro. Conseguentemente il tasso di disoccupazione trapanese ha subito un balzo non indifferente, essendo passato dal 21,2% del 2016 al 24,4% dello scorso anno, ad un livello nettamente più elevato non solo di quello medio nazionale, pari all'11,2%, ma anche regionale (al 21,5%). Il netto incremento ha riguardato i tassi di disoccupazione di entrambi i sessi, dal 20% al 22,3% per i maschi e dal 23,4% al 27,9% per le femmine, ma anche dei giovani con meno di 30 anni, che hanno visto crescere il loro tasso di disoccupazione dal 38,7% al 42,4% in un solo anno, pur rimanendo uno dei più bassi in tutta la regione.

Vale infine la pena evidenziare che, per il terzo anno consecutivo, la popolazione attiva (da occupata o da disoccupata) della nostra provincia è risultata maggiore di quella inattiva, 148 mila contro 131 mila unità.

Il contesto normativo

Le Camere di Commercio si trovano 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.

Il quadro giuridico in cui si trova ad operare la Camera di commercio di Trapani appare particolarmente agitato, caratterizzato da una copiosa ed eterogenea produzione normativa, che ha risentito sia del clima di forte incertezza politica, sia della crisi economica e finanziaria.

In questo contesto l'emanazione del Decreto del Ministro dello Sviluppo Economico dell'8 agosto 2017, inerente la rideterminazione delle circoscrizioni territoriali, rappresenta l'ultimo degli atti normativi che hanno interessato le Camere di commercio, facendo seguito al D.Lgs. 219 del 25 novembre 2016, inerente il riordino delle funzioni e del finanziamento delle Camere e al D.L. n.90/2014, convertito nella legge 114 del 11 agosto 2014, in cui ha trovato definitiva conferma la riduzione del diritto annuale che per il 2018, ormai a regime, sarà pari al 50%. Non bisogna

trascurare che a causa della crisi economica, inoltre, negli ultimi anni le imprese versano poco più del 50% del diritto annuale previsto, comportando ulteriori difficoltà nelle attività di incasso e di gestione finanziaria e disavanzi strutturali.

Il diritto annuale, infatti, 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.

Tuttavia la legge di Bilancio 2018 – Legge 27 dicembre 2017 n.205 – all'art.1 comma 784 ha stabilito che le Camere di commercio i cui bilanci presentano squilibri strutturali in grado di provocare il dissesto finanziario, possano adottare programmi pluriennali di riequilibrio finanziario, condivisi con le regioni, nei quali prevedere l'aumento del diritto annuale fino ad un massimo del 50%. Aumento che deve essere autorizzato dal Ministro dello sviluppo economico. Il presente programma di risanamento che consentirà il riequilibro finanziario per le Camere di commercio della Sicilia è correlato all'istituzione normativa del Fondo Pensionistico per i dipendenti delle CCIAA assunti prima del 1996. Allo stato attuale infatti la Camera di commercio di Trapani si trova in carico la gestione di 60 pensionati a fronte di 38 dipendenti in servizio, con una conseguente spesa per gli ex dipendenti in quiescenza in aumento ed evidenti ripercussioni gestionali per il personale in servizio in termini di carichi di lavoro non potendo assumere nuovo personale fino al 31/12/2020. Secondo il presente programma di pluriennale di riequilibrio finanziario lo stesso potrà essere conseguito con l'esercizio 2022 e si potranno pertanto autofinanziare le proprie attività.

Non bisogna dimenticare che a questi aspetti si affianca la costante ricerca, perseguita già da alcuni anni, di economicità, efficacia ed efficienza dell'azione della Camera di commercio, anche attraverso il percorso di accorpamento con le Camere di commercio di Agrigento e Caltanissetta, per aumentare l'ambito dimensionale di intervento, in termini di imprese iscritte, e conseguire economie di scala. Tale percorso si è avviato con atto n. 60 del 04 dicembre 2014 dalla Giunta camerale di Trapani al Consiglio, per attivare il percorso nei tempi più rapidi possibili. 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, e con decreto 21 aprile 2015, il Ministro dello Sviluppo economico ha dato avvio al processo di aggregazione dei tre Enti camerali tuttora in atto.

In questo contesto, si fa presente che nel mese di novembre 2016 è scaduto il mandato del Consiglio Camerale della Camera di commercio di Trapani e che, in ottemperanza al citato decreto del Ministro dello sviluppo economico, lo stesso non è stato rinnovato ma andato in prorogatio in attesa di conoscere lo scenario futuro che si andrà a delineare con la costituzione del nuovo ente camerale.

Un ulteriore forte ostacolo è rappresentato dalle limitazioni della spesa relative ai consumi intermedi che non si traducono, 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.

A queste si aggiungono, 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. 31 maggio 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).

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), implicheranno 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.

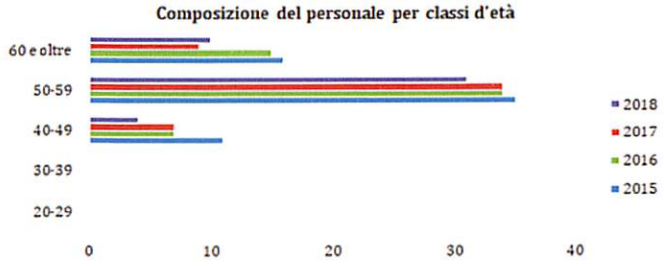
Il contesto interno

Le Risorse umane della Camera di commercio

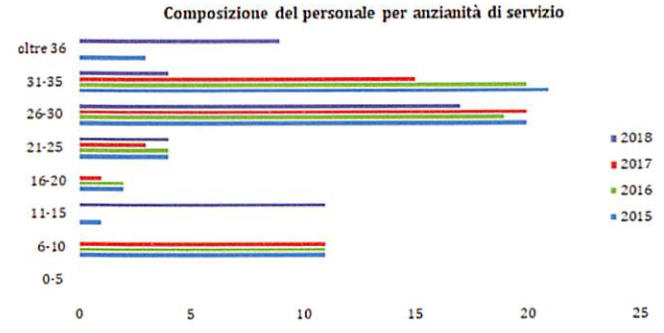
La struttura organizzativa dell'Ente al 31 dicembre 2018 può essere rappresentata come segue, facendo presente che vi sono stati 5 pensionamenti:

Composizione del Personale (31.12)								
Per Categoria	2015		2016		2017		2018	
	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini
Dirigenti	0	3	0	3	0	3	0	3
Funzionario	19	8	15	8	11	7	10	4
Istruttore	9	12	8	11	8	10	8	9
Collaboratore (T.D.)	7	0	7	0	7	0	7	0
Ausiliario (T.D)	1	3	1	3	1	3	1	3
Totale	36	26	31	25	27	23	26	19

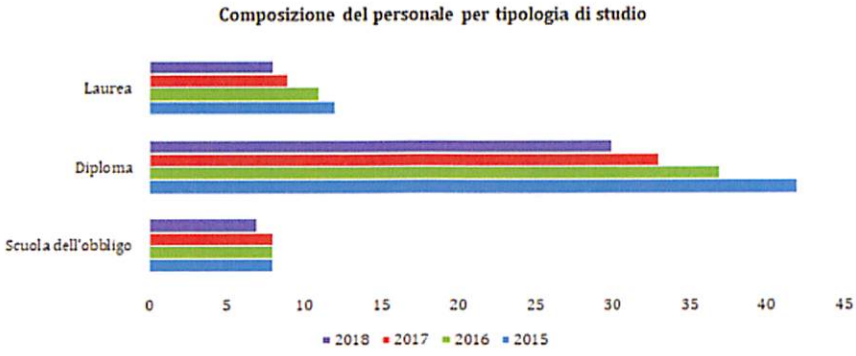
Composizione del Personale				
Per Classi d'età	2015	2016	2017	2018
20-29	0	0	0	0
30-39	0	0	0	0
40-49	11	7	7	4
50-59	35	34	34	31
60 e oltre	16	15	9	10
Totale	66	56	50	45



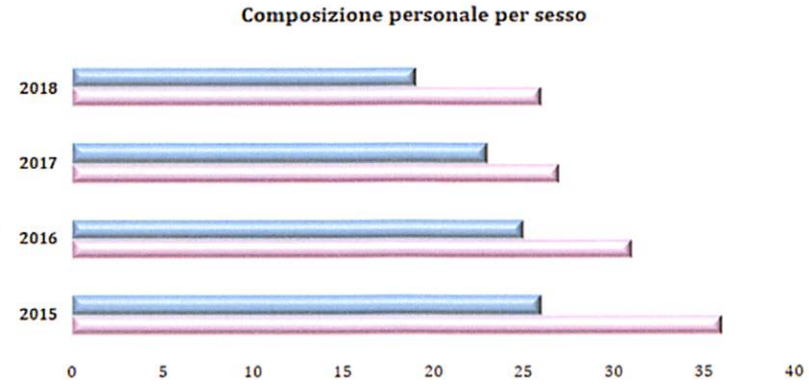
Composizione del Personale				
Per Anzianità di Servizio	2015	2016	2017	2018
0-5	0	0	0	0
6-10	11	11	11	0
11-15	1	0	0	11
16-20	2	2	1	0
21-25	4	4	3	4
26-30	20	19	20	17
31-35	21	20	15	4
oltre 36	3	0	0	9
Totale	66	56	50	45

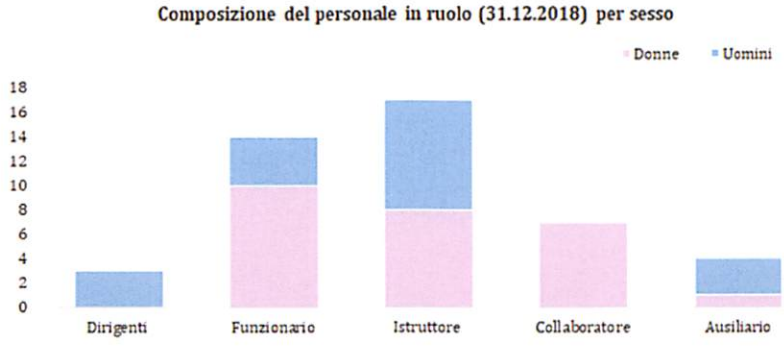


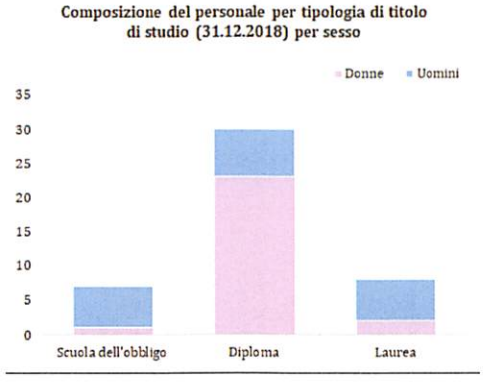
Composizione del Personale a Tempo Indeterminato								
Per Tipologia di Studio	2015		2016		2017		2018	
	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini
Scuola dell'obbligo	1	7	1	7	1	7	1	6
Diploma	29	13	25	12	23	10	23	7
Laurea	6	6	5	6	3	6	2	6
Totale	36	26	31	25	27	23	26	19



Le politiche di genere





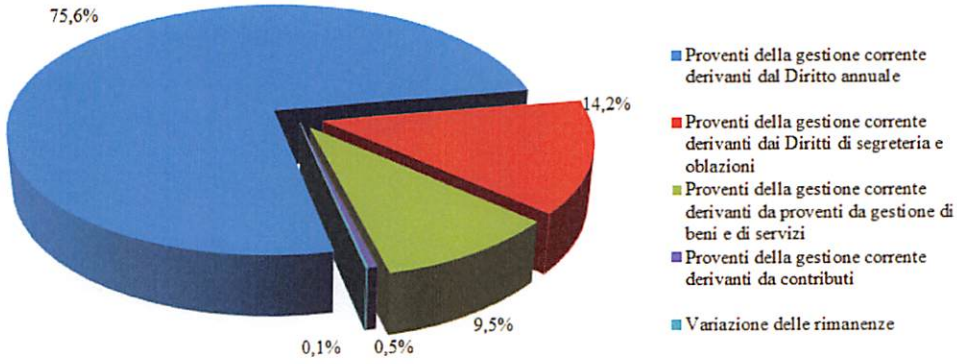


Le risorse economiche della Camera di commercio

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 2018.

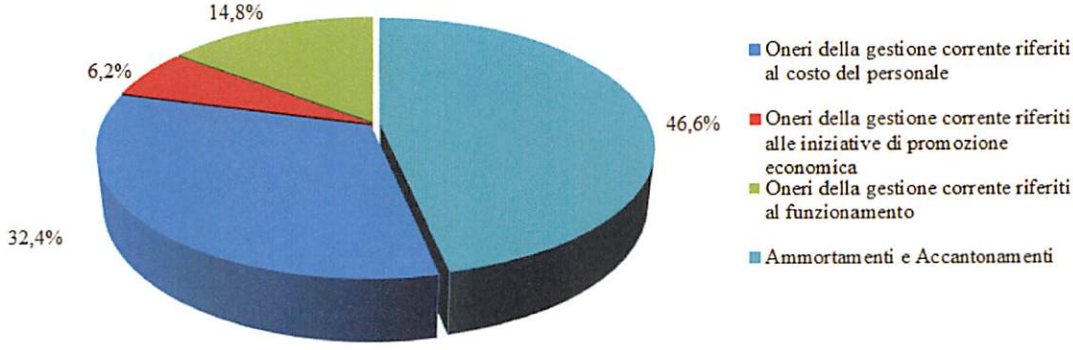
PROVENTI GESTIONE CORRENTE	Valore in €	%
Proventi della gestione corrente derivanti dal Diritto annuale	6.548.914	75,6%
Proventi della gestione corrente derivanti dai Diritti di segreteria e oblazioni	1.231.276	14,2%
Proventi della gestione corrente derivanti da gestione di beni e di servizi	826.828	9,5%
Proventi della gestione corrente derivanti da contributi	44.580	0,5%
Variazione delle rimanenze	6.682	0,1%

Composizione proventi gestione corrente (2018)



ONERI GESTIONE CORRENTE	Valore in €	%
Oneri della gestione corrente riferiti al costo del personale	2.919.341	32,4%
Oneri della gestione corrente riferiti alle iniziative di promozione economica	554.234	6,2%
Oneri della gestione corrente riferiti al funzionamento	1.333.117	14,8%
Ammortamenti e Accantonamenti	4.200.526	46,6%

Composizioni oneri gestione corrente (2018)



Di seguito si riepiloga l'ammontare delle risorse economiche, per interventi promozionali, erogate all'attuazione delle diverse linee strategiche per l'anno 2018:

Obiettivo Strategico	RISORSE
Promuovere e qualificare l'offerta turistica	13.450 €
Promuovere, valorizzare e tutelare le produzioni tipiche locali	46.831 €
Stimolare l'internazionalizzazione delle imprese	0
Creare un sistema imprenditoriale di qualità promuovendo la crescita del capitale umano	493.954 €
Promuovere la diffusione degli strumenti di giustizia alternativa	0
Rafforzare le attività di vigilanza e controllo e accrescere la trasparenza del mercato	0
TOTALE	**554.234 €**

Analisi del risultato economico

L'anno finanziario 2018 sotto l'aspetto economico e quindi in termini di Costi e Ricavi di competenza è stato caratterizzato da un avanzo economico di esercizio pari ad € 20.200,29. Nello specifico si riscontra un risultato della gestione corrente negativo (-348.938 €) generato soprattutto dal valore della voce inerente gli Ammortamenti e accantonamenti, in particolare per quanto riguarda l'accantonamento al Fondo Svalutazione Crediti per il Diritto annuale e l'accantonamento al fondo oneri pensioni.

Tale valore è però compensato dal risultato positivo della gestione straordinaria determinato in particolare dai proventi derivanti dal Diritto Annuale per gli anni precedenti.

Seconda Sezione

2.- La Strategia della Camera di commercio di Trapani

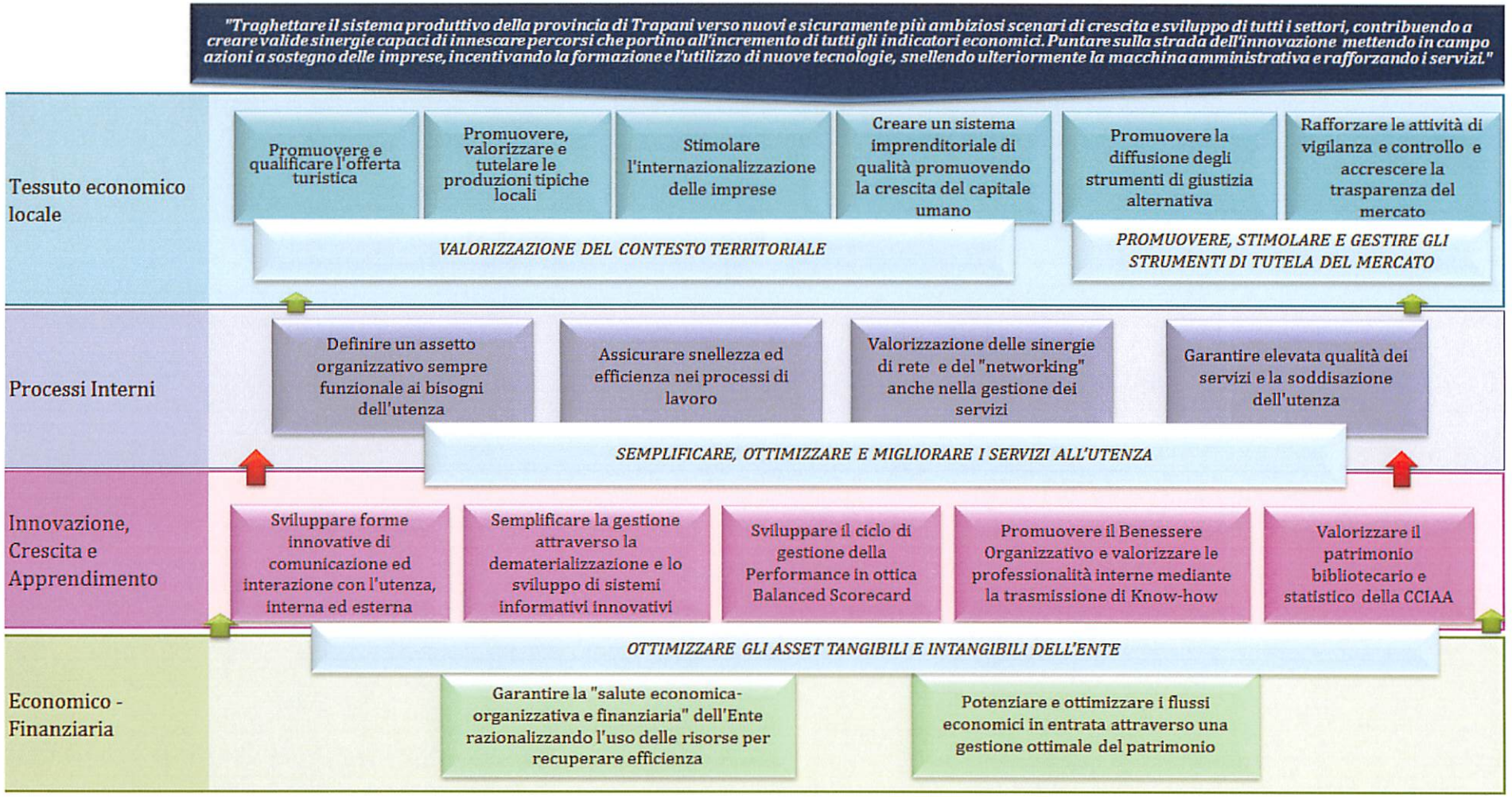
La Mappa Strategica

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 2018-2020, 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.


"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."
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

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 2018.

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 rendicontate 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 Promozione e attuazione di politiche di sviluppo, competitività e innovazione, di responsabilità sociale d'impresa e movimento cooperativo.

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 di commercio di Trapani, 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 la gestione del portale di informazioni sul territorio provinciale. È stato quindi gestito l'innovativo sistema WI-FI Free zone presente all'interno del centro storico della Città di Trapani al Museo Pepoli ed all'Aeroporto V.zo Florio di Trapani/Birgi, dando così la possibilità ai turisti in transito di fruire del servizio gratuito ma anche di scoprire le informazioni del portale www.trapaniclickandgo.it, presente anche sul sito internet del vettore aereo Ryanair.

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.

Obiettivo Strategico	**PROMUOVERE E QUALIFICARE L'OFFERTA TURISTICA**
Obiettivo	**Azioni/Progetti/Iniziative Realizzate**
Favorire il decollo di iniziative innovative per promuovere il turismo e la conoscenza delle attrattive provinciali	- Gestione del sistema di wi-fi free zone e del portale per la diffusione dei servizi turistici. Adesione progetto Wi.Fi.Italia.It - 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 2018 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").

A tal fine è stata portata avanti l'attività di Revisione del Piano di controllo del "Cappero di Pantelleria" ed è stata strutturata l'attività di controllo e certificazione dei prodotti di qualità in termini di organigramma e competenze al fine di assicurare uniformità di indirizzo e comportamento in ordine alla gestione delle attività e dei relativi piani di controllo. La Struttura di controllo è stata istituita con delibera di giunta n° 32 del 30/10/2018.

Inoltre, sempre al fine di promuovere e valorizzare le produzioni tipiche locali nel corso del 2018 la CCIAA di Trapani ha deciso di partecipare alla manifestazione denominata "COUS COUS FEST 2018", svoltasi dal 21 al 30 settembre 2018 a San Vito Lo Capo; e ha garantito la partecipazione di 12 aziende all'interno dei propri stand.

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 Strutturazione dell'attività di controllo e certificazione dei prodotti di qualità in termini di organigramma e competenze
Partecipazione a progetti e realizzazione di iniziative di promozione eno-gastronomica del territorio e delle eccellenze produttive	Sostegno alle aziende per la partecipazione a manifestazioni locali organizzate nel territorio con ricadute di rilievo: Cous Cous Fest

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

Anche nel 2018 la Camera ha cercato di portare avanti il proprio programma di sviluppo del sistema imprenditoriale e del capitale umano 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 l'azione camerale si è impegnata nel 2018 per:

- proseguire nel segmento tradizionale di preparazione e di abilitazione per l'accesso ad alcuni ruoli camerali;

- organizzare confronti, convegni, ecc. sui temi della formazione e del lavoro visti soprattutto nell'ottica delle esigenze delle imprese;
- attività convegnistiche e seminariali rivolte al sistema delle imprese ed ai loro consulenti, sui temi, di volta in volta più attuali, che vanno dalla fiscalità, alla gestione aziendale, all'approfondimento di nuove normative.

Nel corso del 2018 si è potenziata l'azione di stimolo dei percorsi di alternanza scuola-lavoro attraverso la costante collaborazione con le scuole e con le aziende locali per la realizzazione di progetti formativi e di orientamento che hanno previsto la realizzazione di stage, o presso le aziende o presso il nostro Ente.

In tale contesto si collocano i progetti "Orientamento e formazione al lavoro e Punto Impresa digitale" finanziati dall'incremento del 20% del diritto annuale camerale e realizzati grazie anche al supporto dell'Azienda Speciale.

Nell'ambito del progetto "Punto Impresa digitale" è stato attivato lo sportello PID che si è occupato di promuovere le attività volte alla digitalizzazione delle imprese e all'incremento della cultura 4.0 del tessuto imprenditoriale trapanese. Lo sportello PID in particolare ha monitorato la maturità 4.0 delle imprese della provincia ed il possibile sviluppo digitale di esse. Attraverso l'uso dello CRM (customer relationship management), è stato inviato alle aziende il test per il selfi4.0. Per la promozione dell'attività dello sportello e degli eventi è stata realizzata la pagina Facebook https://www.facebook.com/puntoimpresadigitaletrapani/.

Sono stati realizzati n. 4 eventi di promozione delle attività previste dai servizi Digitali camerali con Impresa 4.0. Complessivamente sono state erogate complessivamente 118 ore di formazione dai digital promoter e sono state coinvolte 111 imprese nelle attività di Assessment della maturità digitale. Inoltre nell'ambito del progetto Punti Impresa Digitale (PID), la Camera di Commercio di Trapani ha favorito la digitalizzazione delle imprese con un Bando denominato Voucher Digitali I4.0. con il quale sono state finanziate 8 aziende.

Per lo sviluppo del secondo progetto "Orientamento e formazione al lavoro", la Camera di commercio si è impegnata per realizzare iniziative volte a favorire sempre di più il collegamento tra formazione/orientamento/lavoro, puntando al rafforzamento dei processi operativi tra scuola, università e impresa. In particolare nel corso del 2018 ha provveduto a rafforzare il network territoriale tra il mondo della scuola e del lavoro, assumendo il ruolo di mediatore e facilitatore dei Percorsi di Alternanza scuola lavoro. Sono stati realizzati 2 eventi per la promozione del registro alternanza scuola lavoro presso l'Ente Camerale: "Camera Orienta", volto a promuovere l'orientamento e il programma Excelsior rimarcando l'importanza del registro dell'alternanza scuola lavoro e l'Alternanza Day. Sono stati realizzati due Premi Storie di Alternanza che hanno coinvolto

9 scuole. In collaborazione con l'Ufficio Regionale Scolastico Distretto di Trapani sono stati realizzati 4 incontri, uno presso l'Ente Camerale e 3 presso degli istituti della Provincia ubicati nei comuni di Petrosino, Castelvetrano e Alcamo per promuovere i percorsi di Impresa Simulata proposti dalla JA Italia con cui siamo convenzionati.

Nel corso del 2018 sono stati coinvolti 60 ragazzi di 4 Istituti diversi. Nell'ambito delle attività di alternanza scuola lavoro, i ragazzi coinvolti hanno gestito, organizzato e curato le pagine Facebook di promozione sia dell'alternanza che del PID. Inoltre sono stati formati per la gestione degli eventi dalla fase organizzativa a quella esecutiva. Hanno anche gestito le dirette facebook realizzate con più webcam e una regia. Sono stati emessi due bandi semestrali che hanno assegnato 102.500 euro alle imprese richiedenti per un totale di 71 imprese beneficiarie.

Al fine di promuovere l'Alternanza Scuola Lavoro quale collettore di soft skill positive e creare un network di tutte le esperienze di alternanza Provinciale dei ragazzi frequentanti il 3, 4 e 5 anno degli Istituti Superiori, è stata creato una pagina Facebook dove vengono pubblicate tutte le iniziative e le storie di alternanza degli Istituti che partecipano al network https://www.facebook.com/Storiealternanza nell'intento di accrescere il bagaglio conoscitivo dei futuri lavoratori di domani.

Nel corso dell'anno è proseguita l'attività dello sportello FILO (Formazione Imprenditorialità Lavoro Orientamento) che ha fornito assistenza a circa 300 utenti

Obiettivo	Azioni/Progetti/Iniziative Realizzate
Migliorare la competitività del tessuto produttivo provinciale e stimolare l'innovazione delle imprese della provincia	Progetto "Orientamento e formazione al lavoro" Progetto "Punto Impresa digitale" Sportello FILO

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. È 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 Servizi Amministrativi e Finanziari Azienda Speciale
Risorse finanziarie (in termini di cassa-uscite)	€ 610.445,41
Risorse economiche di competenza (Interventi Promozionali)	€ 554.234,00

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.

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.

Per questo motivo nel corso del 2016 la Camera di Trapani ha partecipato al progetto del fondo Perequativo "Potenziamento dei servizi di mediazione e attivazione degli organismi per la composizione delle crisi da sovraindebitamento", consolidando il proprio impegno sui temi della giustizia alternativa, allargando e approfondendo l'ambito di azione, anche in vista dell'ampliamento delle competenza attribuite con la legge n. 3 del 27 gennaio 2012 agli uffici camerali, e in particolare agli organismi di conciliazione, in materia di risoluzione delle crisi da sovraindebitamento. Nell'ambito di tale progetto è stato costituito il nuovo organismo per la composizione delle crisi da sovraindebitamento, al quale possono rivolgersi piccoli imprenditori e consumatori che si trovano in una situazione debitoria per formulare una proposta di accordo con i creditori o, nel caso del consumatore, in alternativa all'accordo, per presentare un piano di ristrutturazione dei debiti.

Nel corso del 2018 sono state gestite 39 conciliazioni e 231 mediazioni, inoltre si è provveduto a realizzare un evento informativo sulla mediazione per uniformare la condotta dei mediatori

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
Formazione e aggiornamento dei mediatori	Esame mediatori

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

In materia di vigilanza, nel 2018 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 2018, 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	Attività ispettiva e di vigilanza Sopralluoghi centri tecnici abilitati al montaggio di cronotachigrafi Verifiche strumenti di pesatura e strumenti di misurazione liquidi diversi dall'acqua.

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 diretta alla cancellazione dal Registro, delle imprese

individuali, delle società di persone (dpr 247/2004) e delle società di capitali 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. Nel corso dell'anno si è proceduto inoltre con la verifica dinamica dei requisiti dei mediatori, con l'aggiornamento della modulistica inerente il ruolo conducenti e ruolo mediatori e si è provveduto a realizzare 2 sessioni di esami per periti ed esperti.

Si è puntato, raggiungendo con successo i risultati prefissati, al contenimento dell'aumento dei tempi di lavorazione delle pratiche del registro imprese, dell'albo artigiani, in considerazione della fuoriuscita di 4 persone dall'Area Anagrafica, e si è conseguito l'obiettivo di riduzione dei tempi medi di emissione dei verbali di accertamento.

È proseguita l'attività di rilascio degli SPID, sistema che consente a cittadini e imprese di accedere ai servizi on line della pubblica amministrazione senza dover fare più registrazioni e quindi dover gestire più account e password, con un volume di rilasci pari a 60 SPID. Con la diffusione dello SPID si garantisce un importante contributo alle politiche messe a punto dal Governo per semplificare la vita delle imprese e rendere più snello e fluido il rapporto con la Pubblica Amministrazione.

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
	Sessioni d'esame per periti ed esperti Revisione dei contenuti del sito e della modulistica Verifica dinamica requisiti mediatori Esami mediatori ed esami conducenti
Elevare lo standard qualitativo e quantitativo dei servizi camerali	Riduzione dei tempi di emissione dei verbali di accertamento. Contenimento dell'aumento dei tempi di lavorazione delle pratiche del Registro Imprese e dell'Albo Artigiani Attività di affiancamento all'utenza per il rilascio di SPID

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 oltre che dei tempi di emissione dei verbali di accertamento
Stakeholder	Imprese, cittadini, Istituzioni locali, lavoratori autonomi
Strutture Interne Coinvolte	Area Affari Generali - Inforcenter - Regolazione e Tutela del Mercato Area Anagrafica
Risorse finanziarie (in termini di cassa-uscite)	1.112.224,20 € (divisione 1) - € 543.744,97 (divisione 4)
Risorse economiche di competenza (Interventi Promozionali)	€ -

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.

Obiettivo	Azioni/Progetti/Iniziative Realizzate
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)	€ 0
Risorse economiche di competenza (Interventi Promozionali)	-

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 2018. 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. Dal 2015 al 2018, inoltre, a causa della fuoriuscita di numerosi dipendenti per pensionamento, è stato opportuno rivedere più volte l'assetto organizzativo per redistribuire le attività e il personale all'interno delle aree.

Infine in funzione della appena citata riduzione dell'organico camerale, con Delibera Presidenziale n. 1 del 17 ottobre 2016, la Camera di Commercio ha affidato all'Azienda Speciale "Servizi alle Imprese" la fase istruttoria/promozionale dei seguenti servizi: Servizio "Ambiente" (SISTRI, MUD, RAEE, Registro PILE); Promozione ed organizzazione eventi (Mostre e Fiere) e contributi alle Aziende; Certificazione commercio estero; Segreteria di Direzione e Supporto agli Organi Istituzionali (esclusivamente per la parte inerente la Segreteria di Presidenza); Attività di promozione del nuovo servizio Alternanza Scuola Lavoro; Supporto servizi informatici della Camera di Commercio di Trapani.

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. Il processo di accorpamento non si è ancora concluso.

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 2018, 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 2018 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. In particolare sono state sviluppate specifiche pagine Facebook per promuovere la diffusione delle iniziative relative i percorsi di orientamento al lavoro e il punto impresa digitale.

Un altro strumento di comunicazione, informazione e supporto all'utenza è rappresentato dal sito internet camerale che nel corso del 2018 è stato ulteriormente sviluppato e potenziato, sia dalla Camera di commercio che dall'Azienda Speciale, 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 del recente D.Lgs. n. 97/2016) 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 2018 la Camera di commercio di Trapani ha provveduto ad approvare il "Piano Triennale di prevenzione della corruzione e della Trasparenza", 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, come ogni anno dal 2014, nel 2018 la Camera di commercio di Trapani ha provveduto alla predisposizione della Relazione della Performance sull'anno 2017, documento che rendiconta i risultati conseguiti nel corso del 2017 rispetto a quanto prefissato nell'ambito del Piano della Performance 2017-2019. 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 e pagine Facebook 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 Piano Triennale di Prevenzione della corruzione e della Trasparenza

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 2018 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.

Obiettivo operativo	Azioni/Progetti/Iniziative Realizzate
Dematerializzazione delle procedure	Diffusione dell'utilizzo della pec Costante aggiornamento Albo on-line
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 2018 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. In tal senso, al fine di estendere la metodologia finora adottata anche all'Azienda Speciale Servizi alle Imprese, nel mese di dicembre 2018 è stato adottato il Sistema di Misurazione e Valutazione del personale dell'azienda speciale, che si integra e allinea con il Ciclo della Performance definito dall'Ente Camerale.

L'Ente Camerale ha inoltre fornito tutti i dati funzionali alla rilevazione dei sistemi di benchmarking promossi da Unioncamere: Pareto e Kronos.

Pareto è un set di indicatori per il benchmarking, pensato come supporto per i processi di pianificazione e controllo delle CCIAA, al fine di favorire la rilevazione delle dinamiche gestionali (costi, volumi di attività, massa critica e qualità dei servizi), la comprensione del loro posizionamento rispetto a diverse dimensioni di performance, l'individuazione di aree di ottimizzazione e di razionalizzazione e, quindi, di elementi utili a comporre il quadro della pianificazione strategica, operativa ed economico-finanziaria. Kronos rappresenta un sistema di contabilizzazione dei processi grazie al quale viene quantificato l'assorbimento di costi e personale (in termini di FTE) dei processi camerali, configurandosi come un vero sistema di contabilità analitica per processi.

I due sistemi insieme consentono di effettuare analisi di efficacia ed economicità dei servizi erogati e dei processi camerali.

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 Approvazione Sistema di Misurazione e Valutazione personale Azienda Speciale Rilevazioni di Benchmarking: Pareto e Kronos

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 2018 è proseguito lo sforzo della Camera per la professionalizzazione del proprio personale, pur a fronte dei drastici tagli alla spesa, garantendo la totale formazione del personale camerale, con un monte ore complessivo di circa 330 ore di formazione.

Alla luce dei pensionamenti avvenuti nel corso degli ultimi due anni, 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 il rinnovo del CUG per le pari opportunità, la valorizzazione del benessere di chi lavora e contro le discriminazioni della Camera.

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 Attività del Cug

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. È stata quindi cura dell'Ente nel corso del 2018 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.

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

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)	€ 2.403.108,39

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.

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 Servizi Amministrativi e Finanziari Azienda Speciale
Risorse finanziarie (in termini di cassa-uscite)	€ 610.445,41
Risorse economiche di competenza (Interventi Promozionali)	€ 554.234,00

Indicatore e algoritmo	Valenza indicatore	Risultato Ottenuto 2018	Risultato Atteso 2018	% Realizzazione	Tipologia Indicatore	Unità di misura	Fonte
Flusso turistico (arrivi) nell'anno X/Flusso turistico (arrivi) nell'anno X-1	Sviluppo temporale del flusso	1	≥ 1	96%	Outcome	Numero	Banche dati Provincia
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	Grado di adesione delle imprese della provincia al sistema "Olio extra-vergine Valli Trapanesi"	1,16	≥ 1	100%	Risultato	Numero	Rilevazione Interna
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	Grado di adesione delle imprese della provincia al sistema "Cappero di Pantelleria"	1,02	≥ 1	100%	Risultato	Numero	Rilevazione Interna
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	Grado di adesione delle imprese della provincia al sistema "Sale marino di Trapani"	1,00	≥ 1	100%	Risultato	Numero	Rilevazione Interna
Percentuale realizzazione dei progetti inerenti la maggiorazione del Diritto Annuale	Progetti inerenti la maggiorazione del Diritto Annuale	100%	100%	100%	Risultato	Percentuale	Rilevazione Interna

Missione 012 - Regolazione dei mercati

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

Strutture Interne Coinvolte	Area Affari Generali - Inforcenter - Regolazione e Tutela del Mercato Area Anagrafica
Risorse finanziarie (in termini di cassa-uscite)	1.112.224,20 € (divisione 1) - € 543.744,97 (divisione 4)
Risorse economiche di competenza (Interventi Promozionali)	€ -

Indicatore e algoritmo	Valenza indicatore	Risultato Ottenuto 2018	Risultato Atteso 2018	% Realizzazione	Tipologia Indicatore	Unità di misura	Fonte
N° conciliazioni/mediazioni gestite nell'anno X/N° conciliazioni/mediazioni gestite nell'anno X-1	Grado di diffusione del servizio di conciliazione e mediazione nel tessuto economico locale	103%	100%	100%	Risultato	Numero	ConciliaCamere
N° procedure concluse con esito positivo/Totale procedure concluse	Livello di qualità delle conciliazioni gestite	18%	20%	89%	Efficacia	Percentuale	ConciliaCamere
N° ispezioni/verifiche (metrico) realizzate nell'anno X /N° ispezioni/verifiche (metrico) realizzate nell'anno X -1	Sviluppo temporale del numero di ispezioni/verifiche realizzate (metrico)	1,16	0,50	100%	Risultato	Numero	Eureka
N° ispezioni/verifiche realizzate nell'anno X (Sicurezza Prodotti)	Incremento del numero di ispezioni/verifiche realizzate (Sicurezza prodotti)	2	2	100%	Risultato	Numero	Eureka
Tempi medi di lavorazione delle pratiche RI anno X/Tempi medi di lavorazione delle pratiche RI anno X-1	Riduzione dei Tempi medi di lavorazione delle pratiche Registro Imprese	1,16	1,75	100%	Qualità	Numero	Priamo
Tempi medi di lavorazione delle pratiche Albo Artigiani anno X/Tempi medi di lavorazione delle pratiche Albo Artigiani anno X-1	Riduzione dei Tempi medi di lavorazione delle pratiche Albo Artigiane	1,84	1,25	53%	Qualità	Numero	Priamo

Per quanto riguarda i tempi di lavorazione delle pratiche Albo Artigiani che presenta una percentuale di realizzazione del 53%, l'allungamento dei tempi è stato determinato dal fatto che per circa 3 mesi non è stato nominato il commissario straordinario.

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)	-
Risorse economiche di competenza (Interventi Promozionali)	-

Indicatore e algoritmo	Valenza indicatore	Risultato Ottenuto 2018	Risultato Atteso 2018	% Realizzazione	Tipologia Indicatore	Unità di misura	Fonte
Fatturato da esportazioni delle imprese trapanesi anno X/Fatturato da esportazioni delle imprese trapanesi anno X-1	Sviluppo temporale del fatturato da esportazioni delle imprese trapanesi	1,10	1	100%	Outcome	Numero	Banca dati Istat
N° utenti serviti allo sportello internazionalizzazione (world pass) nell'anno X/N° utenti serviti allo sportello internazionalizzazione (world pass) nell'anno X-1	Grado di attrattività dello sportello internazionalizzazione (world pass)	1	1	100%	Risultato	Numero	Rilevazione Interna

Missione 032 - Servizi Istituzionali e generali delle Amministrazioni Pubbliche.

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

Indicatore e algoritmo	Valenza indicatore	Risultato Ottenuto 2018	Risultato Atteso 2018	% Realizzazione	Tipologia Indicatore	Unità di misura	Fonte
(fte x 100 ispezioni)/Numero di ispezioni e verifiche metriche evase (effettuate) nell'anno	Miglioramento Efficienza Processo C.2.6. Attività in materia di metrologia legale	0,39	0,84	100%	Efficienza	Numero	Eureka
(fte x 1.000 righe)/Numero di scritture contabili registrate (numero righe libro giornale) nell'anno	Miglioramento Efficienza Processo B.3.2 Gestione Contabilità e Liquidità	0,26	0,40	100%	Efficienza	Numero	Oracle
(fte x 10 delibere)/Numero di delibere di Giunta e di Consiglio pubblicate nell'anno	Miglioramento Efficienza Processo A.2.1. Supporto Agli Organi Istituzionali	0,25	0,37	100%	Efficienza	Numero	Libranet
Tempestività di pagamento delle fatture passive	Tempi medi di pagamento fatture passive	17,07	29	100%	Qualità	Giorni	Oracle
Efficacia di pagamento delle fatture passive	% fatture pagate entro 30 gg dal ricevimento	88%	75%	100%	Qualità	Percentuale	Oracle
Servizio ricevuto in termini di Cortesia e rispetto verso l'utente: Percentuale di giudizi pari a buono	Grado di soddisfazione degli utenti sui servizi resi allo sportello	88%	75%	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		88%	75%	100%	Qualità	Percentuale	Indagini di customer
N° attività realizzate (Trasparenza)/N° attività previste nel Piano della Trasparenza	Grado di realizzazione delle attività previste all'interno del Piano Triennale della Trasparenza	100%	80%	100%	Efficacia	Percentuale	Sito camerale
N° attività realizzate (Anticorruzione)/N° attività previste nel Piano Anticorruzione	Grado di realizzazione delle attività previste all'interno del Piano Triennale Anticorruzione	100%	80%	100%	Efficacia	Percentuale	Sito camerale
Punteggio ottenuto Check-Up anno X	Livello raggiunto di maturità del ciclo di gestione della performance	2,50	2,50	100%	Risultato	Numero	Rilevazione Interna
Costi di funzionamento anno X/Costi di funzionamento anno X-1	Andamento temporale dei costi di funzionamento	1,01	1	99%	Efficienza	Numero	Bilancio d'esercizio
Costi di struttura [(Oneri della gestione corrente: C/E-B) - (Costo per gli interventi economici: C/E-B8)]/Proventi della Gestione Corrente	Incidenza dei costi di struttura rispetto ai Proventi correnti	98%	75%	70%	Efficienza	Percentuale	Bilancio d'esercizio
Oneri correnti delle Funzioni I A e B/Oneri Correnti	Incidenza dei costi delle aree che hanno la competenza sulla guida e sul funzionamento della CCIAA rispetto agli oneri correnti	70%	70%	100%	Efficienza	Percentuale	Bilancio d'esercizio
Costi energia elettrica anno X/Costi energia elettrica anno X-1	Andamento temporale dei costi di energia elettrica	0,72	1	100%	Efficienza	Numero	Bilancio d'esercizio

IL PRESIDENTE
(Comm. Giuseppe Pace)

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