
Il Piano della Performance

CCIAA di Chieti

Sommario

1. Presentazione del Piano e Indice.....	3
2. Sintesi delle informazioni di interesse per i cittadini e gli stakeholder esterni.....	5
a. Chi siamo	5
b. Cosa facciamo	5
c. Come operiamo	7
3. Identità.....	9
a. L'amministrazione "in cifre"	10
b. Mandato istituzionale e Missione.....	10
c. Albero della performance.....	13
4. Analisi del contesto (SWOT analysis).....	14
a. Analisi del contesto esterno.....	14
b. Analisi del contesto interno	18
5. Obiettivi strategici.....	22
6. Dagli obiettivi strategici agli obiettivi operativi.....	23
a. Obiettivi assegnati al personale dirigenziale.....	28
7. Il processo seguito e le azioni di miglioramento del Ciclo di gestione della Performance	28
a. Fasi, soggetti e tempi del processo di redazione del Piano.....	28
b. Coerenza con la programmazione economico-finanziaria e di bilancio	29
c. Azioni per il miglioramento del Ciclo di gestione delle performance.....	30
8. Allegati tecnici.....	30

1. Presentazione del Piano e Indice

L'evoluzione della pubblica amministrazione, da un modello puramente erogatore di servizi a soggetto capace di interagire con tutti gli Organismi siano essi istituzionali che economici presenti sul territorio, ha fatto sì che l'Ente assumesse impegni concreti in termini di definizione di linee strategiche e programmatiche attraverso la cui attuazione compiere il pieno raggiungimento della propria mission istituzionale.

Il programma di azione della Camera di Commercio trae le proprie mosse da alcuni punti fondamentali: da un lato la necessità di assicurare l'efficienza dell'azione amministrativa per garantire all'utente/cliente servizi di qualità, da cui deriva l'obbligo di investire nell'organizzazione interna per la semplificazione, l'ammodernamento e lo snellimento delle procedure, dall'altro la necessità di sostenere ed accrescere la competitività del tessuto economico imprenditoriale con azioni in grado di contrastare il particolare momento congiunturale. Sono state quindi individuate, nell'ambito dei documenti di programmazione dell'ente, le seguenti priorità strategiche di intervento:

Macro area strategica di intervento	Priorità strategiche di intervento
Sviluppo delle attività promozionali	– L'innovazione ed il trasferimento tecnologico alle PMI – La formazione delle risorse umane – La promozione della qualità – Il monitoraggio economico – Il marketing turistico territoriale
Semplificazione amministrativa e implementazione azioni di supporto tese al miglioramento dell'efficienza amministrativa	– La semplificazione amministrativa – La promozione dell'immagine dell'Ente – Il miglioramento della dotazione infrastrutturale – La razionalizzazione dei costi di funzionamento – La valorizzazione del personale – Il servizio di controllo di gestione
Attuazione Sportello Unico per le attività produttive	– Intensificazione e monitoraggio sulla diffusione degli sportelli unici sul territorio
Sviluppo dei servizi di giustizia alternativa	– La regolazione del mercato
L'Internazionalizzazione	– L'Internazionalizzazione
L'orientamento al lavoro ed all'imprenditoria	– L'orientamento al lavoro ed all'imprenditoria

L'assistenza alle imprese	– L'innovazione tecnologica
---------------------------	-----------------------------

Secondo quanto previsto dall'art.10 comma 1 del D.Lgs. 27 ottobre 2009 n. 150 il presente Piano della Performance ha lo scopo di assicurare “la qualità, la comprensibilità ed attendibilità dei documenti di rappresentazione della performance”. La “qualità della rappresentazione della performance” viene garantita attraverso l'esplicitazione del processo e delle modalità attraverso le quali sono stati formulati gli obiettivi di questa Amministrazione e la loro articolazione. La “comprensibilità della rappresentazione della performance” viene garantita dal presente documento attraverso l'esplicitazione del legame tra i bisogni della collettività, la missione istituzionale, le priorità politiche, le strategie, gli obiettivi e gli indicatori dell'amministrazione. La garanzia di una facile lettura del piano facilita la comprensione della performance dell'Ente intesa come risposta ai bisogni della collettività. Infine, “l'attendibilità della rappresentazione della performance” viene assicurata dalla verificabilità ex-post della correttezza metodologica del processo di pianificazione (principi, fasi, temi e soggetti) e delle sue risultanze (obiettivi, indicatori, risultati attesi).

Oltre a rispettare i requisiti previsti dal D.Lgs. 27 ottobre 2009 n. 150, il Piano della Performance diviene un mezzo utile all'ottenimento di importanti vantaggi a livello organizzativo e gestionale consentendo di individuare ed incorporare le attese degli stakeholder, favorire una effettiva accountability e trasparenza, facilitando i meccanismi di comunicazione interna ed esterna e migliorando il coordinamento tra le diverse funzioni e strutture organizzative. Del resto la Camera di Commercio di Chieti, già in occasione degli obiettivi per l'anno 2010, in anticipo rispetto ai tempi definiti dal D.Lgs. 27 ottobre 2009 n. 150, ha adottato i propri obiettivi attraverso un business plan che rispecchiasse i principi di Specificità, Misurabilità, Adeguatezza, Raggiungibilità e Temporalmente limitati (metodo SMART).

Le attività per la predisposizione del piano della performance hanno avuto inizio a processo di pianificazione e programmazione già inoltrato, tant'è che la Camera di Commercio aveva già approvato la Relazione Previsionale e Programmatica e predisposto il Preventivo Economico. Pertanto, la stesura di questo documento, per il solo anno 2011, non ha potuto che adottare una metodologia transitoria, in grado di conciliare i documenti redatti ai sensi del D.P.R. 2 novembre 2005 n. 254 con i requisiti previsti dal D.Lgs. 27 ottobre 2009 n. 150, garantendo coerenza ed evitando inutili ripetizioni dei contenuti qualora correttamente esposti nell'ambito dei documenti già approvati all'Organo Politico.

Nel prossimo futuro, questa rappresenta certamente un'area di miglioramento del processo di pianificazione che si porrà l'obiettivo di arrivare ad una stesura del piano della performance direttamente attraverso la stesura della Relazione Previsionale e Programmatica, del Preventivo Economico e del Budget direzionale.

2. Sintesi delle informazioni di interesse per i cittadini e gli stakeholder esterni

a. Chi siamo

La Camera di Commercio di Chieti, così come previsto dalla Legge 29 dicembre 1993 n. 580, modificata ed integrata dal D.Lgs. 15 febbraio 2010 n. 23 è un ente pubblico, dotato di autonomia funzionale, che svolge, nell'ambito della circoscrizione del territorio della provincia di Chieti, sulla base del principio di sussidiarietà di cui all'articolo 118 della Costituzione, funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese, curandone lo sviluppo nell'ambito delle economie locali. La Camera di Commercio di Chieti, anche in relazione alla particolare posizione geografica ed alla conformazione orografica del territorio di riferimento, vanta presenze importanti nel settore industriale ove sono ubicati i più importanti insediamenti produttivi della Regione, ma anche una solida tradizione artigiana oltre che una spiccata vocazione turistica che rendono di particolare rilievo anche il turismo ed il settore dei servizi; infine è stata mantenuta nel tempo anche la vocazione agricola del territorio ove sono stati valorizzati i prodotti tipici e di eccellenza promuovendo anche forme di turismo enogastronomico per diffondere questa importante tradizione.

La Camera di Commercio di Chieti è amministrata da una Giunta, formata dal Presidente più 6 membri, eletta dal Consiglio, formato a sua volta da 26 consiglieri, con esclusione del Presidente, espressione delle categorie economiche maggiormente rappresentative della provincia. La struttura amministrativa della Camera è guidata dal Segretario Generale coadiuvato da tre dirigenti.

Tra le strutture della Camera di Commercio, a supporto degli organi, vi è il collegio dei revisori dei conti – composto da tre membri – che esercita la vigilanza sulla regolarità contabile e finanziaria nella gestione della camera di commercio e attesta la corrispondenza del bilancio di esercizio alle risultanze delle scritture contabili. Inoltre la Camera di Commercio, in anticipo rispetto agli altri Enti Locali, ha già nominato, nel rispetto del D.Lgs. 27 ottobre 2009 n. 150 e delle indicazioni fornite dalla CIVIT, l'Organo Indipendente di valutazione che, in sostituzione dell'Organo di valutazione strategica (artt. 35 e 36 del D.P.R. 2 novembre 2005 n. 254), ha il compito di monitorare, verificare e relazionare sulla performance, sulla trasparenza ed integrità dell'Ente così come dettagliatamente indicato nell'art. 14 del D.Lgs. 27 ottobre 2009 n. 150.

b. Cosa facciamo

Oggi, la Camera di Commercio è prima di tutto l'interlocutore di 47.594 imprese (dato Infocamere al 31/12/2010), nonché delle rispettive categorie economiche che le rappresentano, che in provincia di Chieti producono, trasportano o scambiano beni e servizi e delle categorie economiche che le rappresentano così ripartite in funzione della natura giuridica:

Ditte individuali:	33.294 di cui artigiane:	8.297
In forma collettiva:	<u>14.300</u> di cui artigiane:	<u>1.926</u>
TOTALE	47.594 di cui artigiane:	10.223

Ma è anche un'istituzione al servizio dei cittadini/consumatori, attiva accanto agli enti locali per lo sviluppo economico, sociale e culturale del territorio di riferimento.

La Camera di Commercio di Chieti svolge, in sintesi, tre tipi di attività:

- **attività amministrative:** tenuta di albi, elenchi, ruoli, nei quali vengono registrati e certificati i principali eventi che caratterizzano la vita di ogni impresa, vigilanza e metrologia legale.

Il miglioramento del livello di efficienza dei servizi da rendere all'utenza, il rispetto della normativa in costante evoluzione, una sempre più estesa applicazione della telematizzazione, la tutela del consumatore e delle imprese attraverso l'attività di controllo sui prodotti rappresentano gli obiettivi strategici che l'Ente intende perseguire, fino a garantire: la riduzione del tasso di sospensione delle pratiche, un incremento del numero degli utenti telematici con la conseguente riduzione delle richieste di servizio allo sportello, l'aumento dei controlli dei prodotti per contribuire alla riduzione delle illegalità.

- **attività di promozione e informazione economica:** sostegno alla competitività delle imprese, consolidamento e sviluppo della struttura del sistema economico locale (promozione dello sviluppo economico del territorio e monitoraggio), studio e analisi dei dati sull'economia locale. Gli ambiti strategici di intervento riguarderanno: a. l'implementazione di attività di assistenza **creditizia** alle imprese, con l'aspettativa di incrementare il numero di beneficiari ed un miglioramento sensibile delle condizioni di accesso al credito; b. **l'internazionalizzazione**, con l'obiettivo di consolidare le relazioni esistenti con i Paesi del Mediterraneo, accedere a mercati esteri con alto potenziale economico, intensificare l'attività di intermediazione a livello nazionale e comunitario; c. la promozione della **cultura d'impresa**, con l'obiettivo di volere garantire una maggiore conoscenza delle iniziative camerali, supportare lo sviluppo dell'imprenditoria femminile e di nuove imprese in genere; d. **l'innovazione** e alla ricerca a sostegno della competitività, per contribuire alla realizzazione a livello regionale di un centro di eccellenza per la ricerca nelle energie rinnovabili, con il coinvolgimento delle Università e degli Organismi locali competenti, per la creazione di un Distretto della Conoscenza quale polo di studio e di ricerca; e. il supporto ad **Organismi esterni** strumentali allo sviluppo del territorio; f. le iniziative per l'attuazione di **distretti/sistemi** produttivi locali; g. la valorizzazione e promozione **turistica** del territorio, h. la politica **agroalimentare**, i. le peculiarità produttive **artigianali**.
- **attività di regolazione del mercato:** composizione delle controversie derivanti dalle relazioni economiche tra imprese e tra imprese e cittadini, garantire la funzionalità del servizio di rilevazione dei prezzi sul mercato. Promuovere gli strumenti di regolazione del mercato rappresenta il principale obiettivo strategico nell'ambito di detta attività. L'Ente punta a garantire la massima funzionalità dei servizi di arbitrato e conciliazione e a consentire un risparmio in termini sia economici che di tempo a favore delle imprese.

c. Come operiamo

La Camera di Commercio di Chieti, dal punto di vista logistico, si articola in due sedi situate nel capoluogo di provincia (sede legale in Piazza G.B. Vico e Centro Espositivo e di Servizi a Chieti scalo – Via F.lli Pomilo) ed una sede distaccata nel Comune di Lanciano. Le due sedi site nel Comune di Chieti sono di proprietà della Camera di Commercio, su Lanciano, invece, l'Ente opera attraverso una struttura messa a disposizione all'interno dell'Ente Fiera. Entrambe le sedi di proprietà, oltre a garantire la funzionalità degli uffici, mettono a disposizione una serie di infrastrutture per le imprese interessate. In particolare presso la sede di Chieti Scalo è operativo un Centro Espositivo e di Servizi che consta di quattro capannoni utili per la realizzazione di eventi, nonché di una sala convegni attrezzata con la videoconferenza ed un'aula informatica attrezzata con quattordici postazioni più la videoconferenza. La sede legale, invece mette a disposizione la "Bottega d'arte" ove è possibile effettuare esposizioni d'arte ed una sala conferenze anch'essa dotata di videoconferenza.

Per lo svolgimento delle proprie funzioni l'Ente camerale si avvale di una rete organizzativa che comprende:

- l'Azienda Speciale "Agenzia di Sviluppo";
- un portafoglio di partecipazioni in alcune società operanti in settori strategici o appartenenti al sistema camerale nazionale.

Particolare importanza, nell'ambito dell'azione camerale, riveste l'Azienda Speciale "Agenzia di Sviluppo" che costituisce lo strumento operativo della Camera per la realizzazione di attività a sostegno del sistema delle piccole e medie imprese.

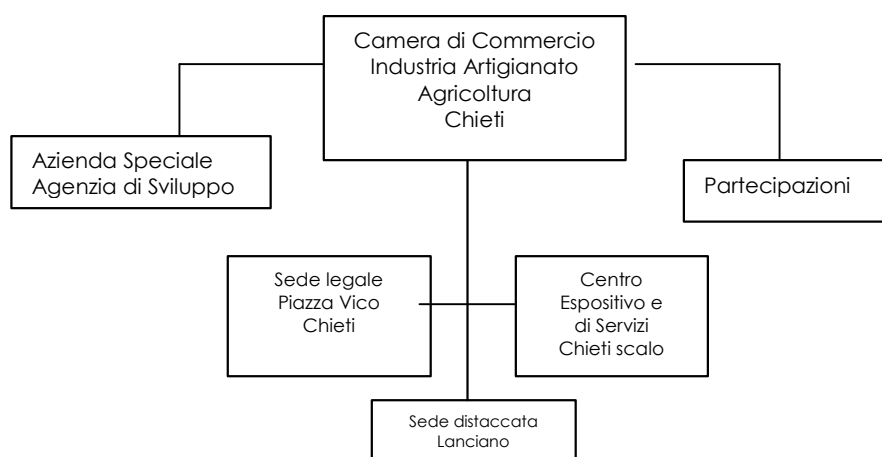
L'Azienda Speciale è stata costituita ad iniziativa della Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Chieti, ai sensi dell'art. 32 del R.D. 20 settembre 1934, n. 2011, e dell'art. 2 - comma 2 - della Legge 29.12.1993, n. 580, con la denominazione di "Agenzia di Sviluppo".

L'Azienda ha la propria sede amministrativa a Chieti in Piazza G.B. Vico, presso la Camera di Commercio.

L'Azienda, nel quadro delle finalità istituzionali della Camera di Commercio tendenti alla promozione dello sviluppo socio-economico della provincia, ha lo scopo di sostenere il sistema delle imprese, soprattutto piccole e medie, attraverso:

- 1) l'erogazione di servizi per la gestione del fattore umano, mediante la predisposizione di programmi formativi connessi alle necessità dei vari comparti economici;
- 2) l'erogazione di servizi di consulenza e assistenza tecnica, gestionale e per la realizzazione e il miglioramento della produzione;
- 3) l'erogazione di servizi di informazione ed assistenza finalizzati all'orientamento al lavoro;

- 4) l'erogazione di servizi di informazione, assistenza e consulenza su tematiche comunitarie, programmi, progetti, strumenti agevolativi ed iniziative comunitarie e nazionali con particolare riferimento ai processi di internazionalizzazione, alla ricerca e sviluppo, all'innovazione tecnologica ed allo sviluppo locale;
- 5) la promozione di studi e ricerche su argomenti e temi sia generali che specifici, di volta in volta individuati, connessi con le competenze della Camera di Commercio di Chieti e con gli interessi dell'economia del suo territorio;
- 6) la promozione e la realizzazione di incontri, convegni e seminari finalizzati all'aggiornamento professionale delle categorie economiche su temi specifici ed in particolare connessi con le evoluzioni legislative e normative;
- 7) la divulgazione di informazioni e studi alle categorie interessate, stimolando il loro interesse ed il loro coinvolgimento nell'approfondimento dei singoli argomenti individuati;
- 8) la promozione e la realizzazione di azioni e programmi finalizzati alla valorizzazione di beni e servizi prodotti da categorie economiche operanti nel territorio;
- 9) la valorizzazione delle competenze professionali e tecniche operanti nel territorio abruzzese, coinvolgendole e favorendo la loro partecipazione alle finalità di crescita qualitativa dell'economia abruzzese.



La Camera di Chieti, congiuntamente agli altri tre enti camerali abruzzesi, contribuisce alle attività del Centro Commercio Interno, con sede a Chieti, che organizza la partecipazione delle aziende abruzzesi alle più importanti manifestazioni fieristiche nazionali, del Centro Commercio Estero, con sede a Pescara, che promuove l'internazionalizzazione delle aziende abruzzesi attraverso la partecipazione a manifestazioni internazionali e del Cresa, con sede a L'Aquila, che opera nel campo degli studi e ricerche economico-sociali.

La Camera di Commercio di Chieti, oltre che con iniziative dirette, sostiene l'economia provinciale collaborando in maniera fattiva con gli altri organismi che perseguono lo sviluppo del territorio, consapevole che solo con un'azione sinergica è possibile massimizzare i risultati.

E' in tale ottica che la Camera ha assunto un ruolo attivo nei tre Patti territoriali operanti in provincia:

- Chietino-Ortonese, che copre l'area settentrionale della provincia;
- Sangro-Aventino, la cui area di riferimento è costituita dai territori dell'Alto e Medio Sangro, Basso Sangro e Aventino;
- Trigno-Sinello, che interessa i territori dei bacini Costa, Medio e Alto Trigno-Sinello.

La Camera di Commercio di Chieti, infatti, è socio fondatore di tutti i Patti, è titolare di quote del capitale delle tre Agenzie (Società consortili a responsabilità limitata che assicurano la governance dei Patti), partecipa ai lavori dell'Assemblea generale ed ai lavori dei gruppi costituiti per la definizione dei documenti di programmazione pluriennale, è partner in iniziative progettuali promosse dai Patti a valere su agevolazioni di natura comunitaria (2 progetti Equal con il Sangro Aventino ed altrettanti con il Trigno-Sinello).

Altrettanto rilevante è il ruolo che l'Ente camerale ricopre nei due distretti industriali Maiella e Vastese, il primo specializzato nel tessile-abbigliamento e il secondo nella meccanica. In particolare, la Camera è socia dei Consorzi che regolano la gestione dei distretti, C.I.S.M. (Consorzio per l'Innovazione e lo Sviluppo della Maiella) e CON.SER.T. per quanto riguarda il distretto industriale Vastese.

Nel corso degli anni la partecipazione regolare della Camera alle attività di queste istituzioni si è focalizzata sulla partecipazione all'organo di governo Assemblea dei soci.

L'Ente camerale, inoltre, detiene delle partecipazioni azionarie in infrastrutture di importanza strategica per lo sviluppo del territorio (S.A.G.A. - che gestisce l'Aeroporto d'Abruzzo - e Interporto) e in società del sistema camerale.

3. Identità

Come in ogni amministrazione la Camera di Commercio di Chieti opera attraverso una distinto tra attività di governo/indirizzo, esercitata dal Consiglio e della Giunta camerale ed attività di gestione che, invece, è attribuita alla dirigenza camerale. Nell'ambito dell'architettura degli organi di governo/indirizzo, il Presidente, oltre a presiedere le riunioni di Consiglio e di Giunta, ha la rappresentanza legale della Camera di Commercio. Nell'ambito di tale distinzione gli organi di governo/indirizzo adottano tutti gli atti di indirizzo definendo gli obiettivi, priorità, piani programmi ed adottano il bilancio di previsione ed il rendiconto. Nell'ambito dell'attività di gestione, al Segretario Generale competono le funzioni di vertice dell'amministrazione e quindi anche la direzione, supervisione, controllo dell'attività dei Dirigenti, l'assegnazione degli obiettivi agli stessi, oltre ad emanare gli atti di indirizzo e di organizzazione delle aree dirigenziali e, come vertice dell'amministrazione, formula proposte ed esprime pareri all'organo di indirizzo. I dirigenti dirigono coordinano e controllano l'attività degli uffici di propria competenza, gestiscono il personale assegnate ed assegnano a questi gli obiettivi, formulano

proposte ed esprimono pareri al Segretario Generale, curano l'attuazione di programmi e delle gestioni assegnati.

a. L'amministrazione "in cifre"

- Presidente
(Silvio Di Lorenzo)
- Vice Presidente Vicario
(Patrizio Lapenna)
- Vice Presidente
(Armando Tomeo)
- 6 Membri di Giunta
(Ferdinando Buccella, Pietro Iacobitti, Patrizio Lapenna, Mariano Nozzi, Savino Luciano Saraceni, Armando Tomeo)
- 27 componenti del Consiglio camerale
(Silvio Di Lorenzo (Presidente), Angelo Allegrino, Ferdinando Buccella, Simone Ciampoli, Roberto Di Vincenzo, Nicola D'Ippolito, Nicola Gabriele Falasca, Enzo Giammarino, Pietro Iacobitti, Ottorino La Rocca, Patrizio Lapenna, Leo Pio Malandra, Roberto Mancini, Tommaso Marra, Giancarlo Micolucci, Mariano Nozzi, Domenico Pasetti, Luca Piersante, Paolo Primavera, Franco Ricci, Savino Luciano Saraceni, Letizia Scastiglia, Guido Serafini, Nicola Sideri, Gennaro Strever, Marisa Tiberio, Armando Tomeo.)
- Collegio dei revisori composto da tre componenti
(Paola Sabella (Presidente), Valerio Dell'Olio, Renato Massacesi)
- Organo Indipendente di Valutazione monocratico
(Michele A. Rea)
- Segretario Generale
(Pierluigi Federici)
- 3 Dirigenti
(Maria Loreta Pagliaricci, Benito Profeta, Marta Allibardi)
- 53 unità di personale nelle varie categorie
(come da organigramma allegato 1)

b. Mandato istituzionale e Missione

Con il D.Lgs. 15 febbraio 2010 n. 23 (pubblicato sulla G.U. n. 46 del 25 febbraio 2010) è stata approvata la riforma dell'ordinamento relativo alle Camere di commercio in attuazione dell'art. 53 della legge 23 luglio 2009 n. 99, a distanza di quasi sedici anni dall'ultima riforma organica del 1993 con la Legge 580. Già la legge precedente aveva contribuito a far crescere le Camere di Commercio ed a porre le basi per diventare enti moderni ed efficienti a servizio delle imprese e dei territori, ricavando nuovi ambiti di intervento.

La legge precedente aveva individuato attribuzioni di carattere generale, descritte nel vecchio art. 2 come "funzioni di supporto e di promozione degli interessi generali delle imprese" e su questo terreno le Camere di Commercio si sono ritagliate importanti spazi di azione, creando dal 1993 nuovi servizi e progetti di promozione, che ne hanno ampliato in modo consistente i compiti e gli obiettivi.

Proprio il rinnovato art. 2, come modificato dal D.Lgs. 15 febbraio 2010 n. 23, è uno dei punti qualificanti della riforma. Innanzitutto le generiche "attribuzioni" diventano significativamente nel titolo dell'articolo "compiti e funzioni", ampliandone la portata con l'aggiunta del riferimento alle "economie locali", oltre al supporto e promozione degli interessi generali delle imprese, in un'ottica allargata ed integrata, come lo sviluppo e la competitività dei territori oggi richiede.

Si tratta di funzioni assegnate dalla normativa alle Camere di Commercio, che opera una significativa trasformazione di quelle che fino ad oggi sono state attività in vere e proprie competenze riconosciute per legge:

- la tenuta del Registro delle Imprese, del Repertorio Economico Amministrativo e degli altri registri e albi attribuiti dalla legge,
- la promozione della semplificazione delle procedure per l'avvio e lo svolgimento di attività economiche,
- la promozione del territorio e delle economie locali, al fine di accrescerne la competitività, favorendo l'accesso al credito per le PMI anche attraverso il supporto ai consorzi fidi,
- la realizzazione di osservatori dell'economia locale e la diffusione di informazione economica,
- il supporto all'internazionalizzazione per la promozione del sistema italiano delle imprese all'estero, raccordandosi con i programmi del MSE,
- la promozione dell'innovazione e del trasferimento tecnologico per le imprese, anche attraverso la realizzazione di servizi e infrastrutture informatiche e telematiche,
- la costituzione di commissioni arbitrali e conciliative per la risoluzione di controversie tra imprese e tra imprese e consumatori,
- la predisposizione di contratti tipo tra imprese, loro associazioni e associazioni di tutela degli interessi dei consumatori e degli utenti,
- la promozione di forme di controllo sulla presenza di clausole inique inserite nei contratti,
- la vigilanza e controllo sui prodotti e per la metrologia legale e il rilascio dei certificati d'origine delle merci,
- la raccolta degli usi e delle consuetudini,
- la cooperazione con le istituzioni scolastiche e universitarie in materia di alternanza scuola lavoro e per l'orientamento al lavoro e alle professioni.

Un altro punto importante da sottolineare riguarda la legittimazione istituzionale che la riforma assegna alle Camere di Commercio, attribuendo loro un ruolo di pari dignità rispetto alle altre istituzioni.

L'annosa questione della natura degli enti camerali trova la sua collocazione con la nuova definizione del modificato art.1, come "enti pubblici dotati di autonomia funzionale": viene così attribuito per legge il ruolo di enti rappresentativi ed esponenziali di comunità autonome come

quella delle imprese, che vengono riconosciute esse stesse quali corpi intermedi della società, portatori di interessi particolari e specifici, di valore sociale (il "fare impresa").

Esce inoltre rafforzata dalla riforma l'identità di ogni Camera di Commercio e di tutto il sistema, che, a sua volta, trova un espresso riconoscimento di "sistema camerale italiano" nel comma 2 del nuovo art.1: un sistema di natura pubblica - composto dalle Camere di Commercio, l'Unioncamere, le Unioni regionali, gli organismi strumentali (le aziende speciali e le società collegate di diretta emanazione), nonché le Camere di Commercio italiane all'estero e quelle estere in Italia legalmente riconosciute – a cui viene assegnata una dimensione ed un'identità nuova anche per il diritto pubblico.

La riforma intende anche valorizzare la rappresentatività del sistema economico territoriale e qualificare maggiormente la presenza dei rappresentanti delle associazioni di categoria all'interno degli organi camerali.

E' stato introdotto infatti un nuovo parametro, il quarto, per la ripartizione del numero dei consiglieri, che si aggiunge al numero delle imprese, all'indice di occupazione ed al valore aggiunto di ogni settore: si tratta dell'ammontare del diritto annuale versato ad ogni Camera di Commercio dalle imprese di ogni settore.

Inoltre entra a far parte del Consiglio un rappresentante degli ordini professionali, che porta a tre i componenti non appartenenti ai settori economici, in aggiunta quindi al rappresentante delle organizzazioni sindacali ed a quello delle associazioni di tutela dei consumatori. Il rappresentante dei liberi professionisti sarà designato dai presidenti degli Ordini Professionali costituiti in apposita Consulta presso la Camera di Commercio.

Un'ultima annotazione va riservata alla figura del Segretario Generale, a cui competono le funzioni di vertice dell'amministrazione e che, secondo il nuovo testo dell'art. 20, "coordina l'attività dell'ente nel suo complesso e ha la responsabilità della segreteria del Consiglio e della Giunta".

L'interpretazione manageriale, moderna e dinamica di questo ruolo, perno centrale dei rapporti con i componenti degli organi e con le associazioni di categoria del territorio, assume valenza fondamentale nell'imprimere il giusto indirizzo alla gestione delle risorse umane ed all'intera organizzazione in coerenza con le importanti innovazioni che si sono succedute negli ultimi anni nella Pubblica Amministrazione.

La Camera di Commercio di Chieti, consapevole di questa significativa evoluzione del sistema camerale, si è attivata e strutturata per esercitare con efficacia il ruolo di strumento di sviluppo economico ed essere il luogo di discussione, raccolta e sintesi degli interessi dei settori economici e delle associazioni di categoria che in essa sono rappresentate.

Il mandato istituzionale e la missione della Camera di Commercio di Chieti è ben rappresentato nel Programma pluriennale che nasce come documento di "vision", orientato alla costruzione di uno scenario di medio-lungo periodo, da realizzare attraverso strategie, progetti e azioni rimodellabili nel tempo.

Le linee di attività strategiche del Programma da attuare nel periodo 2011-2014 , da cui poi trae origine la Relazione Previsionale e Programmatica per l'anno 2011 e il presente piano della performance, possono essere così sintetizzate:

- Capitale umano e Università
- Ricerca e Sviluppo, innovazione e trasferimento tecnologico
- Servizi alle imprese e al territorio
- Credito e finanza
- Promozione del territorio e sviluppo dei sistemi locali
- Energia e ambiente
- Internazionalizzazione
- Sostegno e promozione piccole imprese e artigianato
- Distribuzione e commercio
- Agricoltura e valorizzazione dei prodotti tipici locali
- Grandi reti, infrastrutture, trasporti e logistica
- Pesca e sistema costiero
- Tutela del consumatore
- Lavoro e relazioni sociali

c. Albero della performance

Il mandato istituzionale e la missione che questa Amministrazione si è data, hanno posto le basi sulle quali sono state tracciate le linee strategiche di intervento che descriveremo in questa sezione. Il processo che è stato seguito per declinare la missione nelle aree strategiche è partito con il coinvolgimento degli stakeholders in sede di redazione dell'RPP e dall'analisi partecipata del contesto interno ed esterno. Tale analisi ha portato in evidenza alcune necessità proprie del tessuto produttivo della Provincia di Chieti, bisogni a cui la Camera di Commercio ha deciso di rispondere attivamente investendo nelle macro aree strategiche di seguito definite.

Macro area Strategica	Obiettivi strategici
Sviluppo delle attività promozionali	▪ Promuovere la qualità ed il marketing turistico, rafforzare l'innovazione ed il trasferimento tecnologico nonché la formazione delle risorse umane
Semplificazione amministrativa e implementazione azioni di supporto tese al miglioramento dell'efficienza organizzativa	▪ Miglioramento dell'efficienza in termini di processo e di risorse umane e patrimoniali, miglioramento grado di trasparenza ed integrità e livello di performance
Attuazione sportello unico per le attività produttive	▪ Diffusione dei SUAP sul territorio della Provincia
Sviluppo dei servizi di giustizia alternativa	▪ Promuovere gli strumenti di mediazione civile e arbitrato e potenziare le attività di vigilanza e controllo
L'internazionalizzazione	▪ Incrementare il numero di imprese di settori Meccatronica, Abitare ed Energia e Ambiente che attivano processi di internazionalizzazione Incrementare il numero di imprese del settore agroalimentare che differenziano i mercati di sbocco
L'orientamento al lavoro e all'imprenditoria	▪ L'obiettivo è quello di avvicinare i giovani

	ed il mondo della scuola in genere, alla realtà delle imprese e del lavoro e porre la Camera di commercio al centro della rete tra istituti scolastici e attori istituzionali nella progettazione e realizzazione di attività di orientamento ed alternanza.
L'assistenza alle imprese	▪ L'obiettivo è quello di avvicinare i giovani ed il mondo della scuola in genere, alla realtà delle imprese e del lavoro e porre la Camera di commercio al centro della rete tra istituti scolastici e attori istituzionali nella progettazione e realizzazione di attività di orientamento ed alternanza.
L'innovazione tecnologica	▪ Strutturare servizi di supporto ai processi di trasferimento tecnologico nelle PMI. Con l'intervento nell'area della innovazione tecnologica l'Agenzia di Sviluppo vuole proseguire nella azione di stimolo e di rafforzamento dei processi di trasferimento tecnologico quali strumento per promuovere l'innovazione delle micro e piccole imprese, nonché nella azione di sviluppo e radicamento nel territorio di forme stabili di relazione tra sistemi di produzione delle conoscenze scientifiche e tecnologiche e tessuto economico

4. Analisi del contesto (SWOT analysis)

a. Analisi del contesto esterno

Il contesto esterno deve necessariamente essere analizzato attraverso il quadro economico-provinciale.

Nella tabella che segue si riportano gli andamenti dei principali indicatori economici della provincia di Chieti, confrontati con gli analoghi valori registrati a livello regionale e nazionale.

Andamento dei principali indicatori economici nella provincia di Chieti, in Abruzzo e in Italia (Var. %)

	Chieti	Abruzzo	Italia
PIL procapite (provvisorio) *	-6,1	-3,8	-3,3

Consistenza imprese registrate**	-0,4	+0,4	+0,2
Esportazioni*	-35,2	-31,7	-21,4
Occupati*	-7,3	-4,4	-1,6

* Le variazioni fanno riferimento al periodo 2009/2008

** Le variazioni fanno riferimento al periodo primo semestre 2010/primo semestre 2009

Fonte: Istituto G. Tagliacarne, Unioncamere-Movimprese, Istat

Di seguito invece si descrive più dettagliatamente l'evoluzione del sistema economico locale.

La dinamica imprenditoriale

Nel primo semestre del 2010 il tessuto imprenditoriale locale è stato interessato da un lieve ridimensionamento.

Al 30 giugno 2010 risultano iscritte, infatti, nell'omonimo Registro tenuto dalla Camera di Commercio 47.395 imprese, lo 0,4% in meno rispetto al corrispondente periodo dell'anno precedente.

L'analisi dello stock per settore di attività, mette in evidenza come il comparto agricolo con 15.487 mila imprese sia quello numericamente più consistente. A seguire, il settore del commercio che rappresenta il 20,5% delle imprese, il comparto delle costruzioni (12%) e l'industria in senso stretto (9%).

Dal punto di vista organizzativo è proseguita la tendenza all'irrobustimento dell'articolazione interna. Rispetto all'analogo periodo dell'anno precedente l'incidenza percentuale delle società di capitale sullo stock delle imprese registrate è passata da 13,5 a 14 punti percentuali (6,8% il valore del 2000). Il peso delle ditte individuali, pur rappresentando ancora la forma giuridica predominante, è passato dal 70,8 al 70,2 punti percentuali (78,7% nel 2000). Le società di persone e le altre forme invece mostrano una dinamica più orientata alla stazionarietà.

Passando ad esaminare i dati di flusso, si evidenzia come il saldo nati-mortalità aziendale, valore ottenuto dalla differenza tra iscrizioni e cancellazioni, presenti il segno negativo (-178 unità). Il tasso di sviluppo¹, di conseguenza, ha presentato un valore negativo e pari a -0,4%.

In valori assoluti, il peggior saldo è quello imputabile al settore agricolo che perde 407 imprese, pari ad una variazione negativa del -2,5%.

¹ Il tasso di sviluppo è dato dal rapporto tra il saldo iscrizioni-cessazioni rilevate nel periodo e lo stock delle imprese registrate all'inizio del periodo considerato.

Imprese registrate, iscrizioni, cessazioni, saldo e tassi di natalità, mortalità, sviluppo – 1° semestre 2010

Settore di attività	Registrate	Iscrizioni	Cessazioni*	Saldo	Tasso di natalità	Tasso di mortalità	Tasso di sviluppo
A Agricoltura, silvicoltura pesca	15.487	206	613	-407	1,3	3,8	-2,5
B Estrazione di minerali da cave e miniere	31	0	1	-1	0,0	3,3	-3,3
C Attività manifatturiere	4.305	87	145	-58	2,0	3,3	-1,3
D Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condiz.	27	0	0	0	0,0	0,0	0,0
E Fornitura di acqua; reti fognarie	83	0	1	-1	0,0	1,2	-1,2
F Costruzioni	5.669	228	250	-22	4,1	4,5	-0,4
G Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di aut.	9.733	341	410	-69	3,5	4,2	-0,7
H Trasporto e magazzinaggio	933	14	27	-13	1,5	2,9	-1,4
I Attività dei servizi alloggio e ristorazione	2.471	103	101	2	4,3	4,3	0,1
J Servizi di informazione e comunicazione	571	29	33	-4	5,2	5,9	-0,7
K Attività finanziarie e assicurative	719	30	42	-12	4,1	5,8	-1,7
L Attività immobiliari	508	23	19	4	4,8	3,9	0,8
M Attività professionali, scientifiche e tecniche	822	21	25	-4	2,6	3,1	-0,5
N Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imp.	961	31	46	-15	3,3	4,9	-1,6
P Istruzione	133	6	8	-2	4,9	6,6	-1,6
Q Sanità e assistenza sociale	217	4	3	1	1,9	1,4	0,5
R Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e diver.	471	13	19	-6	2,9	4,2	-1,3
S Altre attività di servizi	1.821	48	40	8	2,7	2,2	0,4
X Imprese non classificate	2.433	499	78	421	21,4	3,3	18,1
TOTALE	47.395	1.683	1.861	-178	3,5	3,9	-0,4

* al netto delle cancellazioni d'ufficio effettuate nel periodo

Fonte: elaborazione Ufficio Informazione economica CCIAA di Chieti su dati Movimprese- Infocamere

Di segno negativo anche la dinamica che ha riguardato il settore del commercio (-69 unità pari a -0,7%) e quello dell'industria in senso stretto che perde 58 imprese (-1,3%).

Nel comparto edile, settore che per anni ha sostenuto la crescita del tessuto imprenditoriale, il numero delle cancellazioni ha superato quello delle iscrizioni di 22 unità.

Tra le attività dei servizi, segno positivo per le attività immobiliari (+0,8%), mentre risultano in calo le attività finanziarie e assicurative (-1,7%), il noleggio, agenzie di viaggio (-1,6%) e il trasporto e magazzinaggio (-1,6%).

Facendo riferimento al comparto artigiano, che incide per il 21,5% sul totale delle imprese, il trend non si differenzia molto rispetto a quello generale. Il confronto con l'analogo periodo dello scorso anno mette in luce un lieve assottigliamento della base produttiva (10.228 le imprese artigiane al 30 giugno 2009, 10.211 a giugno 2010), pari a -0,2%. Il saldo tra iscrizioni e cessazioni di attività è risultato pari a -70 imprese. In termini assoluti, i saldi negativi più consistenti sono quelli rilevati nel comparto manifatturiero (-31 unità) e nelle costruzioni mentre risulta in attivo il bilancio delle attività legate al turismo (+10 imprese).

Il valore aggiunto e il Pil pro capite

Il valore aggiunto è l'aggregato che fornisce una misura quantitativa della ricchezza prodotta dal sistema economico di un determinato territorio.

Nel 2008 (ultimo dato disponibile) il valore aggiunto prodotto dal sistema economico locale è risultato pari a 7.786,8 milioni di euro, vale a dire il 30% del valore aggiunto abruzzese.

L'analisi settoriale mostra come il 58,8% del valore aggiunto sia prodotto dal settore del commercio e dei servizi, il 30% dal manifatturiero, il 7,2% dalle costruzioni e il 2,6% dal comparto agricolo.

I dati relativi al Pil pro capite, indicatore che consente di valutare la reale condizione media di distribuzione della ricchezza, evidenziano un arretramento della provincia di Chieti. Nel 2009 con un valore di 20.746 euro, infatti, Chieti si colloca al 73° posto della graduatoria nazionale (65° nel 2008), risultando ancor più distante dal dato medio nazionale attestato a 25.263 euro.

Rispetto all'anno precedente tale indicatore ha registrato una variazione negativa del 6,1%, valore peggiore sia del dato regionale (-3,8%) che nazionale (-3,3%).

Il commercio estero

La provincia di Chieti è quella che contribuisce in misura maggiore all'export della regione Abruzzo, rappresentando oltre il 60% del totale.

Nel 2009 le nostre vendite all'estero hanno subito una brusca battuta d'arresto, anche se nel secondo semestre dell'anno si è evidenziato un certo recupero.

Il nostro sistema economico ha realizzato esportazioni per 3.270 milioni di euro (dato ISTAT provvisorio), con una flessione del 35,2% rispetto al 2008 (-31,7% il dato regionale e -21,4% quello nazionale).

Il macrosettore della metalmeccanica ed elettronica risulta di gran lunga essere dominante per volume di vendite: ad esso, infatti, è attribuibile oltre il 65% del totale dell'export.

L'andamento negativo ha riguardato la quasi totalità dei comparti.

Grazie alla dinamica negativa delle importazioni (-36,6% rispetto al 2008), il saldo import-export è risultato comunque positivo per 1.813,5 milioni di euro.

Il mercato del lavoro

La struttura e il livello occupazionale sono rilevati dall'Istat con l'Indagine trimestrale sulle Forze di Lavoro. A livello provinciale i dati sono elaborati annualmente e vengono diffusi con riferimento ai valori medi annuali.

Secondo tale indagine, in provincia di Chieti nel 2009 gli occupati ammontano a 140 mila unità, di cui 105 sono dipendenti e 35 mila indipendenti: il 64% del totale è occupato nel comparto dei servizi, il 32% nell'industria e il 4% in agricoltura.

Il confronto con l'anno 2008 mostra una riduzione degli occupati del 7,3%. La dinamica negativa ha interessato l'industria (-16,7%) e, seppur in misura più lieve, il comparto dei servizi (-3,3%). Il tasso di occupazione (ottenuto dal rapporto tra gli occupati e la popolazione di 15-64 anni) si è attestato al 53,5%, risultando al di sotto del valore nazionale (57,5%) e regionale (55,7%).

Il tasso di disoccupazione (cioè il rapporto tra le persone in cerca di occupazione e la popolazione di 15-64 anni), è pari all'8,5% (6% nel 2008) contro una media regionale dell'8,1% e nazionale del 7,8%. Scomponendo il tasso di disoccupazione per sesso, si rileva come per la componente femminile sia più difficile l'accesso al mondo del lavoro.

Il tasso di disoccupazione femminile, infatti, è attestato al 10% a fronte del 7,5% registrato per la componente maschile.

Il turismo

I dati diffusi dalle Regione Abruzzo relativi all'anno 2009 evidenziano che alla provincia di Chieti è ascrivibile soltanto il 17,7% del totale delle presenze turistiche registrate in Abruzzo.

Rispetto all'anno precedente si rileva una flessione sia negli arrivi (-6,6%) che nelle presenze (-5,4%), con una durata media di permanenza pari a 4,3 giornate (5 il dato regionale).

L'analisi del contesto esteno non può prescindere dall'esame del quadro normativo di riferimento e dalle relazioni istituzionali della Camera di cui si è già ampiamente accennato al capitolo 2 § c ed al capitolo 3 § b.

b. Analisi del contesto interno

a) La struttura organizzativa della Camera;

Nell'ambito della propria attività di gestione la Camera di Commercio si caratterizza in funzione di una struttura piramidale al cui vertice è posto il Segretario Generale. Il Segretario Generale, oltre ad essere il capo del personale, assume anche la figura di direttore generale con i compiti e le prerogative fissate, tra l'altro, dall'art. 16 del D.Lgs. 30 marzo 2011 n. 165 e riportate nel Regolamento di Organizzazione degli Uffici e dei Servizi. Al Segretario Generale afferiscono direttamente gli uffici di staff caratterizzati dall'espletamento di funzioni strettamente correlate agli organi di indirizzo politico. La struttura consta, come già accennato, di tre aree dirigenziali, a cui sono preposti altrettanti dirigenti che, sotto la supervisione ed il coordinamento del

Segretario Generale, esercitano le funzioni indicate nell'art. 17 del D.Lgs. 30 marzo 2011 n. 165 e riportate nel Regolamento di Organizzazione degli Uffici e dei Servizi. Le Aree dirigenziali attengono, rispettivamente, all'Amministrazione, all'Anagrafe delle Imprese ed al Monitoraggio e Regolazione del Mercato. Le aree dirigenziali afferiscono a settori omogenei di attività al fine di permettere la specializzazione e l'approfondimento delle tematiche di rispettiva competenza per divenire in ogni settore interlocutore attendibile e privilegiato nel quadro delle istituzioni di riferimento del sistema imprese. Ciascuna area dirigenziale si compone di Servizi e Uffici, classificate in relazione alle attribuzioni più o meno omogenee, a capo dei quali è preposto un Responsabile di Servizio o di Ufficio. I responsabili dei Servizi/Uffici rivestono anche la funzione di responsabili dei procedimenti di competenza operando, comunque, mediante la supervisione dei Dirigenti che ne fissano preventivamente le procedure da seguire e si sostituiscono ai responsabili stessi in caso di inerzia. Nella Camera di Commercio di Chieti, infine, risulta istituita una sola posizione organizzativa attinente i servizi finanziari, che come previsto dall'art. 8 del CCNL 31 marzo 1999, gode di maggiore autonomia rispetto ai Servizi/Uffici. L'organigramma della Camera di Commercio di Chieti si articola così come riportato nell'allegato 1 al presente piano. Dall'organigramma si evince la seguente distribuzione di personale suddiviso per categoria e per sesso:

Profilo	Sesso	
	Maschi	Femmine
Segretario Generale	1	
Dirigenza	1	2
Categoria D	5	6
Categoria C	15	22
Categoria B	4	
Categoria A	1	
TOTALE	27	30

L'Azienda Speciale, già descritta nell'ambito del precedente capitolo 2 § a, oltre al Direttore, ha un organico composto dal Responsabile Giovanni Marcantonio, da due funzionari che, unitamente al Responsabile, si occupano dello sviluppo dell'attività istituzionale: Stefano Fricano e Andrea Dolce, da un funzionario che si occupa dell'attività di amministrazione: Antonella Iacobucci e da un funzionario che, attualmente, svolge funzioni amministrative per conto della Camera di Commercio sulla base di una convenzione: Maria Rita Tonello.

b) Le infrastrutture e le risorse tecnologiche;

Per il perseguimento delle proprie finalità la Camera di Commercio è dotata di strutture informatiche e telematiche d'avanguardia al fine di gestire con la massima efficienza ed efficacia le attività di propria competenza che, in virtù delle innovazioni normative, tendono ad essere sempre più caratterizzate dall'utilizzo delle tecnologie ICT in sostituzione della "carta". In particolare ciascun dipendente ha una postazione informatica dotata di monitor LCD ad alta definizione tutte collegate, attraverso una rete LAN, ad appositi server per la memorizzazione dei documenti. L'accesso ai documenti è garantita attraverso un sistema di autenticazione. Analogamente le banche dati (es. Registro delle Imprese) e le connessioni ad internet sono

gestite da una società a totale partecipazione delle Camere di Commercio, Infocamere Scpa, attraverso un sistema di autenticazione, mediante user e password, e monitorate da un apposito sistema. In relazione all'uso intensivo della telematica nei rapporti con le Pubbliche Amministrazioni, la Camera di Commercio rilascia anche i dispositivi di firma digitale e le caselle di posta elettronica certificata, strumenti indispensabili per “dialogare” con gli Enti attraverso i canali informatici.

c) Le risorse umane;

Nel rispetto del quadro normativo di riferimento il fabbisogno di personale è soddisfatto mediante un apposito piano proposto dal Segretario Generale ed approvato dalla Giunta della Camera di Commercio nell'ambito della complessiva dotazione camerale. Attualmente l'organigramma della Camera di Commercio è composto così come riportato nell'allegato 1 ed è stata ridisegnata, nella sua articolazione, alla fine dell'anno 2009. Grazie al processo di modifica della struttura organizzativa avviata nel citato anno 2009 che, oltre ad una riorganizzazione degli uffici, ha visto anche l'istituzione di una nuova area dirigenziale, il fabbisogno di personale è diminuito così come riportato nella seguente tabella:

Categoria	31/01/2008	31/12/2008	31/12/2009	31/12/2010
Dirigenti	2	2	3	3
D	14	14	13	11
C	41	40	39	37
B	4	4	4	4
A	1	1	1	1
TOTALE (*)	62	61	60	56

(*) Al totale si aggiunge il Segretario Generale

La filosofia è stata quella di privilegiare, a discapito della quantità, un'alta qualificazione del personale in servizio anche grazie ad un costante processo di formazione/aggiornamento favorito da un elevato livello di scolarizzazione del personale (oltre il 70% possiede una laurea) ed un'età media relativamente bassa (la più alta concentrazione si colloca nella fascia di età 40-45 anni). Alla luce di tali argomentazioni, allo stato, è prevista la sola copertura di un posto di qualifica dirigenziale poiché allo stato risulta essere coperto con un incarico a termine.

La Camera di Commercio, come appena accennato, per favorire la specializzazione e la crescita professionale del personale, partecipa costantemente ai percorsi di aggiornamento appositamente elaborati per le Camere di Commercio dall'Istituto “G. Tagliacarne”, fondazione dell'Unione Nazionale delle Camere di Commercio Italiane, ed ha fortemente insistito attraverso la predisposizione di appositi progetti nella formazione in house elaborati per l'anno 2010 e riproposti anche per l'anno 2011. In particolare, sfruttando anche le dotazioni tecnologiche dell'Ente, la partecipazione a molti dei corsi avviene media videoconferenza o web-conference.

Come già accennato l'attività della Camera di Commercio è supportata anche da un'azienda speciale “Agenzia di Sviluppo”, le cui funzioni sono state ampiamente descritte nel precedente

capitolo 2 § a, che conta una dotazione organica di cinque unità di personale. Il personale è gerarchicamente coordinato da un Direttore, nella persona del Segretario Generale della Camera di Commercio, che assicura il raccordo tra attività della Camera di Commercio ed attività dell'Azienda Speciale onde evitare inutili duplicazioni e dispendio di risorse.

d) Le risorse finanziarie.

L'importo complessivo dei proventi correnti dell'esercizio 2011 ammonta, in via presuntiva, a € **9.172.392,24**, così come risulta dal seguente quadro riepilogativo:

Diritto annuale	€.	7.387.592,24
Diritti di segreteria	€.	1.590.000,00
Altri proventi	€	115.650,00
Gestioni accessorie	€.	<u>78.000,00</u>
TOTALE	€.	9.172.392,24

L'importo complessivo degli oneri dell'esercizio 2011, per il funzionamento della Camera di Commercio, ammonta, in via presuntiva, a € **7.376.849,29**, così come risulta dal seguente quadro riepilogativo:

Personale	€.	2.920.617,00
Funzionamento	€.	2.348.613,34
Ammortamenti e accantonamenti	€.	<u>2.107.618,92</u>
TOTALE	€.	7.376.849,26

La differenza tra proventi e oneri è quindi positiva ed ammonta ad € **2.896.838,11** comprensivo dell'avanzo patrimonializzato. La disponibilità per interventi economici e investimenti è quindi costituita da tale importo. E' doveroso evidenziare che nell'ambito dei costi di ammortamento rientrano anche le strutture del Centro Espositivo della sede di Chieti Scalo, della Bottega d'Arte della sede legale di Chieti e delle sale attrezzate che possono essere utilizzate anche dalle imprese attraverso un iter disciplinato da apposito regolamento.

Per quanto attiene l'Azienda Speciale, abbiamo invece la seguente esposizione dei proventi disponibili:

Contributo della Camera di Commercio	€.	500.000,00
Altri proventi	€.	221.400,00
TOTALE	€.	721.400,00

L'importo complessivo degli oneri dell'esercizio 2011, per il funzionamento dell'Azienda Speciale risulta dal seguente quadro riepilogativo:

Personale	€.	222.990,00
Funzionamento	€.	83.487,00
Ammortamenti e accantonamenti	€.	
TOTALE	€.	306.477,00

La differenza tra proventi e oneri è quindi positiva e pari a € **414.923,00** che rappresenta la somma che l'Azienda potrà utilizzare nell'ambito degli interventi nelle aree strategiche di competenza

5. Obiettivi strategici

Dalle macroaree strategiche indicate in questo documento sono stati individuati gli obiettivi strategici riconducibili alla Camera di Commercio ed all'azienda Speciale e riportati in dettaglio nell'allegato 3

Struttura organizzativa di riferimento	Obiettivi strategico	Scheda tecnica
Camera di Commercio	Promuovere la qualità ed il marketing turistico, rafforzare l'innovazione ed il trasferimento tecnologico nonché la formazione delle risorse umane	Scheda 1
	Miglioramento dell'efficienza in termini di processo e di risorse umane e patrimoniali, miglioramento grado di trasparenza ed integrità e livello di performance.....	Scheda 2
	Diffusione dei SUAP sul territorio della Provincia	Scheda 3
	Promuovere gli strumenti di mediazione civile e arbitrato e potenziare le attività di vigilanza e controllo.....	Scheda 4
Azienda speciale Agenzia di sviluppo	Avvicinare i giovani ed il mondo della scuola in genere, alla realtà delle imprese e del lavoro e porre la Camera di commercio al centro della rete tra istituti scolastici e attori istituzionali nella progettazione e realizzazione di attività di orientamento ed alternanza.....	Scheda 5
	Attivare servizi di assistenza per favorire la piena fruizione delle opportunità connesse al Mercato unico europeo; aumentare il numero di iniziative assistite per la progettazione ed implementazione di sistemi: di Pianificazione, Programmazione e Controllo; certificati per l'Ambiente; integrati certificati per la Qualità, Sicurezza ed Ambiente.....	Scheda 6
	Strutturare servizi di supporto ai processi di trasferimento tecnologico nelle PMI; con l'intervento nell'area della innovazione tecnologica l'Agenzia di Sviluppo vuole proseguire nella azione di stimolo e di	

	rafforzamento dei processi di trasferimento tecnologico quali strumento per promuovere l'innovazione delle micro e piccole imprese, nonché nella azione di sviluppo e radicamento nel territorio di forme stabili di relazione tra sistemi di produzione delle conoscenze scientifiche e tecnologiche e tessuto economico..... ▪ Sostenere il processo di internazionalizzazione delle PMI: incrementare il numero di imprese di settori Meccatronica, Abitare ed Energia e Ambiente che attivano processi di internazionalizzazione ed il numero di imprese del settore agroalimentare che differenziano i mercati di sbocco...	Scheda 7 Scheda 8
--	---	---------------------------------

6. Dagli obiettivi strategici agli obiettivi operativi

Gli obiettivi strategici indicati nel precedente capitolo 5 sono stati poi declinati in obiettivi operativi a cui si giunge mediante da programmi di intervento ed azioni qui rappresentati:

Riferimento obiettivo Strategico	Programmi / Azioni	Allegato
Scheda 1	▪ Incrementare significativamente il numero di informazioni statistiche sul portale www.starnet.unioncamere.it e promuoverne la diffusione ○ Raccolta dei dati, elaborazione e caricamento (Infocamere, Istat, Tagliacarne) ○ Creazione nuova banca dati ○ Promozione dell'informazione economica ▪ Realizzazione del piano di marketing urbano per tre Comuni con il 50% dei costi a carico delle municipalità ○ Realizzazione attività propedeutiche ▪ Promuovere la cantierabilità del progetto CAMPUS dell'Automotive e sostenere il programma di filiera dell'AUTOMOTIVE ○ Garantire il supporto tecnico alle attività dell'accordo stipulato dagli enti ▪ Rafforzamento della competitività delle imprese locali; realizzazione di una strategia di marketing turistico coordinata; realizzazione del progetto di promozione turistica Costa dei Trabocchi ○ Realizzazione piano di interventi previsti dal progetto "Intesa Comprensorio Costa dei	Scheda 1.1 Scheda 1.2 Scheda 1.3

	Trabocchi" ○ Osservatorio Turistico Provinciale ○ Organizzazione di press tour/educational tour ○ Marchio di qualità ospitalità italiana ■ Costante e graduale incremento delle imprese e dei soggetti partecipanti agli eventi formativi/informativi e che attivano gli strumenti proposti ○ Selezione del database delle imprese potenzialmente interessate ○ realizzazione azioni di formazione ed eventi informativi	Scheda 1.4 Scheda 1.5
Scheda 2	■ realizzazione corsi di formazione ○ n. 1 Corso per ciascuna Area ○ n. 1 corso per tutto il personale camerale ○ Corsi specifici per argomenti ■ Miglioramento grado di trasparenza ○ Creare uno scadenziario delle iniziative, corredato da informazioni su responsabili, elementi formali dei dati da trasmettere, scadenza iniziativa prevista dalla normativa, data completamento iniziativa, stato di avanzamento e campo note relativo allo scostamento (se presente) tra la scadenza prevista e la data di completamento ○ Coordinamento delle attività legate alla manutenzione e gestione del sito ○ Pianificazione e realizzazione delle giornate della trasparenza ○ Pianificazione e realizzazione di una giornata formativa dedicata alla condivisione del programma della trasparenza e del piano delle performance ■ Rispettare le scadenze previste nell'ambito delle norme e delle delibere CIVIT ○ Definizione di un cruscotto di indicatori e integrazione degli indicatori Pareto con gli indicatori del sistema camerale ○ Attività di supporto per la definizione del sistema di misurazione e valutazione individuale ■ Incremento consultazione informazioni via web e miglioramento gradimento servizi camerali ○ Programmazione annuale di un piano di comunicazione ○ Potenziamento della newsletter camerale ○ Realizzazione materiali informativi sui servizi	Scheda 2.1 Scheda 2.2 Scheda 2.3

25

	aggiunto e formazione del personale delle strutture esterne coinvolte ▪ Mantenimento e miglioramento dei tempi di evasione delle pratiche ○ Gestione delle pratiche di competenza nel rispetto delle procedure ○ Predisposizione verbali di sanzioni e gestione intero ciclo di attività connesse	Scheda 2.8 Scheda 2.9
Scheda 3	▪ Copertura SUAP sul territorio ○ Monitoraggio della distribuzione degli Sportelli Unici sul territorio della Provincia di Chieti. Attivazione e gestione telematica da parte della CCIAA del servizio per i comuni che non hanno attivato il SUAP	Scheda 3.1
Scheda 4	▪ Incremento significativo (+15%) nel triennio 2011-2013 del numero complessivo delle richieste di mediazione e di arbitrato presentate alla Segreteria del Servizio di Mediazione Civile e della Camera Arbitrale ○ Revisione del Regolamento di conciliazione camerale e della modulistica; Revisione sito web camerale dedicato alla conciliazione/mediazione; Formazione ad hoc per: il personale camerale addetto al servizio di conciliazione/mediazione, i conciliatori/mediatori camerali ○ Realizzazione di Protocolli di Intesa per la gestione della conciliazione “obbligatoria” e della conciliazione “giudiziaria” e “delegata” ○ Revisione del modello organizzativo e funzionale attualmente vigente per far fronte all’incremento delle pratiche di mediazione presso la Camera che si determineranno in seguito all’avvenuta evoluzione legislativa ; Introduzione della mediazione on-line ○ Incentivazione economica alla sostituzione, negli statuti societari, delle clausole compromissorie binarie con quelle che prevedano la risoluzione dei conflitti societari tramite l’arbitrato amministrato della Camera di Commercio di Chieti ▪ Incremento, rispetto all'anno 2010, del numero dei contratti-tipo, tenendo presenti le esigenze e le richieste espresse dagli operatori, dalle Associazioni di categoria e dalle Associazioni dei consumatori; Incremento delle attività ispettive sul mercato disposte disposte conformemente a quanto previsto	Scheda 4.1

	dalle direttive nazionali e dagli obiettivi UE; Monitoraggio delle condizioni generali di contratto predisposte dai gestori del servizio idrico della provincia di Chieti; ○ Predisposizione di contratti-tipo tra imprese, loro associazioni e associazioni di tutela degli interessi dei consumatori e degli utenti ○ Monitoraggio delle condizioni generali di contratto e della carta dei servizi predisposti dalla ACA Spa. ○ realizzazione Progetto SVIM (Convenzione di cui alla Deliberazione della Giunta Camerale n. 25/2010); formazione ad hoc per il personale preposto alla attività ispettiva, nonché revisione organizzativa, tecnica e strumentale (Progetto Fondo di Perequazione 2007 – 2008 – codice 96)	Scheda 4.2
Scheda 5	■ Orientamento al lavoro ed all'imprenditorialità ○ Incontri con l'impresa: realizzazione di percorsi di orientamento all'imprenditoria per Istituti superiori ed Università da svilupparsi in collaborazione con Ufficio Provinciale Scolastico di Chieti ed Associazioni di categoria ○ Laboratorio territoriale: Focalizzato sul tema della internazionalizzazione il laboratorio sarà un momento di incontro tra vari attori locali per fare emergere i fabbisogni di professionalità e le competenze necessarie per lo sviluppo della competitività delle imprese e, nel contempo, per migliorare la relativa capacità di risposta dei vari sistemi formativi (scuola, Università, formazione professionale e formazione continua), sviluppando proposte formative coerenti con i fabbisogni professionali e formativi espressi dalle imprese attive sul territorio ○ Centro impresa simulata ○ Business planning	Scheda 5.1
Scheda 6	■ Assistenza alle imprese ○ Servizi alle PMI annualità 2011 ○ Incontri con l'Europa	Scheda 6.1
Scheda 7	■ Innovazione tecnologica ○ Servizi di assistenza della rete Enterprise Europe Network per il trasferimento tecnologico ○ BIRTT Abruzzo	

	O Incontri con la Tecnologia	Scheda 7.1
Scheda 8	▪ Internazionalizzazione O Servizi di informazione e assistenza della rete Enterprise Europe Network per la business cooperation O Attivazione strumenti promozionali messi a disposizione dal sistema camerale nazionale O Incontri con i mercati esteri O Business English O IPA CBC Adriatic	Scheda 8.1

Ciascuna scheda, indicata in allegato, contiene la descrizione dell'obiettivo collegato a ciascuna azione relativa al programma di intervento, i risultati attesi gli indicatori di monitoraggio con la loro descrizione dettagliata, il responsabile e le risorse umane coinvolte. L'anagrafica degli indicatori, riportata in ogni scheda di programmazione sia strategica che operativa, potrà essere oggetto di modifiche e integrazioni in relazione al completamento del processo di misurazione e valutazione.

a. Obiettivi assegnati al personale dirigenziale

Con l'approvazione del piano della performance la Giunta camerale assegna al Segretario Generale l'obiettivo di attivare quanto in esso indicato.

Il Segretario Generale, con proprio provvedimento, assegna gli obiettivi alla dirigenza. A loro volta i Dirigenti, sulla base delle funzioni operative svolte, assegna gli obiettivi al personale in coerenza sia con le schede di programmazione strategiche/operative allegate al presente piano sia tese a migliorare l'erogazione dei servizi nell'ottica dell'efficienza, efficacia ed economicità.

7. 1 processo seguito e le azioni di miglioramento del Ciclo di gestione della Performance

a. Fasi, soggetti e tempi del processo di redazione del Piano

Il processo di definizione del Piano delle Performance adottato dalla Camera di Commercio di Chieti si articola nelle seguenti fasi:

- Costituzione di un gruppo lavoro per la stesura del Piano delle Performance e coinvolgimento dei Dirigenti e Responsabili di Servizio/Ufficio.
- Realizzazione di un breve programma formativo sugli obblighi previsti dal D. Lgs. 150/2009 e sulle delibere CIVIT relative al ciclo della performance, destinato a tutti i Dirigenti e Responsabili di Servizio/Ufficio dell'Ente.

- Progettazione, formalizzazione e condivisione di schede da utilizzare per la raccolta strutturata delle informazioni relative agli obiettivi strategici e operativi.
- Analisi dei documenti di programmazione previsti dal D.P.R. 2 novembre 2005 n. 254 (ciclo di pianificazione delle Camere di Commercio) per la corretta individuazione delle aree strategiche e degli obiettivi strategici.
- Compilazione delle schede relative agli obiettivi strategici sulla base dei documenti di programmazione.
- Compilazione delle schede relative agli obiettivi operativi da parte di ciascuna area organizzativa e azienda speciale.
- Verifica della coerenza tra obiettivi strategici e obiettivi operativi, come precedentemente definiti.
- Stesura del Piano delle performance sulla base della documentazione precedentemente prodotta.

Nel processo sono stati coinvolti la Direzione camerale, L'Organismo Indipendente di Valutazione e i responsabili di ciascuna area organizzativa e dell'Azienda Speciale, nonché il costituito gruppo di lavoro che svolgerà anche attività di supporto all'Organismo Indipendente di Valutazione.

b. Coerenza con la programmazione economico-finanziaria e di bilancio

Come indicato al precedente § 7.1, l'analisi dei documenti di programmazione previsti dal D.P.R. 2 novembre 2005 n. 254 ha costituito parte integrante del processo di realizzazione del presente Piano. In particolare, essa è servita da riferimento per la individuazione delle aree strategiche di intervento della Camera di Commercio, che sono dettagliate nel documento di Programmazione Pluriennale della Camera di Commercio di Chieti. Tale documento, a sua volta, costituisce la base su cui i documenti di dettaglio di programmazione economico-finanziaria sono costituiti.

Pertanto la coerenza tra i diversi documenti di programmazione ed il Piano delle Performance risulta assicurata ex ante. Mentre, nel rispetto delle regolamentazioni ancora vigenti per il corrente anno, le schede di programmazione predisposte, sia strategiche che operative, verranno prontamente aggiornate a seguito di eventuali variazioni che dovessero intervenire nella destinazione delle risorse legate al continuo mutamento dello scenario economico in cui la Camera di Commercio si trova ad operare.

c. Azioni per il miglioramento del Ciclo di gestione delle performance

I tempi con i quali è stato avviato il Ciclo di gestione delle performance hanno reso necessaria una azione di ricostruzione degli obiettivi strategici e operativi a partire dalla documentazione già prodotta nel processo di programmazione.

In relazione al prossimo ciclo di programmazione (fine 2011 in funzione dell'anno 2012), la Camera di Commercio di Chieti si propone di rivedere il processo di produzione del Piano delle Performance in modo da renderlo contestuale al ciclo di programmazione. In questo modo gli obiettivi strategici discenderanno direttamente dal Programma Pluriennale e dalla Relazione Previsionale e Programmatica, mentre gli obiettivi operativi e quelli dei dirigenti e dei responsabili di unità organizzativa in posizione di autonomia e responsabilità dal Budget Direzionale. Le risorse economiche e finanziarie saranno previste coerentemente con quanto predisposto nel Preventivo Economico dell'esercizio in programmazione.

Per conseguire questo obiettivo, la Camera di Commercio di Chieti nel corso del 2011 ha in animo di:

- Completare il sistema di misurazione e valutazione che potrà comportare, se necessario, la ridefinizione dell'anagrafica degli indicatori allegate alle schede di programmazione strategiche ed operative del presente piano;
- Armonizzare il sistema di Valutazione dei Dirigenti ai requisiti del D.Lgs. 27 ottobre 2009 n. 150;
- Armonizzare il sistema di Valutazione del Personale ai requisiti del D.Lgs. 27 ottobre 2009 n. 150;
- Armonizzare il sistema ed il processo di Pianificazione e Programma economico-finanziario dell'Ente ai requisiti del D.Lgs. 27 ottobre 2009 n. 150.

Attraverso questo percorso, la Camera di Commercio di Chieti si propone di ricostituire la integrazione tra i diversi sistemi gestionali e con il D.Lgs. 27 ottobre 2009 n. 150, in modo da minimizzare l'impegno per la produzione dei relativi documenti di reporting.

8. Allegati tecnici

All. 1 Organigramma dell'Ente

All. 2 Obiettivi strategici

All. 3 Obiettivi operativi