



Piano degli Indicatori e dei Risultati Attesi di Bilancio Anno 2014

Allegato alla deliberazione della giunta camerale n. XX del 20 dicembre 2013



Sommario

Premessa.....	3
1.- Analisi del contesto di riferimento	5
Il contesto esterno.....	5
Il contesto normativo.....	9
Il contesto interno.....	10
2.- La Strategia della Camera di commercio di Trapani	16
La Mappa Strategica	16
3. Missioni.....	18
Missione 011 - Competitività e sviluppo delle Imprese	18
Missione 012 - Regolazione dei mercati	26
Missione 016 - Commercio Internazionale ed Internazionalizzazione del sistema produttivo	31
Missione 032 - Servizi Istituzionali e generali delle Amministrazioni Pubbliche	34



Premessa

Il presente documento, allegato al Bilancio di previsione 2014, presenta il 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.

Il Piano, con valenza programmatica triennale, presenta gli obiettivi che l'amministrazione intende perseguire nel triennio di riferimento, 2014-2016, coerentemente con gli stessi programmi di Bilancio ed è coerente 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.



Pertanto, il documento, nella sua dimensione principale, coerentemente alle suddette linee guida, illustra gli obiettivi e le azioni, già individuati in sede di Relazione Previsionale e Programmatica 2014 in relazione alle linee strategiche definite in sede di approvazione del programma di mandato, riclassificati sulla base delle missioni e dei programmi definiti con la più volte citata circolare n. 148213 del 12 settembre 2013, esponendo tali contenuti in termini di schede di performance articolate per Missione e Programma di Spesa, Obiettivo da Mappa Strategica, Indicatori, Target, Risorse Economiche, ecc. Gli indicatori qui individuati saranno tenuti presenti in sede di aggiornamento del piano della performance per il triennio 2014/2016.

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 rappresentano lo scenario nel quale si sviluppa 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 2013 la suddetta analisi in relazione al contesto socio-economico e al contesto interno.

Il contesto esterno

Una delle crisi economiche più pesanti mai registrate, non poteva non esplicitare i suoi effetti su un'economia debole come quella della nostra provincia. Anche se il peggioramento congiunturale del 2012 non è privo di alcune indicazioni tutto sommato positive da parte di alcuni settori, non secondari per la nostra economia.

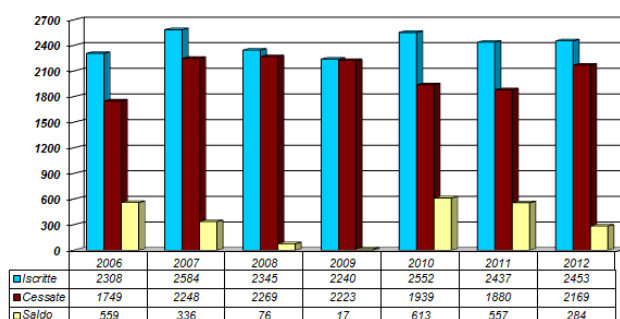
Il nostro tessuto imprenditoriale ha registrato, dopo il lieve calo dello scorso anno, un decremento della nati-mortalità imprenditoriale abbastanza sostenuto (-0,37%), frutto di una discreta vitalità in entrata delle nuove imprese, ai livelli massimi del periodo, ma anche di una ben più consistente accelerazione in uscita di quelle esistenti (il saldo è di 176 imprese in meno).



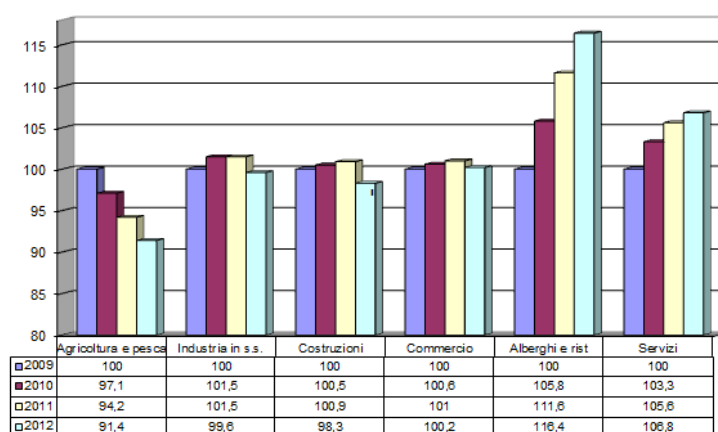
L'aspetto positivo dell'analisi della nati-mortalità imprenditoriale è che le iscrizioni si mantengono ad un livello abbastanza elevato, addirittura al di sopra dell'anno precedente, a dimostrazione del fatto che la crisi sembra incidere in modo differenziato sui flussi di entrata e di uscita dal sistema imprenditoriale.

Come a voler indicare che la voglia d'impresa è difficile da scoraggiare, mentre la resistenza di chi è già sul mercato, con anni di deterioramento del ciclo produttivo, viene più facilmente messa in crisi dal prolungato peggioramento del clima economico.

Serie storica iscrizioni, cessazioni e saldo delle imprese (al netto del comparto agricolo) in prov. di Trapani - Anni 2006-2012



Trend di crescita del tessuto imprenditoriale per settori in provincia di Trapani dal 2009 al 2012 (2009=100)



Entrando nel dettaglio delle categorie imprenditoriali che costituiscono il tessuto economico trapanese, cioè le imprese femminili, extracomunitarie e giovanili, il bilancio anagrafico del 2012 evidenzia alcuni fenomeni degni di nota, perché da essi sembra dipendere sempre più l'evoluzione della base imprenditoriale un po' in tutti i territori.

Se il calo registrato complessivamente dal nostro tessuto imprenditoriale non ha raggiunto livelli ancor peggiori lo si deve al contributo dato dall'imprenditoria straniera (cresciuta nel 2012 del 3,7%, pari a 65 unità in più) e soprattutto da quella femminile (+0,7%, con circa 100 imprese in più), che rappresenta, per essere il raggruppamento con la maggiore incidenza sul totale delle imprese, uno dei motivi del tutto sommato ridotto decremento del nostro tessuto imprenditoriale.

Purtroppo la spinta positiva offerta da stranieri e donne è stata vanificata, in modo addirittura peggiorativo, proprio dalla categoria che meno ci saremmo aspettati, cioè dai giovani, imprenditori con meno di 35 anni, che hanno registrato un calo del 3% su base annua, cioè una perdita di circa 190 imprese da loro condotte, cui va aggiunta la pessima performance offerta dall'artigianato, che, in un solo anno, ha visto fuoriuscire quasi 200 imprese, tante quante se ne erano perse negli ultimi 3 anni, con un tasso di mortalità mai registrato prima dell'8,5%.



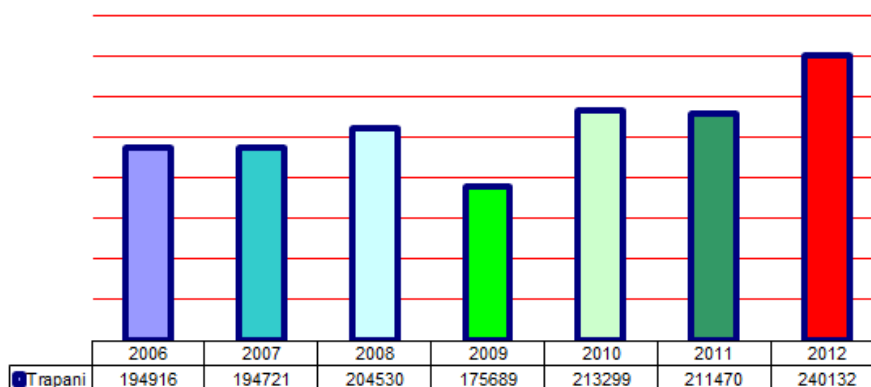
Altra conseguenza della negativa congiuntura economica del nostro territorio è l'ulteriore appesantimento del mercato del lavoro trapanese: continua incessante, infatti, la perdita di posti di lavoro, anche se meno intensa di quanto ci si sarebbe aspettato e le cui motivazioni saranno più chiare più avanti e di quanto accaduto a livello medio siciliano. Gli occupati sono passati, nell'ultimo anno, da oltre 122 mila a 121 mila 600, con un trend decrescente, in controtendenza con la sostanziale stasi del dato medio nazionale, che ci allontana ulteriormente dai livelli occupazionali italiani.

Inoltre il peggioramento della congiuntura si è inevitabilmente riflesso sulla qualità del credito in tutti i territori ed in particolare nella nostra provincia (l'incremento delle sofferenze è stato del 16% su base annua contro il 13% della media regionale e l'11% dell'Italia): il flusso di nuove sofferenze nella nostra provincia, al 30 settembre 2012, ha sfiorato il 14%, facendoci segnare il triste primato a livello regionale di provincia con la peggiore qualità del credito e certamente una delle peggiori in Italia, visto che il livello medio nazionale arriva appena al 6%.

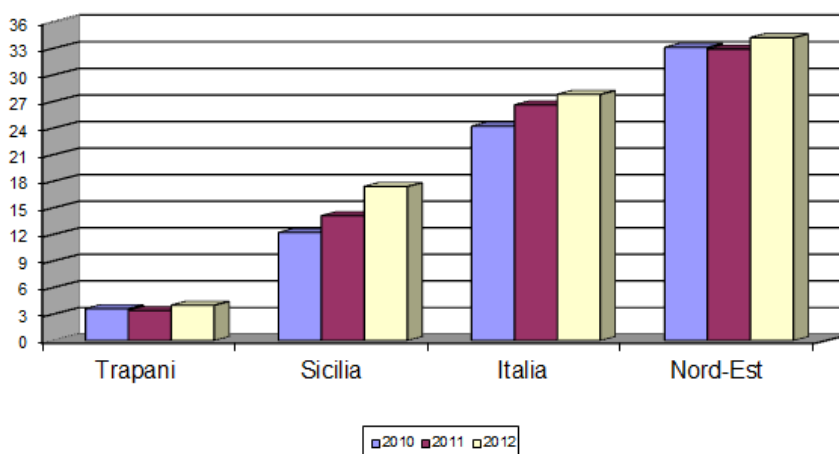
Oltre alle difficoltà di accesso al credito, un'altra barriera esterna alla crescita del sistema imprenditoriale del nostro territorio, anche se tanto è stato fatto negli ultimi tempi, almeno per gli aspetti maggiormente legati ai fattori economici, è rappresentata dalla modesta dotazione infrastrutturale. All'ottima situazione delle infrastrutture economiche, si contrappone un indice relativo alle infrastrutture sociali che, complessivamente, è pari alla metà di quello nazionale, con evidenti ritardi per le strutture sanitarie e culturali, per cui poco o niente si continua a fare, visto che l'indice complessivo delle infrastrutture sociali continua a ridursi.

Andando invece ad analizzare il contesto specifico del nostro sistema imprenditoriale si riscontra ancora una bassissima propensione all'export del nostro sistema economico, misurato dal rapporto tra esportazione e Valore Aggiunto, pari al 4%, in netto aumento nel corso del 2012 (era pari al 3,4%), ma pur sempre lontano anni luce dalla propensione media nazionale, 7 volte superiore alla nostra, e dai territori più evoluti come il Nord-est, dove il rapporto è addirittura pari al 37% (quasi 10 volte il nostro).

Trend controvalore export in provincia di Trapani - Anni 2006-2012



Serie storica Propensione all'export per territorio dal 2010 al 2012



Nonostante la bassissima propensione all'export del nostro sistema economico, le vendite all'estero hanno fatto registrare, in particolare per i settori maggiormente vocati, un crescita considerevole: le esportazioni hanno raggiunto, per la prima volta, la soglia dei 240 milioni di euro, con uno sviluppo su base annua del 13,6%, nettamente più elevata di quanto registrato a livello nazionale (+3,6%), ma al di sotto della crescita siciliana, trainata però dalle vendite di prodotti petroliferi siracusani, che da sole rappresentano oltre il 70% dell'export regionale.

L'export trapanese continua ad essere trainato dai due comparti maggiormente vocati, cioè il vinicolo e il marnifero, in particolare le vendite di prodotto lavorato, che rappresentato ormai quasi il 50% del controvalore delle vendite all'estero e che hanno, nel corso del 2012, amplificato il trend di crescita in atto da alcuni anni.



Altro settore che non sembra risentire della negativa congiuntura è quello turistico, anche se incomincia a notarsi qualche rallentamento del trend: i dati forniti dalla provincia evidenziano un lieve aumento delle presenze, frutto di una crescita degli italiani e di un calo degli stranieri, soprattutto scandinavi, spagnoli e britannici, mentre fanno segnare progressi tra il 50 e il 60% francesi e statunitensi. In particolare i cugini d'oltralpe sono diventati i primi frequentatori non italiani della nostra provincia e, con oltre 127 mila presenze, rappresentano oltre 1/5 della domanda straniera.

Per gli italiani il saldo positivo risulta determinato per l'80% dai nostri conterranei, che si confermano, con una quota totale del 27%, i primi clienti delle nostre strutture ricettive, seguiti da umbri, emiliani e liguri, mentre fanno registrare un calo le presenze di lombardi, campani e pugliesi.

Le statistiche fornite da Bankitalia sono ancor più favorevoli ed evidenziano, per il 2012, una tendenza nettamente al rialzo, sia per i pernottamenti che per le spese da parte degli stranieri.

Comunque, da qualsiasi punto di vista lo si guardi, il settore turistico, in questi ultimi anni, è stato uno dei pilastri del nostro tessuto economico, vale la pena ricordare che appena 8 anni prima, cioè nel 2004, le strutture ricettive erano molto meno della metà delle 768 di oggi e soprattutto l'offerta era carente di strutture di qualità e di bed&breakfast. Oggi possiamo contare su ben 39 alberghi 4 e 5 stelle, ben 334 bed&breakfast e 169 alloggi dati in affitto, strutture queste ultime che hanno spesso rappresentato per molte famiglie e molti giovani un'opportunità per tirare avanti.

Il contesto normativo

Il quadro normativo di riferimento rimane caratterizzato, a livello generale, da forti cambiamenti e restrizioni che richiedono all'Ente un costante bisogno di reinterpretersi e riadattarsi per meglio rispondere al contesto evolutivo. Un forte ostacolo è rappresentato, in particolare, dalle limitazioni della spesa relative ai consumi intermedi che non si 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).

Al fine di meglio adempiere a quanto finora descritto e orientarsi sempre di più verso la programmazione e la trasparenza della sua azione, la Camera di Commercio di Trapani ha già approvato e pubblicato sul sito camerale il Programma pluriennale per la trasparenza e l'integrità per gli anni 2013-2015, il Piano triennale di prevenzione della corruzione 2013-2015 e il Piano della triennale della performance per l'esercizio per gli anni 2013-2015, di cui si appresta a redigere l'aggiornamento a scorrimento per il triennio successivo.

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

Relativamente ai servizi anagrafico-certificativo, le rilevanti novità normative e procedurali, che hanno connotato l'ultimo triennio (da Comunica all'attivazione dei Suap, dall'applicazione dei decreti attuativi della Direttiva Bolkestein sugli ex-ruoli all'abolizione dell'Albo delle Imprese Artigiane, dall'introduzione di nuovi adempimenti pubblicitari – relativi alle procedure concorsuali, alla PEC, ai contratti di rete, alle società a responsabilità limitata, ecc. - all'adeguamento delle imprese di installazione impianti al D.M. n. 37/2008) e che troveranno attuazione o ulteriore sviluppo nel corso dell'anno 2014, 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

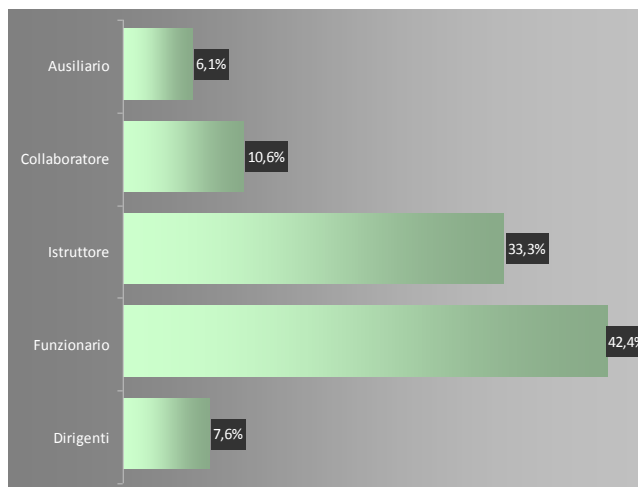
Le Risorse umane della Camera di commercio

La struttura organizzativa dell'Ente può essere così rappresentata:



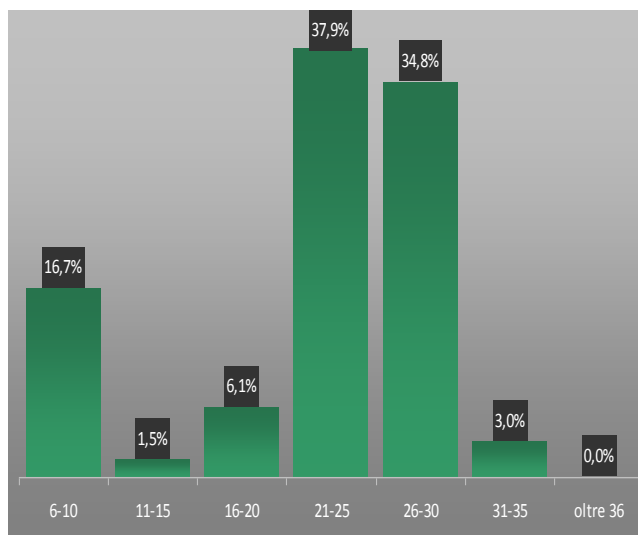
Composizione per profilo professionale

Profilo professionale	Valore	%
Dirigenti	5	7,6%
Funzionario	28	42,4%
Istruttore	22	33,3%
Collaboratore	7	10,6%
Ausiliario	4	6,1%



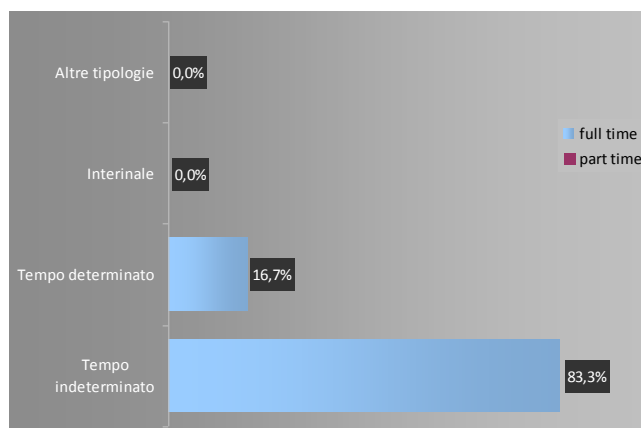
Composizione per anzianità di servizio

Classe di anzianità	Valore	%
6-10	11	16,7%
11-15	1	1,5%
16-20	4	6,1%
21-25	25	37,9%
26-30	23	34,8%
31-35	2	3,0%
oltre 36	-	-



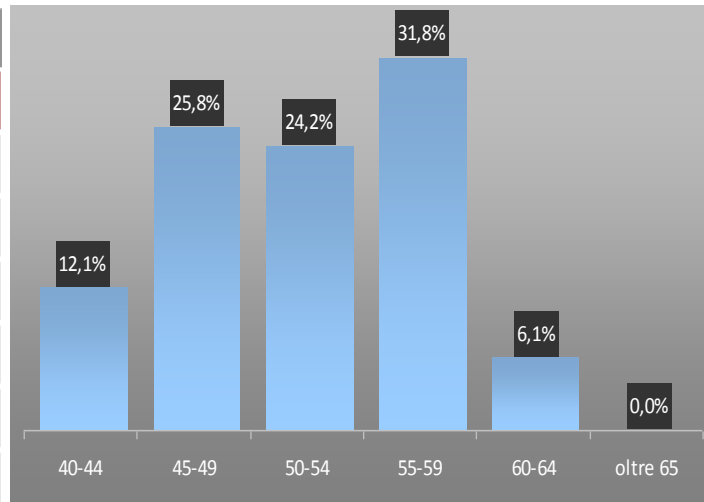
Composizione per tipologia contrattuale

Tipologia	full time	part time
Tempo indeterminato	55	-
Tempo determinato	11	-
Interinale	-	-
Altre tipologie	-	-



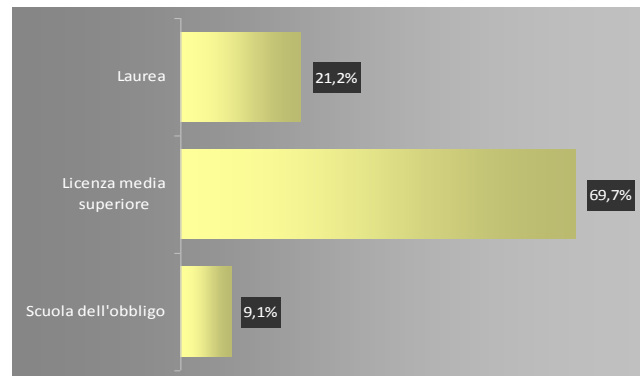
Composizione per classi d'età

Classe d'età	Valore	%
40 - 44	8	12,1%
45 - 49	17	25,8%
50 - 54	16	24,2%
55 - 59	21	31,8%
60 - 64	4	6,1%
oltre 65	-	-



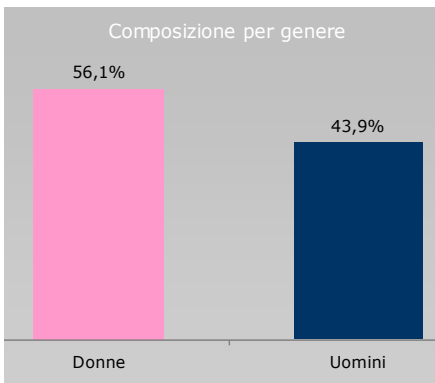
Composizione per titolo di studio

Titolo di studio	Valore	%
Scuola dell'obbligo	6	9,1%
Licenza media superiore	46	69,7%
Laurea	14	21,2%

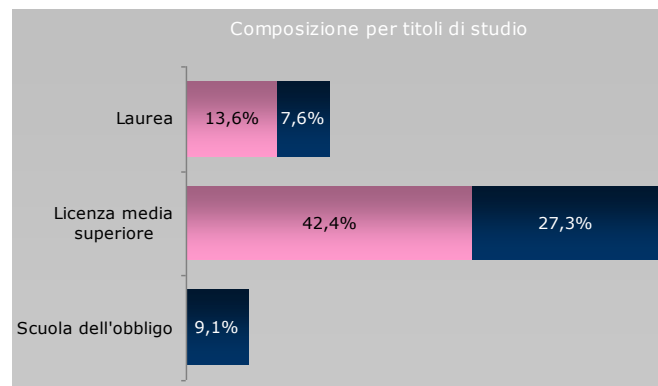


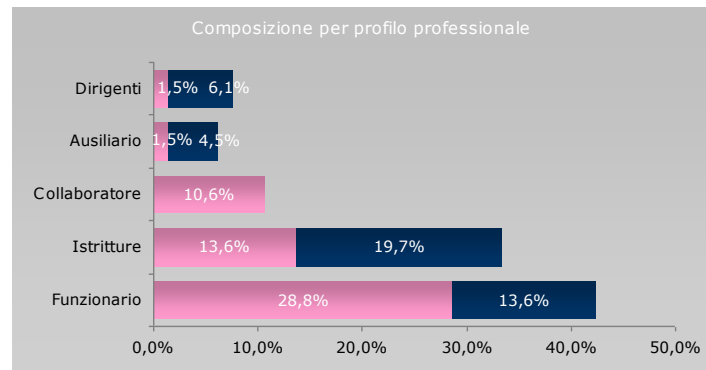
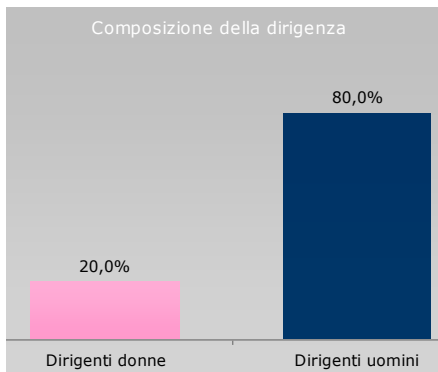
Le politiche di genere

Composizione per genere



Composizione per titoli di studio

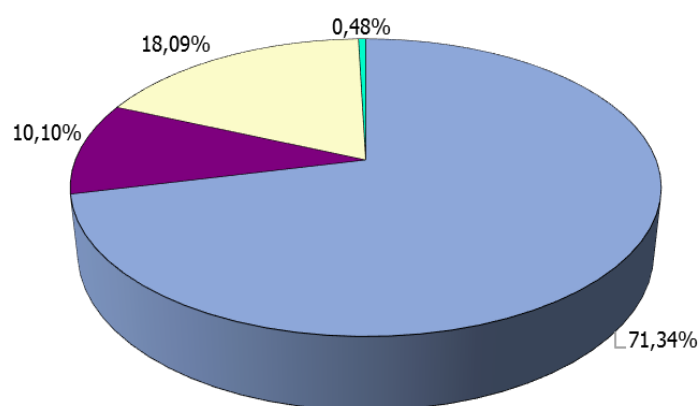




Le risorse finanziarie della Camera di commercio

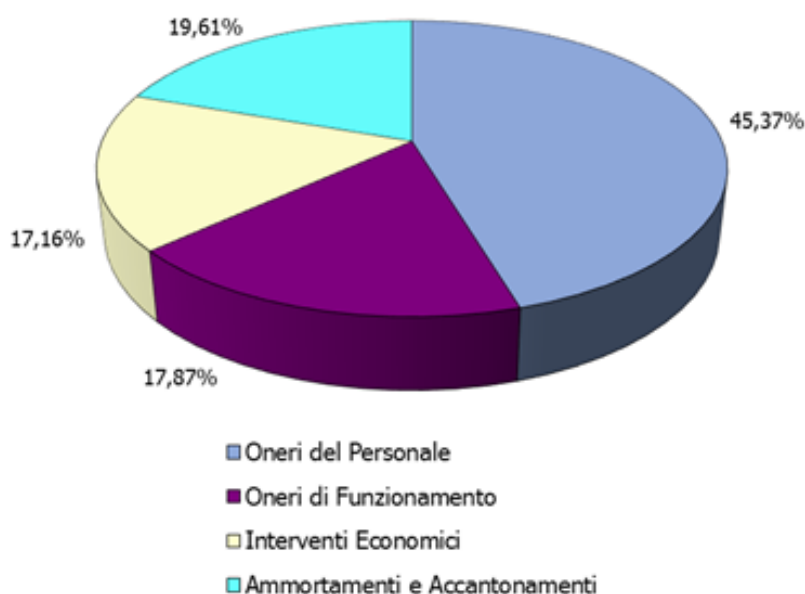
La Camera di commercio di Trapani ha definito la propria pianificazione economico-finanziaria in coerenza con gli obiettivi strategici definiti nei documenti di programmazione e i risultati conseguiti negli anni precedenti. Di seguito si riportano le rappresentazioni di sintesi delle previsioni dei proventi e degli onori per l'anno 2014.

PROVENTI GESTIONE CORRENTE	Valore in €	%
Proventi della gestione corrente derivanti dal Diritto annuale	€ 8.840.00	71,34%
Proventi della gestione corrente derivanti dai Diritti di segreteria e oblazioni	€ 1.251.000	10,10%
Proventi della gestione corrente derivanti da proventi da gestione di beni e di servizi	€ 2.241.550	18,09%
Proventi della gestione corrente derivanti da contributi	€ 59.100	0,48%
Variazione delle rimanenze	0	0%



- Proventi da Diritto Annuale
- Proventi da Diritti di Segreteria
- Proventi da Contributi ed altre entrate
- Proventi da gestione di Beni e servizi

ONERI GESTIONE CORRENTE	Valore in €	%
Oneri della gestione corrente riferiti al costo del personale	€ 3.228.617	45,37%
Oneri della gestione corrente riferiti alle iniziative di promozione economica	€ 2.128.008	17,16%
Oneri della gestione corrente riferiti al funzionamento	€ 2.216.067	17,87%
Ammortamenti e Accantonamenti	€ 2.432.560	19,61%



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

Obiettivo Strategico	RISORSE
PROMUOVERE E QUALIFICARE L'OFFERTA TURISTICA	€ 468.000
PROMUOVERE, VALORIZZARE E TUTELARE LE PRODUZIONI TIPICHE LOCALI	€ 590.000
STIMOLARE L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE	€ 580.000
CREARE UN SISTEMA IMPRENDITORIALE DI QUALITÀ PROMUOVENDO LA CRESCITA DEL CAPITALE UMANO	€ 330.000
PROMUOVERE LA DIFFUSIONE DEGLI STRUMENTI DI GIUSTIZIA ALTERNATIVA	€ 130.000
RAFFORZARE LE ATTIVITÀ DI VIGILANZA E CONTROLLO E ACCRESCERE LA TRASPARENZA DEL MERCATO	€ 30.000
TOTALE	€ 2.128.008



2.- La Strategia della Camera di commercio di Trapani

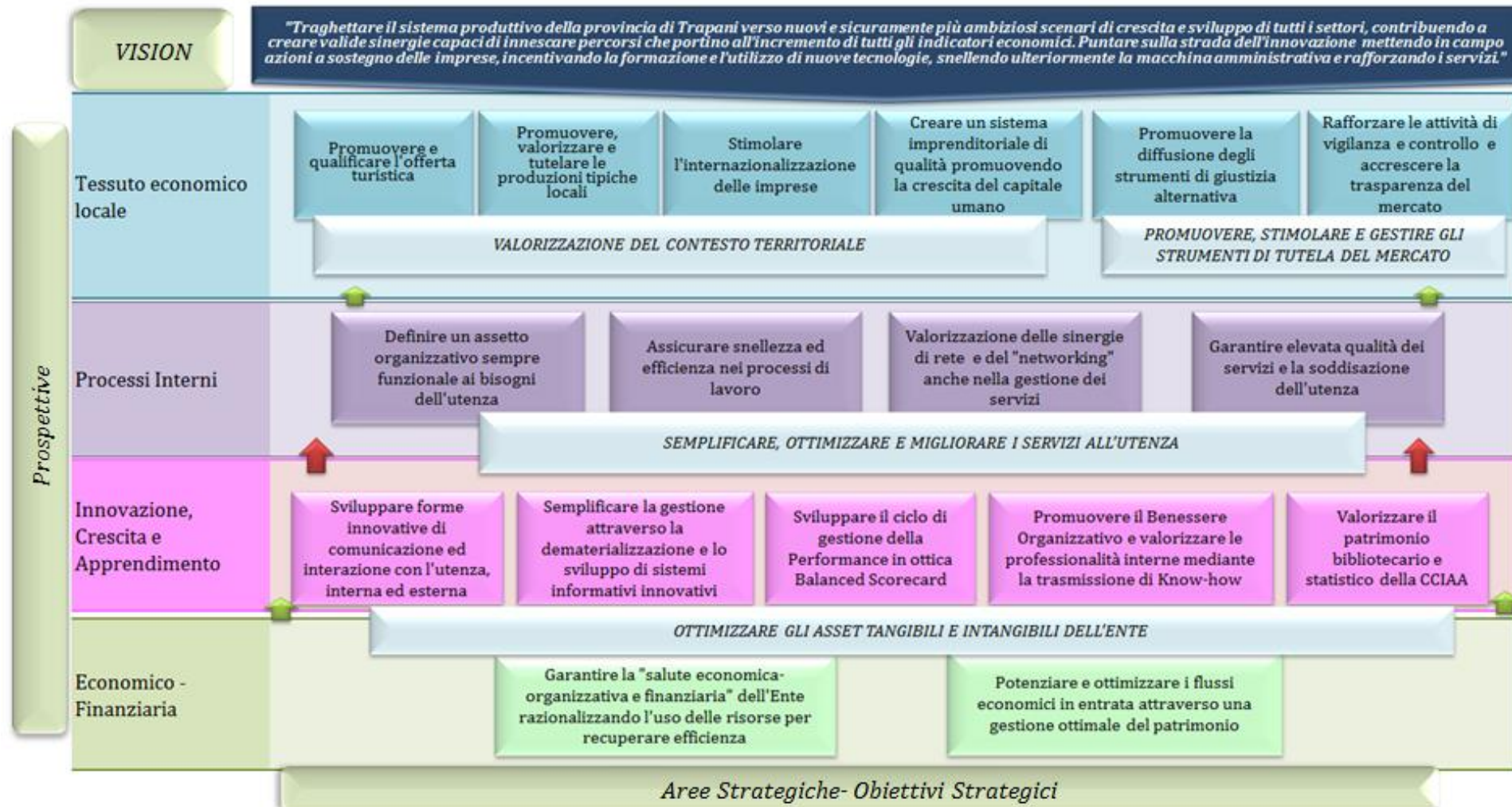
La Mappa Strategica

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 da conseguire per l'anno 2014-2016, mediante la declinazione della Vision dell'Ente in Linee Strategiche e relativi Obiettivi Strategici, tra loro collegati da specifiche relazioni di causa effetto.

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

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

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



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.

Missione 011 - Competitività e sviluppo delle Imprese

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

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

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

Obiettivo: Promuovere e qualificare l'offerta turistica

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

strettamente correlati con la promozione del turismo e delle tipicità locali, ed anche correlati allo sviluppo di altri settori.

Alla stessa finalità risponde la partecipazione, prevista per l'annualità 2014, al progetto del Fondo di perequazione "Sportelli turismo: sviluppo del marchio ospitalità italiana e valorizzazione del sistema dei beni culturali dei territori".

Il progetto si pone l'obiettivo di rafforzare la presenza del sistema di certificazione Ospitalità Italiana sensibilizzando le imprese della filiera turistica verso l'adozione dei criteri di qualità del Marchio Ospitalità Italiana, oltre che di stimolare un approccio imprenditoriale alla gestione e valorizzazione delle risorse culturali (beni, musei, opere d'arte, monumenti ecc.) per innestare meccanismi positivi, anche di mecenatismo moderno.

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

Al fine di dare una concreta prospettiva di sviluppo al territorio, nel corso del 2013, la Camera di Trapani ha dichiarato il proprio impegno in maniera fattiva attraverso il sostegno al potenziamento dell'aeroporto Vincenzo Florio, che con il suo notevole flusso di passeggeri contribuisce alla crescita economica dell'intero comprensorio, e all'accordo per lo svolgimento coordinato di tutte le attività finalizzate al supporto dell'incremento dei flussi turistici in ingresso sul territorio della provincia di trapani.

Obiettivo Strategico	PROMUOVERE E QUALIFICARE L'OFFERTA TURISTICA
Obiettivo	Azioni/Progetti/Iniziative
Sviluppare il sistema turistico locale e stimolare la destagionalizzazione, il turismo culturale e locale	Realizzazione di iniziative di promozione turistica Progetto Fdp: "Sportelli turismo: sviluppo del marchio ospitalità italiana e valorizzazione del sistema dei beni culturali dei territori"
Favorire il decollo di iniziative innovative per promuovere il turismo e la conoscenza delle attrattive provinciali	- Potenziamento del sistema di wi-fi free zone e del portale per la diffusione dei servizi turistici ed estensione del servizio su nuove aree della provincia - Divulgazione del servizio attraverso media e altri canali



Obiettivo: Promuovere, valorizzare e tutelare le produzioni tipiche locali

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

In tal senso proseguiranno 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. In particolare si punterà all'incremento e al miglioramento degli standard di efficacia e di efficienza con lo sviluppo ed il potenziamento dei servizi relativi alla certificazione di qualità di cui ai Piani di controllo dell'olio " Valli Trapanesi " e dei "Capperi di Pantelleria" e del "Sale Marino di Trapani" recentemente riconosciuto a I.G.P. - Indicazione Geografica Protetta dal Ministero delle risorse agroalimentari cercando, fra l'altro, di intraprendere iniziative tendenti alla approvazione, nel tempo, del disciplinare per la certificazione di qualità di altri prodotti agroalimentari della Provincia.

Inoltre, sempre al fine di promuovere e valorizzare le produzioni tipiche locali si prevede di realizzare e sostenere iniziative e progetti di rilievo, di promozione eno-gastronomica, che favoriscano la conoscenza e la valorizzazione delle tipicità locali.

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

Le iniziative realizzate nel corso del 2013 hanno consentito di approfondire ulteriormente la conoscenza della filiera alimentare di qualità ed anche di individuare alcuni territori in cui le tradizioni alimentari unite a quelle culturali e geografiche sono ancora vive e radicate; questi territori rappresentano un patrimonio importantissimo del nostro sistema economico ed un interessante strumento di promozione agli occhi degli operatori internazionali.

Un'ottima opportunità per dare visibilità ai nostri territori (ed alle imprese che vi operano), che sono stati alla base della nascita e dell'affermazione del modello alimentare mediterraneo è rappresentata da Expo 2015, che ha come tema l'alimentazione nei suoi diversi aspetti (economico, educativo, culturale, ambientale, ecc.). Per l'anno 2014, infatti, il progetto avrà lo scopo di creare strumenti per attrarre i visitatori all'Expo 2015 promuovendo il patrimonio gastronomico dell'intero territorio nazionale che è alla base della Dieta Mediterranea.



Un'altra iniziativa, prevista per il 2014, di valore strategico per l'Ente camerale per la promozione e valorizzazione delle produzioni tipiche locali è rappresentata dal Progetto "Club Bleu - la creazione di un club di prodotti trasversali nel settore della pesca artigianale", definito nell'ambito del Programma di Cooperazione Transfrontaliera Italia – Tunisia. Con il presente progetto si punterà alla promozione e allo sviluppo congiunto della pesca artigianale in entrambi i paesi, attraverso la creazione di un club di prodotti certificati della pesca, che soddisfi nello stesso tempo i pescatori artigianali e gli utenti finali dei prodotti (alberghi, ristoranti, venditori al dettaglio e grande distribuzione organizzata).

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

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

Anche nel 2014 la Camera per portare avanti il proprio programma di formazione per le imprese si avvarrà 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 particolare per l'anno 2014 si prevedono i seguenti interventi:

- 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.

In quest'ambito si continuerà, quindi, a collaborare con le Università per la realizzazione di progetti formativi e di orientamento che prevedano la realizzazione di stage, presso il nostro Ente, da parte di studenti iscritti prevalentemente alla facoltà di Economia e Commercio, Informatica, Comunicazione, Ingegneria Ambientale ecc. ecc. Sarà continuata e incrementata anche l'attività formativa rivolta agli studenti di istituti delle scuole superiori di Trapani e provincia, in particolare, con gli istituti tecnici commerciali e i licei scientifici, prevedendo oltre a incontri in sede anche visite di funzionari camerale presso gli istituti scolastici.

Particolare attenzione inoltre verrà data alla formazione sul tema delle reti di impresa, fattore che rappresenta una efficace strategia per lo sviluppo del tessuto imprenditoriale e un innovativo strumento competitivo per le aziende del nostro territorio, in particolare per le micro, piccole e medie imprese. A tal fine risponde la partecipazione al progetto del Mise "Reti di Impresa" all'interno del quale è prevista la realizzazione di azioni finalizzate a promuovere lo strumento delle reti di imprese, e favorire la stesura dei contratti di rete, privilegiando cicli seminariali sul territorio, ricerche e mappature delle reti e delle filiere, manualistica per la costituzione e la gestione delle reti di impresa, appositi studi di fattibilità e/o stesura delle relative tipologie contrattuali che si attagliano ai modelli organizzativi di rete per filiere distributive, produttive e per dimensione imprenditoriale. Inoltre al fine di sostenere l'avvio di nuova imprenditorialità e l'autoimpiego per promuovere processi di Job creation è previsto lo sviluppo del progetto Mise "i servizi integrati per la nuova imprenditorialità". Il progetto prevede una serie di iniziative finalizzate a promuovere e sostenere l'autoimpiego, la creazione e lo start-up di nuove imprese, attraverso il finanziamento di interventi destinati a realizzare un'offerta integrata di servizi di informazione, orientamento, formazione, assistenza tecnica ed accompagnamento all'imprenditorialità, sviluppando modelli analoghi a quelli dei Punti o Servizi Nuova Impresa.

Nel 2014 la Camera di commercio di Trapani al fine di migliorare la competitività del tessuto produttivo provinciale, muoverà la sua azione su iniziative finalizzate a facilitare il trasferimento dell'innovazione tecnologica ed organizzativa affinché le PMI possano introdurre innovazioni nei processi di produzione e nei modelli organizzativi. Gli interventi a favore delle PMI, in particolare, non dovrebbero puntare solo a facilitare la diffusione e il trasferimento delle innovazioni a livello locale, ma anche ad attivarne la domanda con strumenti adeguati. In tale ambito rientrano le azioni previste nel progetto "Servizi avanzati di IT e banda larga, risparmio energetico e trasferimento tecnologico; Azione 3: Trasferimento dell'innovazione tecnologica e organizzativa".



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

Obiettivo: Valorizzare il patrimonio bibliotecario e statistico della Camera di Commercio

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

Infatti, l'attività di elaborazione della relazione economica provinciale dovrà essere riferimento per l'attività di programmazione dell'Ente.

Particolare importanza riveste inoltre il patrimonio bibliotecario della Camera di commercio per il quale bisognerebbe attivare un progetto pluriennale di valorizzazione al fine di renderlo maggiormente fruibile dall'esterno anche attraverso un sistema di consultazione on-line.

Obiettivo	Azioni/Progetti/Iniziative
Realizzazione di un progetto per la valorizzazione del patrimonio bibliotecario volto a consentire la consultazione del catalogo on line	Avvio del Progetto: valorizzazione del patrimonio bibliotecario



Missione	011 - Competitività e sviluppo delle Imprese
Benefici Attesi	<p>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</p> <p>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</p> <p>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</p>
Stakeholder	Imprese, cittadini, Istituzioni locali
Strutture Interne Coinvolte	Area Affari Generali e Promozione Azienda Speciale
Risorse destinate	€ 1.388.000



Indicatore e Algoritmo	Valenza Indicatore	Target 2014	Target 2015	Target 2016	Tipologia	Unità di misura	Fonte
Flusso turistico (arrivi) nell'anno X/Flusso turistico (arrivi) nell'anno X-1	Sviluppo temporale del flusso turistico	≥1	≥1	≥1	Outcome	numero	Banche dati Provincia Trapani
N° imprese che hanno acquisito/mantenuto il marchio di qualità nell'anno X/N° imprese che hanno acquisito/mantenuto il marchio di qualità nell'anno X-1	Sviluppo temporale del livello di acquisizione e/o riconferma del marchio di qualità	≥1	≥1	≥1	Risultato	numero	Rilevazione interna
N° richieste che pervengono dalle imprese per l'ottenimento del marchio anno X/N° richieste che pervengono dalle imprese per l'ottenimento del marchio anno X-1	Grado di attrattività del marchio di qualità da parte delle imprese della provincia in termini di maggiore richiesta	≥1	≥1	≥1	Risultato	numero	Rilevazione interna
N° di tour operator esteri coinvolti nelle attività di incoming turistico	Grado di coinvolgimento di tour operator nelle attività di incoming turistico	5	10	10	Risultato	numero	Rilevazione interna
N° aziende agricole che aderiscono al sistema "Olio extra-vergine Valli Trapanesi" nell'anno X/N° aziende agricole che aderiscono al sistema "Olio extra-vergine Valli Trapanesi" nell'anno X-1	Grado di adesione delle imprese della provincia al sistema "Olio extra-vergine Valli Trapanesi"	≥1	≥1	≥1	Risultato	numero	Rilevazione interna
N° aziende agricole che aderiscono al sistema "cappero di pantelleria" nell'anno X/N° aziende agricole che aderiscono al sistema "cappero di pantelleria" nell'anno X-1	Grado di adesione delle imprese della provincia al sistema "Cappero di pantelleria"	≥1	≥1	≥1	Risultato	numero	Rilevazione interna
N° aziende agricole che aderiscono al sistema "sale marino di trapani" nell'anno X/N° aziende agricole che aderiscono al sistema "sale marino di trapani" nell'anno X-1	Grado di adesione delle imprese della provincia al sistema "sale marino di Trapani"	≥1	≥1	≥1	Risultato	numero	Rilevazione interna
Importo medio di contributi erogati per il sostegno di iniziative di promozione locale anno X/Importo medio di contributi erogati per il sostegno di iniziative di promozione locale anno X-1	Grado di concentrazione delle risorse nelle iniziative di promozione locale	≥1	≥1	≥1	Risultato	numero	Rilevazione interna
N° reti di impresa costituite nell'anno	Livello di creazione di reti di impresa		1		Risultato	numero	Rilevazione interna
Risorse dedicate alla missione 011 - Competitività e sviluppo delle Imprese prenotate/Risorse dedicate alla missione 011 - Competitività e sviluppo delle Imprese stanziare	Grado di utilizzo delle risorse dedicate alla missione 011 - Competitività e sviluppo delle Imprese	70%	75%	75%	Efficacia	Percentuale	Oracle



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 richiede, ora più che mai, 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 richiederà senz'altro un notevole sviluppo dello strumento conciliativo e un più ampio ricorso allo stesso da parte di consumatori e imprese. Tale sviluppo determinerà inoltre un notevole sforzo organizzativo da parte dell'Ente in termini di riorganizzazione del servizio sia dal punto di vista del personale dedicato a tale attività sia in termini di aggiornamento professionale.

Nella consapevolezza che tale strumento rappresenta un'opzione valida rispetto al procedimento ordinario, la Camera di commercio di Trapani proseguirà nel suo percorso a favore di questa forma di giustizia, basata sulla ricerca dell'accordo piuttosto che sulla contrapposizione tra le parti, ribadendo il proprio impegno istituzionale verso la diffusione e la gestione di tale strumento, visto l'impatto positivo che quest'ultimo ha per le imprese e per la generalità dei cittadini.

Forte dovrà essere inoltre l'impegno dell'Ente nell'attivazione di azioni di campagne promozionali e di comunicazione, anche attraverso l'adesione ad iniziative di sistema. Altro campo d'intervento potrà, infine, essere costituito dalla compartecipazione a progetti di rilievo proposti dalle Associazioni e finalizzati a rispondere alle esigenze di correttezza, chiarezza e trasparenza del mercato. In quest'ambito si colloca il progetto del fondo perequativo "Sportelli legalità nelle camere di commercio" volto a realizzazione di una rete di servizi di supporto (di cui lo Sportello diviene il punto di "regia") all'impresa e più in generale all'economia nel suo complesso per intervenire principalmente in forma preventiva, ma anche nella fase successiva - sulle cause che

generano l'illegalità – per contribuire ad un libero, legale e trasparente mercato. Obiettivo generale alla base del progetto non è solo nella costituzione e avvio del funzionamento dello sportello legalità, che rimane un importante strumento per essere concretamente a fianco delle imprese, ma è anche nella individuazione degli strumenti e delle modalità attraverso le quali intervenire, a supporto dell'impresa e dell'economia in generale, per la prevenzione, il contrasto e il ripristino della legalità.

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

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

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

In materia di trasparenza dei prezzi e delle tariffe si potrà favorire l'attività di deposito e pubblicazione dei listini. Parallelamente continuerà l'attività della Commissione per l'accertamento dei prezzi all'ingrosso che permette di rilevare ed elaborare i prezzi di alcuni prodotti rilevanti per il mercato locale praticati nelle transazioni all'ingrosso.

Nel corso del 2014 inoltre l'Ente focalizzerà il proprio impegno su iniziative volte a favorire la diffusione della conoscenza dell'attività di controllo dei contratti attraverso la realizzazione di momenti informativi all'utenza, la divulgazione tramite sito, attività informativa sui prodotti elaborati da Unioncamere nazionale.



Obiettivo	Azioni/Progetti/Iniziative
Incrementare la trasparenza nei contratti offerti al consumatore e potenziare l'attività di controllo della presenza di clausole vessatorie	'Organizzare incontri con le Associazioni di Categoria al fine di elaborare specifici contratti tipo (es per il settore nautico, per le strutture alberghiere) da proporre agli operatori del settore. Favorire la diffusione della conoscenza dell'attività di controllo dei contratti attraverso la realizzazione di momenti informativi all'utenza, la divulgazione tramite sito, attività informativa sui prodotti elaborati da Unioncamere nazionale Istituzione di un Osservatorio, d'intesa con le Associazioni di categoria, per la denuncia dei comportamenti scorretti e per il controllo delle clausole inique
Realizzazione dell'attività ispettiva con attenzione anche alla sicurezza prodotti	Realizzazione di un piano di sviluppo dei controlli triennale Individuare forme di collaborazione con forze dell'Ordine (Guardia di Finanza) per realizzare il Piano dei controlli in maniera congiunta

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 propone 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 darà 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, si proseguirà nelle attività, già avviate per le imprese individuali e le società di persone (dpr 247/2004), dirette alla cancellazione dal Registro, delle imprese non più operative, non avendo compiuto atti di gestione negli ultimi tre anni, a seguito delle decisioni adottate dal Presidente del Tribunale e del Giudice del Registro delle Imprese. Proseguirà, altresì, l'attività di cancellazione d'ufficio per le società di capitali in scioglimento e liquidazione che non hanno depositato bilanci d'esercizio negli ultimi tre anni (6° comma art. 2490 c.c.). Inoltre, proseguiranno tutte le iniziative di competenza del Registro delle Imprese per le cancellazioni d'ufficio da parte del competente assessorato Attività Produttive della Regione delle società cooperative che non hanno presentato il bilancio d'esercizio negli ultimi cinque anni.

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



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

Obiettivo	Azioni/Progetti/Iniziative
Migliorare la qualità delle anagrafiche camerali	'Migliorare la qualità delle anagrafiche camerali mediante le cancellazioni di ufficio Cancellazioni d'ufficio delle imprese individuali e delle società di persone (dpr 247/2004) dal Registro delle Imprese Cancellazione d'ufficio per le società di capitali in scioglimento e liquidazione che non hanno depositato bilanci d'esercizio negli ultimi tre anni Cancellazioni d'ufficio delle società cooperative che non hanno presentato il bilancio d'esercizio negli ultimi cinque anni
	Realizzazione dell'attività di Revisione dei Ruoli e Albo imprese Artigiane e degli Albi Minori 'Regolamento per la gestione degli esami di abilitazione ad attività professionali Manuale per l'esame dei conducenti Revisione dei contenuti del sito e della modulistica
Elevare lo standard qualitativo e quantitativo dei servizi camerali	Riduzione dei tempi di lavorazione delle pratiche Registro Imprese e Albo Artigiani Realizzazione di incontri e momenti formativi/informativi all'utenza sulle novità normative e relativi adempimenti.
	Gestione del Suap, iniziative di informativa ai Comuni

Missione	012 - Regolazione dei mercati
Benefici Attesi	Incremento del ricorso alle procedure di A.D.R.; Incremento delle conciliazioni accettate o concluse con accordi tra le parti; Incremento del numero di utenti che si rivolgono alla CCIAA per conoscere gli strumenti di risoluzione alternativa delle controversie; Incrementare i controlli su imprese attive; Sensibilizzare e incrementare negli operatori lo sviluppo di una cultura della produzione e della commercializzazione di prodotti sicuri e legali; Riduzione dei comportamenti scorretti Riduzione tempi di lavorazione e dei tempi di pagamento delle fatture. Migliorare la qualità delle anagrafiche camerali mediante la pulizia delle banche dati Registro imprese e Albo Artigiani. Ottimizzazione dell'efficienza servizi anagrafico-certificativi, Attuazione della direttiva Comunitaria che prevede l'attivazione degli sportelli unici presso i quali l'utente possa espletare tutte le formalità necessarie per esercitare le proprie attività
Stakeholder	Imprese, cittadini, Istituzioni locali, lavoratori autonomi
Strutture Interne Coinvolte	Area Regolazione e Tutela del Mercato Area Anagrafico - Certificativa
Risorse destinate	€ 160.000



Indicatore e Algoritmo	Valenza Indicatore	Target 2014	Target 2015	Target 2016	Tipologia	Unità di misura	Fonte
N° conciliazioni/mediazioni gestite nell'anno X/Anno X-1	Grado di diffusione del servizio di conciliazione e mediazione nel tessuto economico locale	>=1	1,05	1,05	Risultato	numero	Camera Concilia
N° procedure concluse con esito positivo / Totale procedure concluse	Livello di qualità delle conciliazioni gestite	20%	25%	30%	Efficacia	Percentuale	Camera Concilia
N° questionari di customer riportanti un giudizio pari a ottimo / N° di questionari di customer compilati	Grado di soddisfazione sull'attività conciliativa e di mediazione	75%	75%	75%	Qualità	Percentuale	Rilevazione interna
N° contratti tipo approvati	Grado di efficacia nella realizzazione di contratti tipo	2			Risultato	numero	Rilevazione interna
N° ispezioni/verifiche realizzate nell'anno X/N° ispezioni/verifiche realizzate nell'anno X-1 (metrico)	Sviluppo temporale del numero di ispezioni/verifiche realizzate (metrico)	>=1	>=1	>=1	Risultato	numero	Eureka
N° ispezioni/verifiche realizzate nell'anno X (sicurezza prodotti)	Incremento del numero di ispezioni/verifiche realizzate (sicurezza prodotti)	2	>= 2014	>=2015	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	<=1	<=1	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	<=1	<=1	Qualità	Numero	Priamo
Risorse dedicate alla missione 012 - Regolazione dei mercati prenotate/Risorse dedicate alla missione 012 - Regolazione dei mercati stanziare	Grado di utilizzo delle risorse dedicate alla missione 012 - Regolazione dei mercati stanziare	70%	75%	75%	Efficacia	Percentuale	Oracle



Missione 016 - Commercio Internazionale ed Internazionalizzazione del sistema produttivo

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

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, saranno organizzati nel corso dell'anno seminari tecnici mirati ad affrontare le problematiche operative più attuali in materia di dogane e trasporti, contrattualistica e fiscalità internazionali. A tal fine risponde l'adesione all'iniziativa di sistema "Sportelli Internazionalizzazione" volta a realizzare a livello provinciale sportelli informativi e di primo orientamento per l'internazionalizzazione delle imprese con l'obiettivo di promuovere quindi la cultura dell'internazionalizzazione e riqualificare i servizi offerti.

Potranno essere organizzati workshop tra aziende locali ed operatori esteri.

Per raggiungere gli obiettivi proposti con questa linea programmatica si prevede, anche per quest'anno, di predisporre, di concerto con le associazioni di categoria, un programma di workshop e di mostre e fiere, in Italia ed all'Estero, a cui partecipare sia con stand istituzionali che con l'acquisizione di spazi da mettere a disposizione delle imprese che vi accedono secondo le modalità previste dai bandi pubblicati.

Inoltre, l'adesione ad iniziative del sistema camerale potrà contribuire a realizzare azioni particolarmente efficaci nel campo dell'internazionalizzazione.

Alcuni degli interventi promozionali della predetta linea programmatica, saranno demandati all'Azienda Speciale "Servizi alle Imprese" con conseguente trasferimento dei relativi stanziamenti dal bilancio.

In quest'ultimo ambito si colloca il progetto denominato "Siciliamo" di cui nel 2014 si dovrebbe organizzare la sesta edizione. La manifestazione consiste in una vetrina qualificata di valenza internazionale per i vini, gli oli e l'artigianato della nostra provincia. La scelta oculata del periodo in cui svolgere la manifestazione dovrebbe, inoltre, contribuire a destagionalizzare il turismo.



Al fine di accompagnare le imprese verso nuovi mercati e stimolare la crescita di imprese che potrebbero esportare sui mercati esteri, avendone qualità, organizzazione e strumenti, verranno realizzate azioni di scouting, formazione e assistenza, anche attraverso la realizzazione delle iniziative previste nel progetto del Fondo perequativo "Scouting e assistenza delle nuove Imprese esportatrici".

Obiettivo	Azioni/Progetti/Iniziative
Promozione dell'internazionalizzazione attraverso la realizzazione /partecipazione di eventi di richiamo internazionale	Partecipazione e organizzazione di eventi in Italia o all'estero di promozione dell'internazionalizzazione
	Ospitalità italiana in tour: promo-commercializzazione del territorio e dei suoi prodotti sui territori esteri attraverso serate di degustazione a cui partecipano pubblico, giornalisti, buyers e aziende
	Realizzazione dell'evento SICILIAMO www.siciliamoexpo.it : B2B delle aziende presenti alla manifestazione con i buyer che vengono dall'estero ed esposizione dei prodotti durante la manifestazione al pubblico e ai buyer
	Realizzazione di momenti di incontro/confronto con associazioni di categoria e imprese per definire l'attività di promozione all'estero
Potenziare l'attività di consulenza e di informazione di primo intervento sulle tematiche connesse all'export	Progetto: Scouting e assistenza delle nuove Imprese esportatrici Realizzazione di momenti formativi, informativi (Seminari / workshop) 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 e presentare nuovi scenari. 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 della Camera Coinvolgimento di nuove imprese nelle iniziative camerali
Stakeholder	Imprese
Strutture Interne Coinvolte	Azienda Speciale
Risorse destinate	€ 580.000



Indicatore e Algoritmo	Valenza Indicatore	Target 2014	Target 2015	Target 2016	Tipologia	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	≥1	≥1	Outcome	numero	Banca Dati Istat
N° buyer esteri partecipanti all'iniziativa Siciliamo nell'anno X/N° buyer esteri partecipanti all'iniziativa Siciliamo nell'anno X-1	Grado di attrattività dell'iniziativa Siciliamo	≥1	≥1	≥1	Risultato	numero	Rilevazione interna
N° imprese partecipanti alle iniziative di internazionalizzazione promosse dalla CCIAA nell'anno X/N° imprese partecipanti alle iniziative di internazionalizzazione promosse dalla CCIAA nell'anno X-1	Incrementare la partecipazione delle aziende alle iniziative promosse dalla cciaa	≥1	≥1	≥1	Risultato	numero	Rilevazione interna
Risorse dedicate alla missione 016 - Commercio Internazionale ed Internazionalizzazione del sistema produttivo prenotate/Risorse dedicate alla missione 016 - Commercio Internazionale ed Internazionalizzazione del sistema produttivo stanziate	Grado di utilizzo delle risorse dedicate alla missione 016 - Commercio Internazionale ed Internazionalizzazione del sistema produttivo	70%	75%	75%	Efficacia	Percentuale	Oracle

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: in estrema sintesi sarà questo lo scenario prevalente nel quale le Camere di Commercio dovranno operare. Per arrivare a questo obiettivo strategico - che il Sistema camerale persegue, agendo in linea con gli indirizzi del governo - è indispensabile una profonda conoscenza dei meccanismi di funzionamento dell'Ente.

Proprio a tal fine la Camera di commercio di Trapani ha avviato nel corso del 2012 un progetto volto a mappare e analizzare i processi dell'Ente effettuando una analisi dei carichi di lavoro, al fine di rilevare i gap e le aree di miglioramento, proporre i necessari adeguamenti organizzativi utili a garantire un effettivo e superiore livello di efficienza organizzativa e di servizio. Tale progetto ha condotto nel corso del 2013 ad un processo di riorganizzazione delle Aree e degli Uffici. Nel 2014 si proseguiranno le attività di monitoraggio e si attueranno 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.

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

Obiettivo: Valorizzazione delle sinergie di rete e del "networking" anche nella gestione dei servizi

Lo svolgimento del proprio ruolo in un contesto altamente critico è senza dubbio facilitato dal riconoscimento normativo dell'essere sistema camerale, un vero e proprio sistema a rete, di cui fanno parte, oltre alle camere di commercio italiane, le camere di commercio all'estero e quelle estere in Italia, le aziende speciali camerale, le Unioni regionali, l'Unioncamere nazionale e le strutture di sistema che consente di sfruttare le potenzialità offerte dal sistema integrato camerale.

Proprio al fine di sfruttare queste opportunità si cercherà di mettere in campo azioni volte a potenziare le sinergie di rete e incentivare il “networking” quali la presenza della Camera ad incontri e riunioni presso Unioncamere Sicilia, per la individuazione e definizione di linee strategiche ed operative di comune interesse, nonché la costante partecipazione ai gruppi tecnici di lavoro presso organismi e strutture del sistema camerale, che rappresentano proficui momenti di confronto, di condivisione di esperienze e prassi e di elaborazione di linee interpretative ed operative comuni in occasione di introduzione di disposizioni legislative e regolamentari che hanno un impatto sul sistema camerale.

Obiettivo	Azioni/Progetti/Iniziative
Analizzare le aree di più agevole intervento per le gestioni in forma congiunta per le attività di regolazione del mercato e di vigilanza	Sviluppo di attività per l'individuazione di sinergie di rete con le consorelle della regione per la promozione e la realizzazione di attività formativa/informativa sul tema della conciliazione/mediazione e sulla vigilanza e controllo, ecc. Realizzazione di proposte di convenzioni con le altre Cdc per l'istituzione di gestioni associate su determinati servizi (es. conciliazione, controllo clausole inique, ecc.)
Realizzazione di momenti di confronto con le CCIAA della regione	Realizzazione di momenti istituzionalizzati di confronto con le cciaa siciliane su aspetti specifici al fine di coordinare le attività svolte

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, si propone di utilizzare secondo periodicità variabile strumenti di Customer Satisfaction al fine di individuare le aree di criticità inerenti all'erogazione dei servizi nei confronti dell'utenza per guidare la programmazione di miglioramento nei processi di erogazione.

In tal senso, la Camera di commercio di Trapani, promuove interventi mirati e guidati da un forte orientamento nei confronti dell'utenza interna ed esterna nella consapevolezza dell'importanza del

suo giudizio per orientare le scelte dell'amministrazione circa l'erogazione di servizi in linea con la rinata consapevolezza sociale del mondo camerale.

Obiettivo	Azioni/Progetti/Iniziative
Migliorare l'efficacia dell'azione promozionale camerale attraverso la valutazione del grado di soddisfazione e di risposta alle aspettative delle imprese partecipanti alle iniziative	Realizzazione di un questionario di gradimento da somministrare alle aziende partecipanti alle iniziative promosse dalla cciaa
Mantenere elevato il grado di soddisfazione dell'utenza sui servizi erogati	Realizzazione indagini di customer satisfaction sui servizi resi allo sportello

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

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

Nell'anno 2014 si prevede di intensificare la comunicazione verso l'esterno: per rendere maggiormente visibile l'attività della Camera saranno presentati, in occasione di conferenze stampa oppure divulgati mediante comunicati stampa e social network, i progetti camerali più importanti e significativi per l'economia provinciale nonché gli studi e le ricerche effettuate.

Un altro strumento di comunicazione, informazione e supporto all'utenza è rappresentato dal sito internet camerale che nel corso del 2014 verrà ulteriormente sviluppato e potenziato.

Il continuo miglioramento della comunicazione esterna, ovvero della comunicazione verso le aziende ed i consumatori, e il costante allineamento alle esigenze informative delle utenze in rapporto con i contenuti offerti dal sito web o dai diversi canali mediatici utilizzati, permette inoltre di proseguire nel cammino di Accountability e Trasparenza intrapreso negli ultimi anni.

In tal senso verranno attuate nel corso del 2014 tutte le attività volte ad ampliare la sezione trasparenza ("Amministrazione Trasparente"), in funzione delle disposizioni normative vigenti (soprattutto alla luce delle disposizioni di cui al D.Lgs n. 33/2013) e degli indirizzi espressi da CIVIT, con dati e contenuti facilmente accessibili e consultabili in termini interattivi a favore dei portatori d'interesse.

La disciplina della trasparenza nelle P.A., recentemente, è stata oggetto di significativi interventi di aggiornamento con i quali, fra l'altro, è stato disposto il coordinamento con la disciplina della repressione dell'illegalità e della corruzione nella pubblica amministrazione.

A tal fine nel corso del 2013 la Camera di commercio di Trapani ha provveduto ad approvare il "Piano Triennale della Trasparenze" e il "Piano Anticorruzione". Nel corso del 2014 è previsto l'aggiornamento dei due documenti, secondo una logica di programmazione scorrevole e tenendo conto degli obiettivi strategici definiti dagli Organi, delle modifiche normative, delle indicazioni fornite dal Dipartimento della funzione pubblica, dalla CIVIT, e da Unioncamere Nazionale, e seguendo una linea di integrazione e coordinamento non solo tra i due ma anche con il Piano della Performance.

Obiettivo	Azioni/Progetti/Iniziative
Potenziamento della comunicazione esterna	Aggiornamento sito camerale: maggiore accessibilità nella ricerca delle informazioni Realizzare interventi pubblici, momenti di incontro con gli stakeholders esterni Incrementare l'utilizzo di social network per diffondere la conoscenza delle attività svolte dalla cciaa Promozione degli eventi camerali tramite mail Diffusione e divulgazione degli eventi camerali e dell'attività della CCIAA realizzati anche in collaborazione con altri soggetti territoriali Predisposizione di una sezione Faq con le risposte ai principali quesiti provenienti dagli utenti
Garantire l'effettiva accountability verso l'esterno	Aggiornamento continuo della sezione "Amministrazione Trasparente" Realizzazione Relazione della Performance

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

Il miglioramento dei servizi offerti all'utenza, in un'ottica di P.A. orientata al cliente, non può prescindere dal continuo miglioramento dell'accessibilità ai servizi stessi in termini di accresciuta offerta di contenuti, applicazioni e servizi digitali. Per snellire i rapporti tra imprese e pubblica amministrazione, è stato promosso negli anni, lo sviluppo e la realizzazione di numerose iniziative di semplificazione amministrativa, sia in autonomia sia in attuazione di specifiche disposizioni normative che affidano alle Camere di commercio precisi compiti in tali ambiti. In tal senso per l'esercizio 2014 si prevede 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 telematiche, soprattutto dopo l'entrata in vigore a pieno regime della "Comunicazione Unica". Nello specifico, si prevede di assumere le seguenti iniziative:

- proseguire nelle attività dirette ad incentivare e divulgare l'utilizzo dei sistemi telematici e digitali anche, e soprattutto, tese al rilascio di dispositivi per la firma digitale, rilascio di copie di atti e bilanci archiviati per via telematica o tramite archiviazione ottica;

- proseguire in una capillare ed intensa attività di promozione finalizzata ad incrementare ulteriormente la sottoscrizione di convenzioni per l'utilizzo degli strumenti telematici nell'ambito delle informazioni di carattere generale attraverso l'utilizzo della guida dei servizi;
- incentivare il rilascio della CNS (Carta Nazionale dei Servizi) non solo ai legali rappresentanti di società ma anche ai membri degli organi di gestione e/o di controllo delle stesse, nonché agli imprenditori individuali ed ai legali rappresentanti dei soggetti R.E.A.;
- Promuovere l'uso dei dispositivi USB che permettono di avere sempre con sé la propria azienda. Infatti, consentono di firmare digitalmente documenti informatici, di avere un collegamento diretto con il Registro delle Imprese, scaricando automaticamente i documenti aggiornati (visure, bilanci, statuto etc.), di autenticarsi in sicurezza presso siti web delle Pubbliche Amministrazioni.

Inoltre, una Pubblica Amministrazione snella, moderna ed efficiente deve farsi promotrice delle innovazioni tecnologiche e, in tal senso la diffusione della PEC ha costituito un ulteriore passo verso l'informatizzazione dei rapporti fra imprese, fra imprese e privati, nonché fra questi e la Pubblica Amministrazione.

Pertanto, poiché ad oggi l'utilizzo della PEC non è ancora patrimonio acquisito delle imprese e degli ordini professionali, occorrerà porre particolare attenzione all'utilizzo della PEC istituzionale quale 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. Inoltre la progressiva riduzione del personale infine impone la ricerca di soluzioni che ottimizzino la produttività e l'efficienza di tutte le risorse umane, in termini di informatizzazione delle procedure quali la realizzazione e gestione meccanografica dei cespiti camerali, utilizzo XAC, la gestione del protocollo informatico, l'informatizzazione dei fascicoli del personale, etc). Anche su questa linea l'azione dell'ente proseguirà con costanza.

Obiettivo operativo	Azioni/Progetti/Iniziative
Dematerializzazione delle procedure	'Diffusione dell'utilizzo della pec, es nelle comunicazioni con ordini professionali Costante aggiornamento Albo on-line Informatizzazione dei fascicoli del personale e della loro tenuta
Implementare sistemi informativi per la semplificazione dei processi interni	Meccanizzazione dei cespiti camerali, utilizzo di un software ad hoc e caricamento del pregresso Estensione dell'utilizzo di XAC (Area Servizi Finanziari, ufficio metrico) Progetto: informatizzazione dei fascicoli del personale
Miglioramento accessibilità telematica: sviluppo di modalità innovative per la diffusione dei servizi camerali	'Incentivare l'utenza nell'utilizzo dei servizi innovativi digitali in modo che si sviluppi autonomia nella richiesta dei servizi camerali: promuovere la diffusione di Telemaco, smart card, cns e business key Stimolare l'utilizzo delle banche dati camerali da parte delle Pubbliche Amministrazioni Gestione delle mediazioni e conciliazioni attraverso il software Concilia Camera

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.

Per meglio rispondere al dettato normativo la Camera di commercio di Trapani ha deciso nel corso del 2012 di avviare l'implementazione di un sistema di pianificazione e controllo orientato al risultato, secondo una metodologia innovativa, la BSC con un impostazione programmatoria multidimensionale che informa anche il corrente documento. Nel corso del 2014 si proseguirà 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 che saranno, poste in essere, al fine di coniugare la corrispondenza dei servizi alle aspettative con l'opportunità di valorizzare al meglio le potenzialità dei dipendenti.

Obiettivo	Azioni/Progetti/Iniziative
Sviluppo di un sistema di pianificazione e controllo multidimensionale	Sviluppare la pianificazione strategica ed il controllo strategico in ottica triennale: - Misurazione delle performance camerali: - implementazione Bsc e monitoraggio performance in itinere - integrazione aspetto quali-quantitativo della gestione per obiettivi (Bsc) con l'aspetto economico finanziario - utilizzare i feedback ottenuti dal confronto con gli stakeholder nelle attività di pianificazione strategica e di programmazione e controllo dell'Ente - Diffusione della cultura della performance attraverso la realizzazione di attività formative sul ciclo di gestione della performance

Obiettivo: Promuovere il Benessere Organizzativo e valorizzare le professionalità

interne mediante la trasmissione di Know-how

L'evoluzione normativa relativa alla Pubblica Amministrazione ha introdotto criteri di efficienza, economicità ed efficacia che impongono 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.

Questa rivisitazione del ruolo del personale e dell'assetto organizzativo dell'ente dovrà essere accompagnata da un importante piano di formazione ed aggiornamento professionale elaborato nell'ottica di valorizzare il patrimonio intellettuale e consolidare una cultura dell'appartenenza all'organizzazione camerale (aziende speciali comprese). Proseguirà quindi anche nel 2014 lo sforzo della Camera per la professionalizzazione del proprio personale pur dovendo fare i conti con i drastici tagli alla spesa: sarebbe auspicabile la predisposizione di un Piano annuale di formazione che ovviamente tenga conto delle esigenze manifestate dagli uffici.

In vista di eventuali pensionamenti che potranno avvenire nel corso del 2014, alla luce dei cambiamenti normativi in atto, l'Ente dovrà attivare tutte quelle azioni volte a garantire sempre maggiore flessibilità alla struttura organizzativa. In tal senso sarà opportuno provvedere 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. L'ente, con l'adozione di tale piano, intende perseguire il miglioramento continuo in termini di benessere organizzativo dell'amministrazione nel suo complesso. Attualmente l'organico della Camera è costituito da n. 66 unità (compreso il Segretario Generale), così ripartite: 5 Dirigenti compreso il Segretario Generale, 28 funzionari e 22 istruttori e 11 collaboratori. Il personale è organizzato secondo una distribuzione di funzioni in 4 Aree (Area Affari Generali e Promozione, Area Regolazione e Tutela del Mercato, Area Servizi Amministrativi e Finanziari, Area Anagrafico-certificativa), così come previsto nella riorganizzazione degli uffici.

Obiettivo	Azioni/Progetti/Iniziative
Promuovere la e formazione continua del personale	'Predisposizione del piano di formazione 'Realizzazione di corsi di formazione e/o di aggiornamento Realizzazione di percorsi formativi specifici per acquisire nuove competenze e per garantire trasversalità tra gli uffici Realizzazione di attività formativa tramite sistemi di web conference
Diffusione del benessere organizzativo	'Iniziative di condivisione dei valori camerali tra il personale Predisposizione Programma Triennale del Fabbisogno Predisposizione Piano Triennale delle Azioni Positive



	Momenti istituzionalizzati di confronto sui cambiamenti in atto e sull'andamento dell'Ente Garantire la costante presenza del personale camerale
--	---

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.

Sarà quindi cura dell'Ente nel corso del 2014 realizzare azioni che consentano di 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.

Con specifico riferimento all'emissione del ruolo relativo al diritto annuale nel corso del 2014 si provvederà alla lavorazione, una volta definita la nuova normativa sui processi sanzionatori, di alcune omissioni che si ripercuotono nel processo sanzionatorio relative all'annualità 2011 che non sono state emesse a ruolo nell'anno 2013 a seguito delle indicazioni fornite da Unioncamere nazionale. A queste attività si assoceranno anche le attività inerenti il ruolo 2012.

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



Missione	032 - Servizi Istituzionali e generali delle Amministrazioni Pubbliche.
Benefici Attesi	<p>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</p> <p>Miglioramento del grado di soddisfazione dell'utenza; Servizi sempre più aderenti alle esigenze del territorio; maggior dialogo tra Camera di commercio e utenti.</p> <p>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.</p> <p>Semplificazione delle procedure interne; Maggior controllo e riduzione dei tempi delle procedure, sia interne che esterne; Progressiva dematerializzazione dell'Ente</p> <p>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.</p> <p>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</p> <p>'Migliorare il clima interno; Sviluppare competenza manageriale e organizzative; Maggior senso di appartenenza del personale all'organizzazione camerale; Maggiore trasversalità del personale e interscambiabilità delle risorse; Riduzione dei costi di gestione Riduzione spesa per consumi energetici Diminuzione costi di funzionamento</p>
Stakeholder	Imprese, Utenti, Istituzioni, Dipendenti
Strutture Interne Coinvolte	Trasversale a tutto l'Ente



Indicatore e Algoritmo	Valenza Indicatore	Target 2014	Target 2015	Target 2016	Tipologia	Unità di misura	Fonte
Numero di richieste di registrazione marchi e brevetti (incluso i seguiti brevettuali) evase nell'anno (fte x 100 registrazioni)	Miglioramento Efficienza Processo C.2.2. Brevetti e Marchi	<= 0,34	<= 0,34	<= 0,34	Efficienza	numero	Simba
Numero di ispezioni e verifiche metriche evase (effettuate) nell'anno (fte x 100 ispezioni)	Miglioramento Efficienza Processo C.2.6. Attività in materia di metrologia legale	<=0,84	<=0,84	<=0,84	Efficienza	numero	Eureka
Numero di scritture contabili registrate (numero righe libro giornale) nell'anno ((fte x 1.000 righe)	Miglioramento Efficienza Processo B.3.2 Gestione Contabilità e Liquidità	<=0,4	<=0,4	<=0,4	Efficienza	numero	Oracle
N° di delibere di giunta e di consiglio pubblicate nell'anno (fte x 10 delibere)	Miglioramento Efficienza Processo A.2.1. Supporto Agli Organi Istituzionali	<=0,37	<=0,37	<=0,37	Efficienza	numero	Libranet
Tempi medi di pagamento fatture passive anno X/ Tempi medi di pagamento fatture passive anno X-1	Tempestività di pagamento delle fatture passive	<=1	<=1	<=1	Qualità	Numero	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	60%	65%	70%	Qualità	Percentuale	Indagini di customer
Servizio Ricevuto in termini di Chiarezza e precisione delle informazioni fornite all'utente: Percentuale di giudizi pari a buono		55%	60%	65%	Qualità	Percentuale	Indagini di customer
N° attività realizzate / N° attività previste nel Piano della Trasparenza	Grado di realizzazione delle attività previste all'interno del Piano Triennale della Trasparenza	80%	80%	80%	Efficacia	percentuale	Sito camerale
Punteggio ottenuto check-up anno X	Livello raggiunto di maturità del ciclo di gestione della performance	1,5	1,9	2,5	Risultato	numero	Rilevazione interna
N° partecipanti ad attività di formazione per sviluppare le competenze interne/tot. Personale	Livello di partecipazione ad attività formativa	50%	55%	60%	Efficacia	Percentuale	Rilevazione interna
Costi funzionamento anno X/ Costi funzionamento anno X-1	Andamento temporale dei costi di funzionamento	<=1	<=1	<=1	Efficienza	Numero	Bilancio 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	<=60%	<=60%	<=60%	Efficienza	Percentuale	Bilancio Esercizio
Costi di Struttura [(Oneri della gestione corrente: C/E-B) - Costo per gli interventi economici (C/E-B 8)] / Proventi della gestione corrente	Incidenza dei costi di struttura rispetto ai Proventi correnti	<=75%	<=75%	<=75%	Efficienza	Percentuale	Bilancio Esercizio
(Importo riscossione spontanee Diritto annuale Anno X/Dovuto Diritto annuale anno X) / (Importo riscossione spontanee Diritto annuale Anno X-1/Dovuto Diritto annuale anno X-1)	andamento temporale del grado di riscossione del diritto annuale	>=1	>=1	>=1	Efficacia	Numero	Bilancio Esercizio