



Camera di Commercio
Reggio Calabria



RELAZIONE SULLA PERFORMANCE 2012

Giugno 2013

INDICE

1. PRESENTAZIONE	<i>Pag. 3</i>
2.SINTESI DELLE INFORMAZIONI DI INTERESSE PER I CITTADINI E GLI ALTRI STAKEHOLDER ESTERNI	<i>Pag. 3</i>
2.1 Contesto esterno di riferimento	<i>Pag. 3</i>
2.1.1 Dati congiunturali e scenari revisionali	<i>Pag. 3</i>
2.1.2 Il sistema imprenditoriale provinciale	<i>Pag. 4</i>
2.1.3 Il contesto socio-economico	<i>Pag. 7</i>
2.1.4 Interventi normativi, nuove funzioni della camera, Altri eventi di rilievo nel corso del 2012	<i>Pag. 8</i>
2.2 L'amministrazione- il contesto interno	<i>Pag. 10</i>
2.2.1 L'organizzazione della Camera	<i>Pag. 10</i>
2.2.2 La struttura organizzativa e funzionale	<i>Pag. 11</i>
2.2.3 Le risorse umane	<i>Pag. 14</i>
2.2.4 Le risorse economiche impegnate	<i>Pag. 17</i>
2.3 Risultati raggiunti	<i>Pag. 21</i>
2.4 Le criticità e le opportunità	<i>Pag. 24</i>
3. OBIETTIVI: RISULTATI RAGGIUNTI E SCOSTAMENTI	<i>Pag. 25</i>
3.1 L'albero della performance	<i>Pag. 25</i>
3.2 Aree strategiche ed obiettivi strategici	<i>Pag. 29</i>
3.3 Obiettivi e Piani Operativi	<i>Pag. 29</i>
3.4 Obiettivi individuali	<i>Pag. 85</i>
4. RISORSE EFFICIENZA ED ECONOMICITA'	<i>Pag. 87</i>
4.1 Lo stato di salute economico finanziario	<i>Pag. 87</i>
5. PARI OPPORTUNITA' E BILANCIO DI GENERE	<i>Pag. 90</i>
6. IL PROCESSO DI REDAZIONE DELLA RELAZIONE SULLA PERFORMANCE	<i>Pag. 91</i>
6.1 Fasi, soggetti, tempi e responsabilità	<i>Pag. 91</i>
6.2 Punti di forza e di debolezza del Ciclo della Performance	<i>Pag. 91</i>

1. PRESENTAZIONE

La Relazione sulla Performance ha lo scopo di evidenziare i risultati conseguiti nel 2012 rispetto agli obiettivi e ai programmi prefissati dal Consiglio con la Relazione Previsionale e Programmatica e con il Piano delle Performance 2012 - 2014, cui ha concorso l'apporto di strategie ed operatività del sistema camerale nazionale e le sinergie programmatiche ed operative Camera/Azienda Speciale "INFORMA", indirizzate al perseguimento di quelle priorità politiche del programma pluriennale 2010-2014, a cui si sono aggiunte le attività svolte per il rilancio dell'Azienda Speciale "Stazione Sperimentale per le industrie delle essenze e dei derivati degli agrumi".

In una fase congiunturale sfavorevole per la Regione come per la provincia reggina, per gli effetti di trascinamento nel territorio della generale crisi finanziaria ed economica internazionale, si è confermata, in continuità la missione istituzionale della Camera di Commercio di Reggio Calabria per affiancare in sinergia con le associazioni di categoria il sistema imprenditoriale locale nel processo di rafforzamento e valorizzazione delle loro potenzialità, ed investire in misura crescente e consapevole in qualità, formazione, ricerca, innovazione, internazionalizzazione, infrastrutture funzionali alle imprese.

Con la forte consapevolezza che tutto continua a rappresentare per le imprese una sfida permanente a superare la logica della "quotidiana produttività", per valorizzare sempre di più ed irrobustire i fattori della competitività nel contesto di una realtà territoriale destinataria di interventi di sistema funzionali a migliorarne la qualità e l'attrattività per investimenti esterni.

Le risultanze del bilancio d'esercizio 2012 concordano tutte nel fornire un quadro significativo di questo impegno attualizzato nei progetti/servizi/attività definiti con il Piano delle Performance 2012 - 2014, finalizzati a rispondere, con un impiego efficiente delle risorse pubbliche ai bisogni delle imprese.

2. SINTESI DELLE INFORMAZIONI DI INTERESSE PER I CITTADINI E GLI ALTRI STAKEHOLDER ESTERNI

2.1 Contesto esterno di riferimento

2.1.1 *Dati congiunturali e scenari previsionali*

(Fonte Unioncamere–Prometeia Scenari di sviluppo delle economie locali italiane 2011-2015)

Gli ultimi anni sono stati contraddistinti da una congiuntura economica decisamente negativa per i Paesi dell'Unione Europea e per l'Italia, manifestandosi peraltro con intensità differenti a seconda delle macro-aree geografiche di riferimento. Il Mezzogiorno in generale e a maggior ragione il territorio calabrese hanno continuato a scontare gli effetti della bassa incidenza di produzioni a più alto valore aggiunto e della scarsa propensione all'export e all'internazionalizzazione, risultando in tal modo sprovvisti di strategie adeguate a stimolare la ripresa economica e il superamento delle difficoltà finanziarie contingenti.

La situazione economica e sociale della Regione Calabria appare a oggi piuttosto critica: per il biennio 2011-2012, la dinamica del valore aggiunto regionale si attesta al -1,9% annuo. Anche a livello provinciale si evidenziano trend negativi con una flessione del Valore aggiunto pari al -1,4%, percentuale meno incisiva rispetto al dato regionale, seppur doppia rispetto al dato nazionale. Anche per il 2013 sembrerebbe acuirsi la spirale recessiva provinciale, con un indicatore pari a -1,8%.

L'export provinciale, altrove capace di offrire un minimo sollievo al funzionamento delle economie territoriali, mostra invece un quadro contrastante, a partire da condizioni di strutturale difficoltà, vista la scarsa vocazione manifatturiera della provincia. Dopo aver subito una contrazione media annua del 13,2% nel biennio 2011-2012, le vendite all'estero dei prodotti reggini dovrebbero registrare un'inversione di tendenza già a partire dal 2013 (+11,1%), sebbene il contributo alla crescita economica offerto sarà minimo, stante un valore complessivamente esportato poco superiore ai 116 milioni di euro.

Il valore delle esportazioni, pari ad appena 109,4 milioni di euro nel 2002, è cresciuto fino a 190 milioni nel 2007 per poi scendere progressivamente, portandosi su un livello non lontano da quello di dieci anni prima (116,7 milioni).

In particolare, dal 2007 al 2012, la provincia reggina ha registrato una variazione media annua delle esportazioni pari a - 9,3%, andando a collocarsi al novantanovesimo posto tra le 107 realtà provinciali, nella graduatoria delle variazioni medie annue delle esportazioni provinciali .

Anche i dati sull'occupazione non appaiono incoraggianti: per l'anno 2014, nella sola Reggio Calabria la quota di occupati sulla popolazione residente (tasso di occupazione) si manterrà al 27,3%, un valore di oltre 10 punti inferiore al dato italiano. Il tasso di disoccupazione, al contrario, continuerà ad aumentare, dall'attuale 16,2% al 22,7% nel 2015, colpendo soprattutto i giovani tra i 15 ed i 34 anni (ad oggi senza lavoro nel 30,6% dei casi).

Il nodo dell'occupazione si connette a quello dei consumi; dopo un 2012 di sostanziale stagnazione il 2013 si prospetta ancora negativo (-0,8%).

Il primo segnale di ripresa su tutti i parametri dovrebbe manifestarsi a partire dal 2014 quando la ricchezza prodotta tornerà a segnare dinamiche mediamente positive (+0,6%), e la spesa per consumi manifesterà una crescita media annua dell'1,5% nella provincia di Reggio Calabria, in linea con la media regionale, ma al di sotto dell'incidenza registrata per il Mezzogiorno (1,7%) e, soprattutto, per l'Italia nel suo complesso (2,1%). Su tali previsioni pesa ovviamente il prossimo aumento dell'Imposta sul Valore Aggiunto. Un aumento dell'imposta, in effetti, deprimerebbe ulteriormente il quadro dei consumi locali erodendo il potere d'acquisto delle famiglie.

I dati congiunturali elaborati da Unioncamere – Prometeia sugli scenari di sviluppo delle economie locali trovano riscontro anche nell'indagine congiunturale presso le imprese calabresi curata da Unioncamere: in tutti i settori produttivi (produzione manifatturiera, costruzioni, commercio e altri servizi) e per il primo trimestre 2013 le imprese denunciano trend negativi in termini produzione, fatturato e ordinativi; Le previsioni rimangono negative anche per il II trimestre 2013, mentre si rileva un cauto ottimismo per il biennio successivo.

2.1.2 Il sistema imprenditoriale provinciale

Nell'ultimo anno, la recessione ha inciso fortemente sul sistema imprenditoriale della provincia di Reggio Calabria. Le imprese registrate sono 49.627, di queste 43.265 sono attive, 3.646 pari al 7,3% sono inattive, ben 1.322 in procedura concorsuale e 1.347 in scioglimento o liquidazione. Le rimanenti 47 risultano nello stato "sospese".

Nel 2012 si rileva una contrazione del numero di imprese registrate, pari al -1,6%, con un'inversione di tendenza rispetto al biennio precedente, quando si era registrata una dinamica moderatamente positiva (+1,2% nel 2010 e +1% nel 2011).

La performance provinciale è stata anche peggiore rispetto a quella della Calabria (-1%) e dell'Italia (-0,3%). A questa flessione corrisponde un saldo passivo, in termini assoluti, di 810 unità (risultato di 3.100 iscrizioni e 3.910 cessazioni).

La contrazione è intervenuta prevalentemente nel settore primario (-265 unità), nell'industria (-183 nella manifattura e -259 nelle costruzioni) e, infine, nel commercio (-401). In particolare, dal settore commerciale derivano oltre un terzo delle cessazioni rilevate in tutta la provincia (il 36,1%, corrispondenti a 1.413 imprese). L'andamento del commercio denota in particolare le forti difficoltà delle aziende di questo settore a reagire alla crisi e al clima depressivo dei consumi interni.

Le imprese attive a Reggio Calabria (pari a 43.265 unità), sono prevalentemente operanti nel commercio all'ingrosso e al dettaglio (38,4%), nell'agricoltura (16,9%) e nell'edilizia (11,9%). A conferma della scarsa vocazione manifatturiera provinciale, l'industria in senso stretto non raggiunge i 9 punti percentuali di incidenza, il che influisce sulla capacità esportativa come si vedrà successivamente.

Le imprese della provincia reggina sono prevalentemente ditte individuali, che rappresentano il 70,7% dello stock di imprese registrate. Peraltro, ancora più elevato risulta l'apporto che esse forniscono alle iscrizioni complessive (77,4%) e, soprattutto, alle cessazioni totali (79,9%): una conferma di come questa forma giuridica raccolga la parte più rilevante dei movimenti del sistema produttivo. Le società di capitale, che rappresentano il modello organizzativo maggiormente strutturato, si attestano solo al 12,4%.

Due indicatori molto significativi per una valutazione dello stato di salute del sistema imprenditoriale locale, che forniscono l'immagine degli effetti della crisi sul tessuto produttivo della provincia, sono il numero di imprese entrate in liquidazione e il numero di quelle in procedura concorsuale¹.

Si evidenzia che se da un lato la dinamica delle imprese dimostra una consistente battuta d'arresto, dall'altro i dati sulle liquidazioni e sulle procedure concorsuali risultano meno critici di quelli rilevati nelle annualità precedenti.

Sono state 429 le imprese reggine entrate in fase di scioglimento o liquidazione nel 2012, ossia lo 0,9% del totale delle imprese registrate. Un valore sostanzialmente in linea con il dato medio regionale (1,0%) ma caratterizzato da minor intensità rispetto la media nazionale (1,6%). E' tuttavia confortante che il loro numero si sia sensibilmente ridotto rispetto al 2011 (da 576 a 429).

Anche per quanto riguarda l'entrata in procedura concorsuale, spesso propedeutica alla liquidazione vera e propria, si riscontra una contrazione dei flussi: dalle 289 imprese del 2011, infatti, si è giunti a 216 nel 2012.

Lo stock di imprese entrate in procedura concorsuale è diminuito, con una percentuale pari a -25,3% (in Calabria -2%; in Italia + 5,9%)

Non è altrettanto ottimistico il dato relativo all'incidenza delle imprese sottoposte a procedure concorsuali ed in liquidazione rispetto al totale delle imprese: la quota di imprese in procedura concorsuale in provincia di Reggio Calabria è pari al 2,7% contro il 2,0% a livello Italia; invece è inferiore l'incidenza delle aziende in liquidazione (2,7% contro 4,2% dato nazionale.)

Imprese straniere, femminili e giovanili

Le nuove leve dell'imprenditoria sono ad oggi offerte dalla popolazione straniera, dalle donne e, in particolare, dai giovani.

Per quanto riguarda le imprese straniere², queste ultime nel 2012 ammontano, in provincia di Reggio Calabria, a 3.393, pari al 6,8% del totale delle imprese, incidenza appena superiore al dato regionale (6,5%), ma più contenuta rispetto alla media nazionale (7,8%).

Dai flussi di iscrizioni e cessazioni che hanno interessato le imprese straniere nel 2012, scaturisce, in provincia di Reggio Calabria - come anche a livello regionale e nazionale - un saldo positivo (+291), che rafforza l'incidenza delle imprese straniere sul totale rispetto all'anno precedente.

Le imprese femminili, con 13.023 aziende registrate, rappresentano il 26,2% delle imprese complessivamente presenti in provincia di Reggio Calabria nel 2012, con un'incidenza che supera quella regionale (25,2%) e quella nazionale (23,5%); nel 92,9% dei casi (12.101 imprese) si tratta di ditte individuali.

Nel corso del 2012 (a seguito di 932 nuove iscrizioni e 1.130 cessazioni) si registra un saldo negativo, per le imprese femminili reggine, di 198 unità; questa dinamica è migliore rispetto a quella rilevata rispetto il totale delle imprese registrate in provincia.

Per quanto riguarda le imprese giovanili³ della provincia di Reggio Calabria, esse sono, a fine 2012, 8.549, pari al 17,2%; di queste, 7.860 (il 91,9%) sono a presenza esclusiva. Il saldo tra le iscrizioni e cessazioni nel registro delle imprese delle iniziative imprenditoriali avviate da giovani è positivo, pari a 815 unità. Il dato è in controtendenza rispetto alla nati-mortalità complessiva e conferma la maggior vivacità delle attività imprenditoriali dei giovani rispetto alle rimanenti.

¹ Le procedure concorsuali regolano il rapporto dell'impresa indiffricoltà con il complesso dei suoi creditori, alla presenza di almeno un'autorità pubblica e di altri soggetti indicati. Scopo principale di ognuno dei procedimenti è la riduzione dell'autonomia imprenditoriale, mediante la sottrazione all'imprenditore della disponibilità dei beni, o addirittura dell'impresa stessa, ovvero mediante la nomina di un organo con funzioni di controllo sull'esercizio dell'attività, in vista di una risoluzione della crisi e/o della soddisfazione dei creditori dell'azienda.

² Per imprese straniere si intendono quelle imprese in cui la partecipazione di persone non nate in Italia risulta complessivamente superiore al 50% mediando la composizione di quote di partecipazione e cariche attribuite. La presenza straniera viene considerata "esclusiva", "forte" o "maggioritaria" in funzione dell'intensità di tale partecipazione. In particolare, la presenza è "esclusiva" nelle società di capitali con il 100% di cariche e di quote, nelle società di persone con il 100% di soci, e nelle imprese individuali con la titolarità; è "forte" quando nelle società di capitali la somma delle percentuali di stranieri nella compagine sociale e di quella del capitale sociale detenuto dagli stranieri è superiore ai quattro terzi e quando nelle società di persone gli stranieri rappresentano il 60% di tutti i soci; è infine "maggioritaria" se nelle società di capitali la somma del valore percentuale delle cariche e delle quote straniere è superiore al 100% e se nelle società di persone o cooperative il 50% dei soci sono stranieri.

³ Si considerano "Imprese giovani" le imprese la cui partecipazione del controllo e della proprietà è detenuta in prevalenza da persone di età inferiore ai 35 anni. Le imprese sono poi classificate in base al maggiore o minore grado di imprenditorialità giovanile, che può essere : maggioritaria, forte ed esclusiva.

Contratti di rete

Per rispondere alla crisi economica ed alle nuove sfide dettate dall'economia globale è importante per le imprese, caratterizzate dalla piccola dimensione, creare accordi e alleanze con altre realtà. In tale ottica, il contratto di rete⁴ può costituire un importante strumento a disposizione delle aziende per migliorare la loro crescita competitiva anche rispetto al proprio posizionamento sui mercati esteri.

Nel 2012, risultano sottoscritti appena 647 contratti di rete (oltre 3.300 soggetti coinvolti), quattro dei quali insistono sulla provincia reggina. L'imprenditoria locale risulta essere discretamente incline all'utilizzo di tale strumento, utilizzato da 20 soggetti, pari a circa i 3/4 del totale regionale (27 soggetti coinvolti), anche se è possibile e auspicabile un futuro sviluppo in termini numerici riguardo l'adozione di questa iniziativa giuridica.

L'erogazione di credito

All'interno del quadro appena descritto, appare molto importante l'analisi del sistema creditizio della provincia di Reggio Calabria, contraddistinto da un netto deterioramento dei rapporti tra banca ed impresa. A fine 2012, i depositi bancari provinciali, comprensivi del risparmio postale, sono risultati circa pari a 6,8 miliardi di euro. Un valore in crescita rispetto a un anno prima (+1,5%), che mostra una variazione più marcata rispetto alla media regionale (+1,4%).

La quota più consistente dei depositi ha origine, a Reggio Calabria, dal reddito delle famiglie (90,3%), le quali rivestono, in provincia, un'incidenza superiore a quella della Calabria nel suo complesso e dell'Italia (rispettivamente, 88,8% e 84,6%). Tale concentrazione deriva soprattutto da uno stretto legame che le attività imprenditoriali hanno con la conduzione familiare; ciò comporta che i casi di dissesto finanziario evidenziati in questi ultimi mesi si traducono con maggior facilità in dissesto economico per le famiglie, con conseguenti effetti sulla società.

L'andamento dei depositi trova differente dinamica tra famiglie e imprese. Nelle prime, infatti, si registra un aumento rispetto al 2011 che, in termini nominali, risulta pari al +3,6%; nelle imprese, invece, si registra una contrazione (-6,2%; nella Regione -5,4%, in Italia +5,1%).

Anche l'ammontare degli impieghi in provincia risulta in diminuzione (-4,8%) e si ferma a 4,6 miliardi di euro. La contrazione è più marcata di quella regionale (-4%), nonché rispetto al trend meridionale (-2,7%) e nazionale (-1,2%).

Complessivamente a Reggio Calabria gli impieghi destinati alle imprese rappresentano il 39,6% del totale impieghi (era il 40,4% nel 2011), dato inferiore rispetto a tutte le altre province calabresi.

Emerge poi un generale peggioramento della qualità del credito di Reggio Calabria: risultano in crescita sia il numero di affidati in sofferenza (+5,1%) sia l'ammontare delle sofferenze (+8%), che raggiunge il valore di 628 milioni di euro.

Il rapporto sofferenze su impieghi è pari a 13,6% (11,4% in Calabria).

Inoltre a Reggio Calabria, a fronte di un tasso di insolvenza dei consumatori di 7,8%, si registra, per le imprese, un'incidenza del tasso di insolvenza di quasi il 25%, cioè più di tre volte quella rilevata per le famiglie. Il dato è particolarmente preoccupante, segnalando che circa un quarto dei finanziamenti erogati al sistema imprenditoriale locale è incappato in una situazione di insolvenza.

L'evidenziato deterioramento della qualità del credito provinciale si riflette, inevitabilmente, sui tassi di interesse per finanziare imprese e consumatori. In effetti, possiamo osservare come il costo di una linea di credito sia, nella provincia di Reggio Calabria, significativamente superiore al livello nazionale (9,5% a Reggio Calabria contro 6,6% a livello nazionale), e comunque maggiore della media meridionale (8,9%).

Di contro, è interessante rilevare che l'andamento dei protesti ha registrato una flessione rispetto all'anno precedente, sia nel numero degli effetti protestati nel loro insieme (-7,2%), che nell'importo totale dei titoli in protesto (-17,6%).

I protesti levati in provincia di Reggio Calabria contano, a fine 2012, quasi 18 mila effetti, per un totale di oltre 29 milioni di euro.

⁴ Si tratta di uno strumento contrattuale, privo di soggettività giuridica, che si aggiunge ai consorzi e alle ATI, per realizzare forme di collaborazione inter-imprenditoriale dove le imprese conservano indipendenza ed autonomia.

2.1.3 Il contesto socio-economico

Il mercato del lavoro

Il prolungarsi della recessione continua a peggiorare in misura sempre più marcata le condizioni del mercato del lavoro a livello nazionale così come provinciale.

Ad una debole richiesta di lavoro da parte delle imprese, dovuta alle scarse opportunità di crescita delle stesse, si associa un'offerta che invece cresce velocemente, stante gli effetti della crisi sulla capacità di reddito dei nuclei familiari. Quanto appena evidenziato vale per l'Italia come per il territorio della provincia reggina, da sempre caratterizzato da uno svantaggio strutturale in termini di occasione di lavoro.

La realtà reggina ha manifestato una contrazione del numero dei posti di lavoro continuativa, a partire dal 2007. Nel giro di cinque anni, dai 173mila e quattrocento occupati rilevati nel 2006, si è arrivati fino ai 152mila e ottocento nel 2011, per risalire a poco più di 154 mila unità nel 2012. Ben 114 mila unità sono impiegate nel settore terziario, 17 mila nell'agricoltura, quasi 13 mila nell'industria e, infine, meno di 11 mila nelle costruzioni.

Rispetto al dato italiano, emerge, un peso più elevato del comparto primario (11% contro il 3,7% nazionale) ed una scarsa connotazione manifatturiera (8,2% rispetto al 20,1% nazionale). Inoltre, il comparto dei servizi, che nel nostro Paese assorbe poco più di due terzi dell'occupazione complessiva (68,5%), riveste un ruolo fondamentale nell'economia reggina, impiegando quasi tre quarti degli occupati totali (il 74%), in particolare grazie al peso significativo assunto dal commercio.

Aumenta invece nel 2012 in termini assoluti il numero di disoccupati che sfiora le 30mila unità, fermandosi a 29mila e ottocento. Un anno prima, l'analogo valore era pari a 23mila circa.

In realtà tra il 2004 ed il 2007 avevamo assistito ad una sostanziale riduzione del numero di persone in cerca di occupazione, probabilmente a causa del cosiddetto fenomeno dello "scoraggiamento".

L'inversione di tendenza registrata nel 2012 è certamente riconducibile alla maggior incidenza di famiglie in condizioni di disagio economico: sempre meno nuclei riescono a sostenere i propri membri attraverso i noti processi solidaristici e le componenti inattive si trovano così indotte ad affacciarsi sul mondo del lavoro.

In termini di indicatori nel 2012 il tasso di attività si assesta al 48,4 % a livello provinciale, a fronte di un dato medio regionale pari al 51,7% e nazionale pari al 63,7%.

Con riferimento all'analisi del tasso di disoccupazione la provincia reggina ha mostrato un comportamento relativamente migliore a quello delle altre realtà calabresi, con indicatore certo in crescita (dal 10,5% del 2007 al 16,2% del 2012), che comunque ha mostrato una minore dinamicità di quello regionale, cresciuto nello stesso arco temporale di oltre otto punti percentuali (dall'11,2 al 19,3, 135 mila unità disoccupate nella regione). Rimane allarmante il dato relativo alla disoccupazione giovanile (popolazione tra 15 e 34 anni) con un indicatore pari al 30,6% , più che doppio rispetto a quanto mediamente osservato a livello nazionale.

Cassa Integrazione Guadagni

Le ore di Cassa Integrazione Guadagni autorizzate dall'Inps costituiscono un indicatore molto importante per comprendere l'effettivo stato di salute del sistema imprenditoriale locale e le dinamiche occupazionali realmente in atto.

Nel 2012, in provincia di Reggio Calabria, l'utilizzo della Cassa Integrazione Guadagni (Ordinaria, Straordinaria e in Deroga) è aumentato rispetto all'anno precedente, del 4,1%, passando da 2.946.193 ore autorizzate nel 2011 a 3.065.861 ore nel 2012.

Alcuni dati sulla legalità

Lo sviluppo e la crescita del territorio sono fortemente condizionati anche dalla incidenza di fenomeni di illegalità. In provincia di Reggio Calabria sono stati complessivamente denunciati, nel 2011, 18.808 reati, pari a ben il 27,7% del totale regionale e al 3,6% dei reati denunciati nel Sud Italia. Rispetto al 2010, il numero dei reati risulta in leggerissimo calo (-0,7%), in controtendenza con la media regionale e nazionale (rispettivamente, +1% e +5,4%). Passando dai valori assoluti all'analisi dell'indice di delittuosità o tasso di criminalità (reati denunciati ogni 100.000 abitanti) la provincia presenta un tasso di criminalità inferiore alla media calabrese, nonché a quella italiana (3.318 reati ogni 100.000 abitanti nel 2011, contro i 3.374 della

regione di appartenenza e i 4.550 del resto della Penisola). L'indice, peraltro, risulta in calo rispetto all'anno precedente, così come rilevato per il numero totale di reati (con 3.346 reati ogni 100.000 abitanti nel 2010, si registra una riduzione dello 0,8%, mentre la Calabria segna un +0,9% e l'Italia un +5%). La prospettiva si capovolge se si analizzano le fattispecie delittuose. Con particolare riferimento agli omicidi a Reggio Calabria si rilevano 3,9 omicidi ogni 100.000 abitanti, più di quattro volte il dato nazionale (0,9 omicidi) e quasi il triplo del valore relativo al Sud Italia (1,4%). Il dato, già di per sé molto preoccupante, si fa ancora più critico se si considera che dei 22 omicidi commessi in provincia, ben 7 sono di stampo mafioso.

A condizionare fortemente l'economia provinciale intervengono anche i fenomeni del racket e dell'usura per i quali è difficile a quantificare la reale dimensione ricorrendo al solo parametro del numero delle denunce presentate, data la verosimile sottostima dello stesso. Infatti, come noto, una serie di motivazioni, prima fra tutte il possibile timore di ritorsioni, non solo economico finanziarie, possono indurre "le vittime" a non denunciare. I fenomeni in oggetto meritano particolare attenzione nel quadro dell'attuale fase congiunturale, perché la criminalità organizzata, anche approfittando dell'affanno conseguente al prolungarsi della spirale recessiva, è dedita all'acquisizione di imprese in situazione di difficoltà finanziaria, alle quali il sistema creditizio non concede più linee di finanziamento, con il risultato di riciclare nel sistema produttivo parte degli ingenti flussi finanziari a sua disposizione, e assumere il controllo delle imprese stesse.

2.1.4 Interventi normativi, nuove funzioni della Camera, altri eventi di rilievo nel corso del 2012

Nel corso del 2012 sono state introdotte rilevanti modifiche normative che hanno determinato esigenze di riorganizzazione ed innovazione dell'operatività della Camera e, conseguentemente, hanno avuto un rilevante impatto sull'erogazione dei servizi camerali:

"Spending review"

Con il D.L. 6/07/2012 n.95 recante disposizioni urgenti per la revisione della spesa pubblica con invarianza dei servizi ai cittadini (cd. "spending review"), convertito, con modifiche, nella Legge 135/2012 sono state introdotte novità che hanno avuto un impatto significativo sulla Pubblica Amministrazione e quindi anche sulla Camera di Commercio, tra le quali: la possibilità di effettuare assunzioni nel limite del 20% della spesa corrispondente alle cessazioni intervenute nell'anno precedente; congelamento del trattamento economico complessivo spettante al personale dipendente delle società controllate dalle P.A., nonché delle risorse per il trattamento economico accessorio, ai valori dell'anno 2010; limitazioni alle spese per contratti a tempo determinato, collaborazioni coordinate e continuative, lavoro interinale; etc.

"Amministrazione aperta"

Il D.L. 22 giugno 2012, n. 83 Titolo II - art. 18, c.d. "Amministrazione Aperta", convertito nella Legge 7 agosto 2012, n. 134, ha introdotto l'obbligo di pubblicazione sul sito istituzionale entro il 31/12/2012, di tutte le informazioni relative alla concessione delle sovvenzioni, contributi, sussidi ed ausili finanziari alle imprese e l'attribuzione dei corrispettivi e dei compensi a persone, professionisti, imprese ed enti privati e comunque di vantaggi economici di qualunque genere di cui all'articolo 12 della legge 7 agosto 1990, n. 241 ad enti pubblici e privati.

Introduzione nuovi adempimenti per il Registro delle Imprese

Con il D.L. 179/2012, convertito in Legge 221/2012, sono stati introdotti:

- l'iscrizione delle Start up innovative nella sezione speciale del Registro Imprese
- l'uso della PEC per le notifiche e le comunicazioni giudiziarie;
- l'estensione dell'obbligo di attivazione di un indirizzo di Posta Elettronica Certificata (PEC) anche alle imprese individuali;
- misure per l'incremento della trasmissione dei documenti per via telematica tra Pubbliche Amministrazioni nonché tra privati e P.A..

Sentenza della Corte Costituzionale sulla mediazione obbligatoria

Con sentenza delle Corte Costituzionale n. 272 del 06/12/2012 è stata dichiarata l'illegittimità costituzionale per eccesso di delega dell'art. 5 del D. Lgs. n.28/2010, che prevedeva l'obbligatorietà del tentativo di mediazione nelle controversie civili e commerciali.

La mediazione, quindi, non è più condizione di procedibilità nelle materie per le quali la legge ne aveva previsto l'obbligatorietà.

9° Censimento industria e servizi e istituzioni non profit

Nell'ambito della attività che la Camera di Commercio svolge quale articolazione del Sistan, il 2012 è stato un anno particolarmente intenso in quanto la Camera è stata direttamente coinvolta nella realizzazione del 9° Censimento industria e servizi e istituzioni non profit, inserito nel Piano statistico nazionale.

Le attività censuarie hanno interessato un numero complessivo di 5.480 unità sottoposte alla rilevazione e si è concluso con la validazione del 98,38% dei questionari delle istituzioni no profit e del 97,44% delle imprese, performance superiore alla media regionale (rispettivamente 97,21% e 92,95%) e nazionale (dato complessivo 96,9%), nel pieno rispetto della tempistica stabilita dal Piano Statistico e dalle circolari attuative.

La realizzazione delle attività censuarie ha richiesto in primis una fase di pianificazione organizzativa, concretizzatasi nella costituzione dell'Ufficio provinciale del censimento, che ha fortemente coinvolto il personale interno del Settore 3 (1 responsabile UPC; 1 sostituto responsabile UPC, 2 coordinatori; 2 collaboratori) costantemente e quotidianamente impegnato a partire da luglio 2012 (con le attività di formazione) nella gestione delle attività censuarie.

Al personale dell'UPC si sono affiancati n. 3 rilevatori interni e 12 rilevatori esterni, selezionati attraverso apposita procedura e formati a cura della Camera, cui si sono successivamente aggiunte ulteriori n. 3 unità in sostituzione di altrettante unità dimissionarie.

L'UPC ha curato nel secondo semestre del 2012 tutte le attività di rilevazione, coordinamento, monitoraggio, sollecito ed accertamento violazioni, nonché la risoluzione delle problematiche interpretative e organizzativo/gestionali che hanno creato non poche difficoltà nello svolgimento delle attività censuarie; il tutto con un elevato grado di autonomia e capacità di problem solving.

Il notevole impegno richiesto dalla realizzazione del censimento, in termini di risorse umane dedicate e di giornate uomo impegnate, ha inciso significativamente sull'operatività del Settore coinvolto, con un'inevitabile ripercussione sulle altre attività programmate che facevano riferimento allo stesso personale.

Autorità di controllo competono tutte le attività per il controllo dei vini a D.O. e I.G.

Con Decreto Dirigenziale del 26/07/2012 del Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, in vigore dal 1° agosto 2012, la Camera di Commercio di Reggio Calabria è stata designata quale Autorità pubblica per il controllo dei vini a D.O. "Bivongi" e "Greco di Bianco" e dei vini ad I.G. "Arghillà", "Costa Viola", "Locride", "Palizzi", "Pellaro" e "Scilla".

Alla Camera quindi quale Autorità di controllo competono da tale data tutte le attività per il controllo dei vini a D.O. e I.G., tramite verifiche sia documentali che ispettive, e le attività inerenti la certificazione dei vini a D.O., sulla base dei Piani delle verifiche e dei controlli approvati dal MIPAAF, al fine di garantire la tracciabilità del prodotto in tutte le fasi di produzione e confezionamento.

Nel 2012 la Camera ha quindi provveduto ad organizzare la struttura mediante l'individuazione del personale dedicato, la realizzazione della formazione interna, e la definizione di tutte le procedure operative con l'adozione degli specifici atti (manuale per la gestione delle attività di controllo, regolamento di funzionamento della gestione ricorsi, regolamento di funzionamento del Comitato di certificazione, Piani delle verifiche e dei controlli per tutte le DO e IG).

Per lo svolgimento delle attività ispettive la Camera ha completato le procedure per la selezione degli ispettori in possesso di specifici requisiti professionali, mediante apposito avviso.

Da luglio a dicembre 2012 la Camera ha dovuto effettuare, in contemporanea con l'organizzazione sopra richiamata, tutte le attività di controllo previste dai Piani di controllo riferite all'intero anno solare, con un conseguente impegno significativo di risorse umane concentrato in pochi mesi.

I 150 anni dalla costituzione della Camera di Commercio

Il 2012 ha rappresentato anche una importante ricorrenza per la Camera di Commercio che ha festeggiato l'anniversario dei suoi 150 anni, attraverso una serie di iniziative con l'obiettivo di dare sempre maggiore forza e rappresentatività all'ente sul territorio.

I festeggiamenti hanno avuto inizio il 23 ottobre con l'avvio della celebrazione dell'anniversario, l'inaugurazione della Sala informatica intitolata ad Antonio Trapani Lombardo, Vicepresidente della Camera di Commercio di Reggio Calabria dal 1927 al 1942, e con la realizzazione della mostra "1862 - 2012. Un futuro scritto dal passato", realizzata in collaborazione con l'Archivio di Stato, dedicata alla storia della Camera e dell'economia provinciale degli ultimi 150 anni ed accompagnata dalla installazione di un "metro della storia" con pannelli espositivi contenenti le tappe più significative della storia della Camera di Commercio.

E' stato inoltre realizzato il volume "1862-2012. La Camera di Commercio di Reggio Calabria nel contesto socio-politico del territorio, presentato il 13 dicembre alle Autorità e alle rappresentanze socio-economiche del territorio.

La ricorrenza dei 150 anni dalla costituzione della Camera è stata occasione per l'istituzione del "Premio Reggio Produttiva", destinato ad imprese eccellenti del territorio reggino e lavoratori.

Il 13 dicembre, presso il Teatro Comunale Francesco Cilea, si è tenuta la cerimonia di consegna dei Premi a 77 imprese e 5 lavoratori della provincia, oltre a 8 Premi speciali riservati a personalità illustri della provincia.

2.2 L'AMMINISTRAZIONE- IL CONTESTO INTERNO

2.2.1.L'organizzazione della Camera



La Camera di Commercio di Reggio Calabria ha reagito alle sollecitazioni esterne provenienti dal quadro, di contesto socio-economico-territoriale e giuridico, sopra rappresentato, intraprendendo un percorso virtuoso di efficientamento della struttura organizzativa attraverso una forte spinta verso la deburocratizzazione del funzionamento e la professionalizzazione delle risorse umane (il sistema professionale con cui le persone dell'organizzazione sono gestite si è trasformato da un modello basato su mansioni prescrittive, verso un modello *competence-based*, focalizzato sulle aree chiave di risultato; sono stati realizzati significativi investimenti in formazione e sviluppo delle risorse umane mediante l'avvio di veri e propri percorsi).

Ciò ha significato passare da un'organizzazione basata sui ruoli e sulle gerarchie a una incentrata sulla logica di rete all'interno e verso l'esterno, su un miglioramento della relazione tra aree organizzative e funzioni istituzionali, su una scomposizione delle funzioni istituzionali in attribuzioni organizzative ampie e omogenee su team multiprofessionali e interfunzionali, sul decentramento delle decisioni, sulla responsabilizzazione per processi e obiettivi, sul controllo dei risultati.

2.2.2 La struttura organizzativa e funzionale

La macrostruttura della Camera di Commercio di Reggio Calabria è articolata su due livelli (Art. 5 del Regolamento di direzione approvato con delibera n. 78 del 6 agosto 2010):

➡ *la macrostruttura di primo livello*, deliberata con atto n. 24 del 24 marzo 2010 che ha definito gli ambiti organizzativi di massimo livello in armonia con le scelte strategiche dell'Amministrazione, denominati "Aree":

⇒ Area dei servizi amministrativi ed economico-finanziari

⇒ Area dei servizi anagrafici, di regolazione del mercato e tutela del consumatore

⇒ Area dei servizi economico-statistici e promozionali

➡ *la macrostruttura di secondo livello* - che definisce le linee portanti di divisione del lavoro all'interno degli ambiti organizzativi di primo livello di cui al punto precedente.

Essa costituisce un elemento relativamente stabile della struttura organizzativa ed è definita dal Segretario Generale, in osservanza dei principi di progettazione organizzativa delineati all'interno del regolamento.

Le unità organizzative corrispondenti alla macrostruttura di secondo livello vengono denominate Settori e Servizi.

La microstruttura è considerata in stretto rapporto con le decisioni assunte nell'ambito del processo di programmazione (Art. 5 del Regolamento di direzione approvato con delibera n. 78 del 6 agosto 2010).

La sua articolazione è di natura non rigida e non definitiva, ma ridefinibile in ragione dell'evoluzione delle esigenze di intervento e delle risorse disponibili e quindi:

➡ in osservanza degli indirizzi di cui al "Programma pluriennale" e dei principi di progettazione organizzativa delineati all'interno del regolamento;

➡ in modo concertato tra il Segretario Generale e il dirigente di Area;

Le unità organizzative corrispondenti alla microstruttura sono denominate Servizi e Uffici e Unità di staff: unità organizzative dotate di elevato grado di autonomia, con compiti di supporto operativo, di consulenza e di assistenza agli organi istituzionali e alla direzione, poste alle dirette dipendenze del Segretario Generale.

Si sviluppa così in 6 Servizi, 18 Uffici di linea e 4 in staff alla Segreteria Generale:

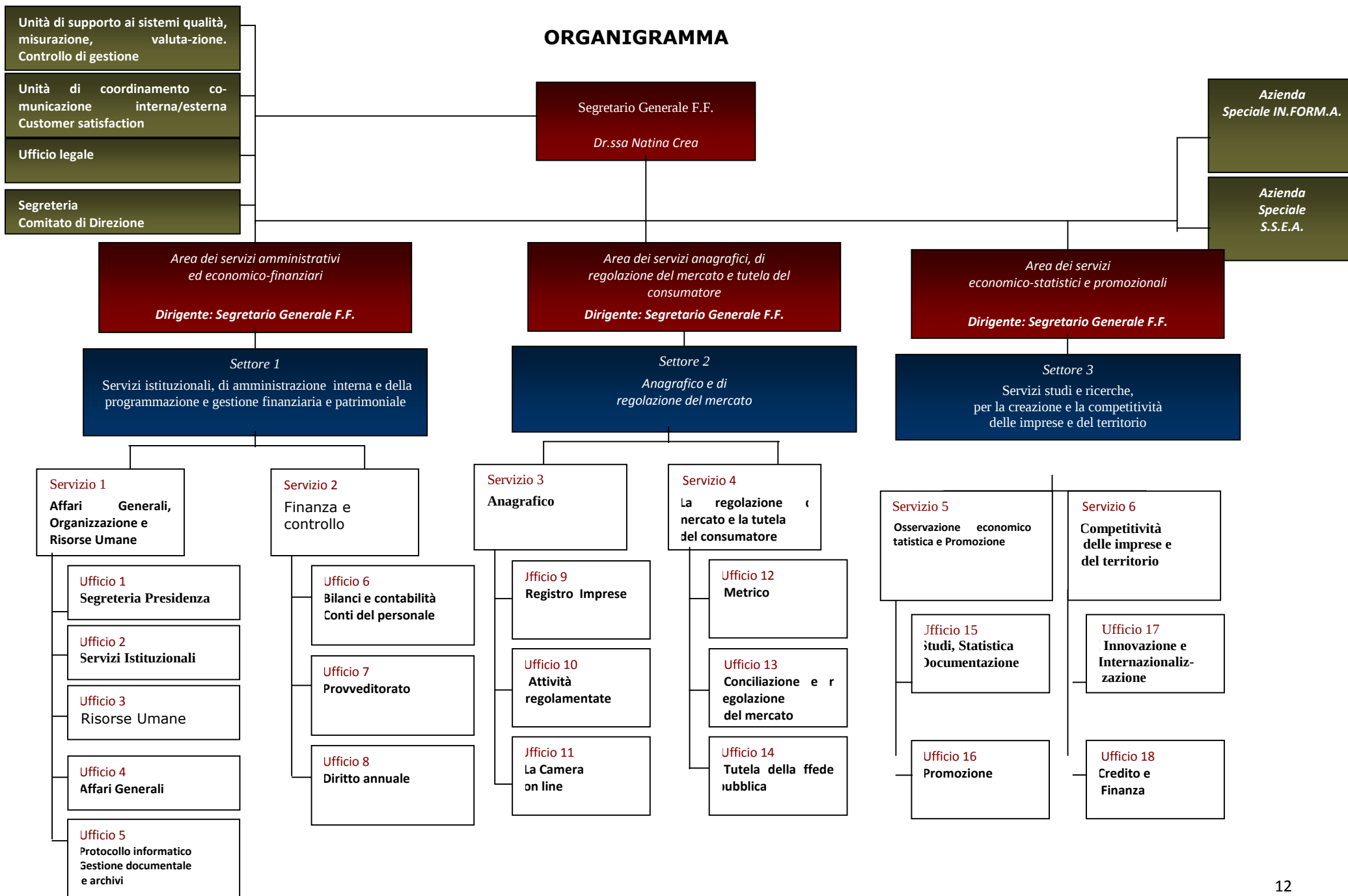
⇒ Unità di supporto ai sistemi di qualità, misurazione e valutazione, controllo di gestione

⇒ Unità di coordinamento comunicazione interna/esterna e customer satisfaction

⇒ Ufficio Legale

⇒ Segreteria Comitato di Direzione.

ORGANIGRAMMA



RIPARTIZIONE DEL PERSONALE IN SERVIZIO PER AREE								
AREE	CATEGORIE DI PERSONALE							
	A1	B1	B3	C1	D1	D3	DIRIGENTI	TOTALE
AREA DEI SERVIZI ANAGRAFICI, DI REGOLAZIONE DEL MERCATO E TUTELA DEL CONSUMATORE							Segretario Generale ad interim	
SETTORE ANAGRAFICO E DI REGOLAZIONE DEL MERCATO								
SERVIZIO ANAGRAFICO			2	6		1		9
SERVIZIO LA REGOLAZIONE MERCATO E LA TUTELA DEL CONSUMATORE		1	1	3	2	0		7
TOTALE AREA	0	1	3	9	2	1		16

AREA DEI SERVIZI AMMINISTRATIVI ED ECONOMICO FINANZIARI							Segretario Generale ad interim	
SETTORE DEI SERVIZI ISTITUZIONALI, DI AMMINISTRAZIONE INTERNA E DELLA PROGRAMMAZIONE E GESTIONE FINANZIARIA E PATRIMONIALE								
SERVIZIO AFFARI GENERALI, ORGANIZZAZIONE E RISORSE UMANE		2	0	6	1			9
SERVIZIO FINANZA E CONTROLLO			2	6	3			11
TOTALE AREA	0	2	2	12	4	0		20

AREA DEI SERVIZI ECONOMICO-STATISTICI E PROMOZIONALI SETTORE DEI SERVIZI STUDI E RICERCHE, PER LA CREAZIONE E LA COMPETITIVITA' DELLE IMPRESE E DEL TERRITORIO							Segretario Generale ad interim	
SERVIZIO OSSERVAZIONE ECONOMICA, STATISTICA E PROMOZIONE IMPRENDITORIALE E DEL TERRITORIO				2	3			5
SERVIZI COMPETITIVITA' DELLE IMPRESE E DEL TERRITORIO			1	1	2	1		5
TOTALE AREA	0	0	1	3	5	1		10
TOTALE GENERALE	0	3	6	24	11	2	1	47

AZIENDA SPECIALE INFORMAZIONE FORMAZIONE ASSISTENZA ALLE IMPRESE (IN.FORM.A)

PERSONALE DIPENDENTE DELL' IN.FORM.A.

Impiegato di I° livello 2
Impiegato di II° livello 1

AZIENDA SPECIALE STAZIONE SPERIMENTALE PER LE INDUSTRIE DELLE ESSENZE E DEI DERIVATI AGRUMARI (Stazione Sperimentale)

Personale dei ruoli del Ministero Sviluppo Economico

Dirigente 1
Ricercatore II liv. 1

Personale dipendente della STAZIONE SPERIMENTALE

Collaboratore Tec VI liv. 1
Collaboratore A .VI liv. 1
Ausiliario T IX liv. 1
Operatore A IX liv. 1

2.2.3. Le risorse umane

Equilibrio dimensionale

Il dimensionamento dell'organico della Camera di Commercio, riferito al numero delle imprese iscritte nel Registro delle Imprese, indica un rapporto di meno un dipendente (0,94) per ogni 1000 imprese registrate (49.627) e di poco più di un dipendente (1,08) per ogni 1.000 imprese attive (43.265), un valore sostanzialmente invariato rispetto all'annualità precedente e quindi inferiore al valore medio rispetto alle altre realtà camerali analoghe.

L'indicatore in esame mette in risalto qualità del personale e produttività del lavoro che si accorda con un'efficace organizzazione ed un'attenta politica di bilancio, ma nello stesso tempo rappresenta l'assoluta indilazionabilità di un potenziamento della dotazione di risorse umane per non vanificare l'efficienza raggiunta nei servizi e non pregiudicare una riduzione delle attività, in un momento in cui la Camera è chiamata a far fronte a nuovi impegni (vigilanza del mercato, mediazione, tenuta albo delle imprese artigiane - funzione trasferita alle Camere dal 2011, Autorità di controllo dei vini a D.O. e I.G. funzione assegnata con Decreto del 26/7/2012).

- la dotazione organica al 31 dicembre 2012 è di 69 unità con due dirigenti; consistenza cui si è pervenuti attraverso una prima riduzione il 28 luglio 2004 (da 74 unità a 72), una seconda riduzione il 24 marzo 2010 (da 72 a 71) ed un'ultima riduzione il 2 marzo 2012 (da 71 a 69);
- il personale in servizio al 1° gennaio 2013 è di n. 47 unità di cui un solo dirigente.

Tale dato determina un indice di copertura della dotazione organica del 68%.

Una situazione ed un processo determinato dal fatto che le Camere di Commercio non possiedono, ormai da tempo, quei margini di libertà che risultano indispensabili per agire nei diversi ambiti di governo del loro personale.

Su tutti, incide il contingentamento delle possibilità di ottenere dal turnover tutte quelle opportunità di gestione, ad un tempo, del necessario ricambio generazionale e della valorizzazione del personale interno; gli enti camerali, infatti, possono cogliere tali opportunità solo entro limiti percentuali dei risparmi derivanti dalle cessazioni dal lavoro verificatesi nell'anno precedente; limiti, peraltro, decrescenti (per le singole Camere) al ridursi dei margini di autonomia finanziaria disponibili.

Tra i tanti paradossi che condizionano significativamente la dinamica di un'organizzazione è da evidenziare l'impossibilità di acquisire tali professionalità, pur avendo la capacità finanziaria in bilancio, per mancanza del presupposto di fatto, vale a dire la cessazione di personale nell'anno precedente, sul cui risparmio di spesa calcolare la quota di risorse, anche se ridotta rispetto ad esso, da destinare al ricorso al mercato del lavoro⁵.

Rapporti di lavoro

E' stata espletata la procedura di mobilità relativa al piano di reclutamento 2011, aggiornato al 2012 per la cat. C, le cui procedure si sono concluse nell'anno 2012.

A seguito delle procedure espletate si sono registrate n.5 assunzioni di cat. C e n.1 assunzione di cat.B3.

Il personale presso la Camera di Commercio, è nella sua totalità impiegato in rapporti di lavoro subordinato a tempo indeterminato. Di questi solo il 4% ha un rapporto part-time come evidenziato nella tabella seguente.

DISTRIBUZIONE DEL PERSONALE PER ORARIO DI LAVORO		
PERSONALE	N.	%
FULL TIME	45	95,65%
PART TIME	2	4,35%
TOTALE	47	100,00%

Il profilo qualitativo del personale

⁵ Osservatorio camerale Unioncamere-Sistema camerale

Si riportano di seguito alcuni dati sui profili qualitativi del personale utili per leggere nel dettaglio la fotografia degli addetti della Camera di Commercio.

Età media del personale camerale

Il personale dirigente e non, suddiviso per classi di età, si concentra significativamente nella fascia di età tra i 35 e 44 anni, anche se è presente il 28% del personale compreso nella fascia di età tra 55 e 65 anni. Una buona presenza di personale al di sotto dei 45 anni di età, distribuita con maggiore densità nelle categorie di grado più elevato.

ETÀ	NUMERO DIPENDENTI	%
Tra 20 e 24 anni	0	0,00%
Tra 25 e 34 anni	1	2,17%
Tra 35 e 44 anni	21	45,65%
Tra 45 e 54 anni	14	23,91%
Tra 55 e 65 anni	11	28,26%

Distribuzione del personale per fasce di età

DISTRIBUZIONE PER ETÀ E CATEGORIA								
Fasce di età	Categorie							
	A1	B1	B3	C1	D1	D3	Dirigenti	totale
Tra 20 e 24 anni	0	0	0	0	0	0	0	0
Tra 25 e 34 anni	0	0	0	1	0	0	0	1
Tra 35 e 44 anni	0	0	1	9	9	2	0	21
Tra 45 e 54 anni	0	3	0	8	2	0	1	14
Tra 55 e 65 anni	0	0	5	6	0	1	0	11
TOTALE	0	3	6	24	11	2	1	47

Genere

Una successiva connotazione è data da una ripartizione di genere tra uomini e donne, dove le donne registrano la maggiore consistenza (64,00% contro il 36,00% del totale).

GENERE	NUMERO DIPENDENTI	%
UOMINI	17	36,17 %
DONNE	30	63,83 %

Tale distribuzione, che prevede una maggioranza di donne, viene letta anche attraverso la distribuzione per livelli funzionali dove sempre le donne si collocano in una posizione di vantaggio.

DISTRIBUZIONE PER GENERE E CATEGORIA							
Genere	Categorie						
	A1	B1	B3	C1	D1	D3	Dirigenti
Uomini	0	2	3	10	2	0	0
Donne	0	1	3	14	9	2	1
Totale	0	3	6	24	11	2	1

Anzianità di servizio

La maggior parte (circa il 70%) dei dipendenti ha un'anzianità di servizio compresa tra i 6 ed i 25 anni, tra i 26 e i 35 anni si registra una percentuale di anzianità pari al 13%.

Solo il 15% ha un'anzianità di servizio superiore ai 35 anni.

Il rimanente 2% dei dipendenti ha un'anzianità di servizio inferiore a 5 anni.

ANZIANITÀ DI SERVIZIO	NUMERO DIPENDENTI	%
Tra 0 e 5 anni	1	2,13%
Tra 6 e 15 anni	17	36,17%
Tra 16 e 25 anni	16	34,04%

Tra 26 e 35 anni	6	12,77%
Oltre 35 anni	7	14,89%
TOTALE	47	100%

Livello di scolarità

Il 49% del personale è in possesso della laurea mentre il 47% è in possesso di un titolo di istruzione superiore e ciò contribuisce a costituire una base molto solida per un percorso di sviluppo professionale durevole nel tempo, un ulteriore tassello verso la “Camera di Professionisti” già delineata negli indirizzi programmatici di medio periodo.

Va segnalato che del 49% del personale in servizio laureato: il 96% appartiene all’area sociale (Economia e Commercio, Giurisprudenza, Scienze Politiche, Economia Bancaria, Sociologia e Relazioni Pubbliche) e il 4% all’area scientifica (Informatica).

TITOLO DI STUDIO	NUMERO DIPENDENTI	%
Scuola dell'obbligo	2	4,35%
Diploma di scuola superiore	22	46,81%
Laurea	23	48,94%
di cui:		
Area Sociale	22	95,65%
Area Scientifica	1	4,35%

Andamento consistenza del personale

Per come già richiamato la consistenza del personale della Camera di Commercio si livella al di sotto delle necessità dell’Ente e il suo trend in diminuzione si appalesa incompatibile rispetto agli obiettivi strategici e programmatici individuati dagli organi di governo della Camera per il periodo 2010-2014.

Consistenza del personale – andamento anni 2008 – 2012

CONSISTENZA DEL PERSONALE					
	2008	2009	2010	2011	2012
Dotazione organica	72	72	71	71	69
consistenza	46	46	46	46	47
assunzioni	1	1	1	4	6
cessazioni	3	1	1	4	5

La tabella seguente riporta i dati riguardanti l’organico e le variazioni intervenute nelle unità di personale in servizio nel corso dell’anno 2012.

Contratto	In servizio 01/01/2012	Variazioni Anno 2012	In servizio 31/12/2012
Dirigenti	1 + 1 S.G.	- 1 S.G.	1
Impiegati tempo pieno	40	- 2 + 6	44
Impiegati part-time 50%	=	=	=
Impiegati part time >50%	2	=	2
Impiegati tempo determinato	2 (in continuità dal 2011)	- 2	=
Totali a tempo pieno	41+ 1 S.G.	-3 + 6	45
Totali part time	2	=	2

L’organico dell’ente al 31.12.2012 consta di **47 unità in servizio**.

Nel corso dell’esercizio sono intervenute variazioni nel numero dei dipendenti a tempo pieno. In particolare sono cessati dal servizio n.2 dipendenti, di cui n.1 unità di cat. B3 per dimissioni volontarie e n. 1 unità di

cat. D3 per inabilità e sono state effettuate n.6 assunzioni in attuazione del piano triennale del personale 2012/2014 attraverso l'istituto della mobilità ex art. 30 del D.Lgs. n.165/2001 rispettivamente nelle categorie C per n. 5 unità e B3 per n.1 unità.

Per tutto il 2012, la Camera di Commercio si è avvalsa di un contratto di somministrazione, stipulato con JobCamere S.r.l., per la fornitura di un lavoratore di categoria C con oneri totalmente a carico di InfoCamere e, per il periodo dal 19/9/2012 al 31/12/2012, di altro lavoratore di categoria C con oneri totalmente a carico di Unioncamere.

Si è fatto ricorso per le attività istituzionali inerenti il 9° Censimento generale dell'industria e dei servizi e censimento delle istituzioni no profit a n.12 unità di personale con contratto di collaborazione a progetto a decorrere dal 3/9/2012 attingendo alla graduatoria di idonei di cui alla selezione pubblica per eventuali assunzioni a tempo determinato approvata con Determinazione del Segretario generale n.15/2011.

Nel complesso il costo del personale si è ridotto di 141.033,67 euro rispetto al precedente bilancio.

Il 2012 ha rappresentato un'importante transizione per l'organizzazione dell'ente poiché, con decorrenza 1/7/2012 il Segretario Generale in carica dal 2003 è stato collocato a riposo per limiti di età; l'unico dirigente in servizio, a partire dalla stessa data, ha svolto le funzioni di Segretario Generale ad interim di tutte le aree.

La formazione del personale

Come di consueto particolare attenzione è stata dedicata all'**aggiornamento professionale** e alla **formazione del personale** in servizio. Si evidenzia che per lo svolgimento delle singole iniziative si è principalmente fatto riferimento alle strutture del sistema camerale ed in particolare all'Unioncamere, all'Istituto Guglielmo Tagliacarne e a Infocamere.

E' stata realizzata inoltre una giornata di formazione per tutto il personale camerale con Fondazione Promo P.A., Assist S.p.A. e Retecamere s.c. a r.l.

Gli interventi formativi complessivamente frequentati da n. 33 dipendenti camerale sono stati 20 per un totale di oltre 246 ore di formazione fruite. I percorsi proposti hanno riguardato prevalentemente la formazione tecnico-specialistica legata alle competenze amministrative e promozionali, con iniziative diversificate per gruppi omogenei dei collaboratori.

L'onere sostenuto per la formazione dei dipendenti è risultato pari a 10.176,41 euro, entro i limiti di contenimento delle spese di cui all'art.6 co.13 del d.l. n.78/2010 conv. in l. n.122/2010.

2.2.4 Le risorse economiche impegnate

Per fornire una rendicontazione completa sulla gestione è necessario riferirsi anche alle risorse finanziarie utilizzate per il raggiungimento dei risultati attesi dal "piano della performance" relativamente all'anno 2012.

La tabella che segue riporta, in valore assoluto, i valori di proventi ed oneri, sia a preventivo che a consuntivo, comparati con l'annualità precedente.

Dati di bilancio Gestione corrente	Consuntivo al 31/12/2011	Preventivo aggiornato anno 2012	Consuntivo al 31/12/2012
A) PROVENTI CORRENTI			
DIRITTO ANNUALE	7.902.648,43	7.593.313,00	7.960.566,06
DIRITTI DI SEGRETERIA	1.342.406,58	1.318.000,00	1.259.251,85
CONTRIBUTI TRASFERIMENTI ED ALTRE ENTRATE	256.201,99	2.218.849,99	1.198.509,00
PROVENTI GESTIONE SERVIZI	46.479,66	42.200,00	42.085,60
VARIAZIONE DELLE RIMANENZE	-1.787,89	0,00	5.923,16
TOTALE PROVENTI CORRENTI (A)	9.545.948,77	11.172.362,99	10.466.335,67
B) ONERI CORRENTI			
SPESE PER IL PERSONALE	-2.245.223,06	-2.791.734,09	-2.104.189,39

SPESE DI FUNZIONAMENTO	-1.624.279,85	-2.197.986,88	-1.763.142,48
SPESE PER INTERVENTI ECONOMICI	-2.138.191,59	-5.787.995,00	-4.325.448,12
AMMORTAMENTI ED ACCANTONAMENTI	-3.812.992,57	-3.816.688,00	-4.018.275,97
TOTALE ONERI CORRENTI (B)	-9.820.687,07	-14.594.403,96	-12.211.055,96
RISULTATO DELLA GESTIONE CORRENTE (A-B)	-274.738,30	-3.422.040,97	-1.744.720,29

L'anno 2012 si è chiuso con un disavanzo della gestione corrente per - € 1.744.720,29, disavanzo dipeso dall'effetto combinato di più fattori (maggiori/minori proventi, maggiori/minori oneri) che hanno inciso sul bilancio determinando un risultato economico d'esercizio pari a -55.252,77 euro, per effetto di:

- un avanzo della gestione finanziaria per + € 286.310,93
- un avanzo della gestione straordinaria per € 1.407.923,61 ed è rettificato da svalutazioni dell'attivo patrimoniale per - € 4.767,02.

Per quanto riguarda i proventi della gestione corrente, si segnala un aumento del **diritto annuale** rispetto ai dati 2011 (+ 57.917,63 euro), risultato superiore alle attese, consentendo di **superare la previsione di bilancio (+ 367.253,06)**

Gli introiti dei **diritti di segreteria** registrano una diminuzione rispetto all'ultimo esercizio dovuta all'entrata in vigore dell'art. 15 L. n.183/2012 che vieta alle PP.AA. di richiedere e accettare certificati dagli utenti.

I contributi di altri soggetti (soprattutto fondo di perequazione camerale) accolti tra i proventi a cofinanziamento delle progettualità promozionali registrano un notevole aumento rispetto al 2011 e comprendono, oltre al saldo e all'acconto su progetti a valere sul fondo perequativo, anche il contributo per rigidità di bilancio anno 2011 e il contributo ISTAT relativo al "9° Censimento dell'industria e dei servizi e al Censimento delle istituzioni non profit 2011".

Gli oneri correnti relativi al **personale** e al **funzionamento** della **struttura diminuiscono** nel complesso:

- il costo del personale si è ridotto di € 141.033,67 rispetto al precedente bilancio ed uno scostamento di - € 687.544,70 rispetto alle previsioni
- i costi di funzionamento hanno registrato uno scostamento rispetto alle previsioni di - € 434.844,40 dovuto alla realizzazione di economie di spesa. E' da rilevare che, anche nel 2012, la Camera ha attuato un'attenta gestione fondata sul monitoraggio costante della spesa con l'obiettivo di un continuo contenimento dei costi comprimibili, con ciò rispondendo pienamente agli indirizzi normativi sul contenimento della spesa pubblica.

Si è registrato un aumento rispetto al 2011 di € 138.862,63, dovuto al pagamento dell'IMU, la nuova imposta sugli immobili cui sono soggette anche le Camere di Commercio, e ai costi sostenuti per lo svolgimento delle attività riguardanti il "9° Censimento dell'industria e dei servizi e al Censimento delle istituzioni non profit 2011" a fronte dei quali è stato rilevato tra i proventi il contributo a carico dell'ISTAT.

Gli oneri relativi alla realizzazione del **programma promozionale** dell'Ente sono individuati nella macro voce "*Interventi economici*" che si riferisce agli oneri per la realizzazione del programma delle attività e quindi iniziative, progetti, interventi a supporto delle imprese e per lo sviluppo economico locale come individuati dalla relazione previsionale e programmatica, definiti con il budget direzionale e quindi attualizzati nel piano della performance. Tali oneri risultano più che raddoppiati rispetto ai valori 2011 (**+ € 2.187.256,53**). Il differenziale (- € 1.462.546,88) tra realizzato e previsionale è riferibile in gran parte alla "economicità" nella gestione del programma, sostanzialmente ininfluenza sulla qualità e consistenza delle azioni.

Va considerato che tra le componenti di oneri che ne determinano l'entità al netto degli accantonamenti, il 52,7% è integralmente ascrivibile alla voce relativa al finanziamento degli interventi a supporto del sistema imprenditoriale e di promozione dell'economia provinciale, con un netto aumento di 17 punti percentuali rispetto allo stesso dato relativo al 2011 (pari al 36%).

Influiscono sulla gestione finanziaria anche le PARTECIPAZIONI, oggetto di una attenta scelta di dismissione di quote/azioni in società non necessariamente e/o utilmente funzionali alle finalità istituzionali e alle strategie dell'Ente.

Nella tabella successiva sono riportati i dati rilevanti delle partecipazioni detenute dalla Camera.

Settore	Denominazione Società	Capitale sociale al 31/12/2012	% partecipazione al 31/12/2012
Mercati agroalimentari	COMARC Srl *	1.379.344,00	54,63
Assistenza e diffusione dell'innovazione tecnologica	Consorzio OKEANOS *	134.278,78	20,00
Partecipazione di rete del sistema camerale - Informatica	INFOCAMERE S.c.p.a.	17.670.000,00	0,11
Partecipazione di rete del sistema camerale - Turismo	ISNART S.c.p.a.	1.046.500,00	0,49
Partecipazione di rete del sistema camerale - Mercato telematico	Borsa Merci Telematica s.c.p.a.	2.387.372,16	0,35
Enti di sviluppo territoriale	Patto territoriale dello Stretto SpA **	108.340,72	7,15
Credito	PROMEM Sud-Est SpA	302.432,00	1,23
Infrastrutture	SOGAS SpA	3.100.000,26	0,006
Assistenza e diffusione dell'innovazione tecnologica	Sviluppo Italia Calabria Scpa *	1.458.165,00	0,02
Partecipazione di rete del sistema camerale - Servizi finanziari	TECNOHOLDING SpA	25.000.000,00	0,15
Partecipazione di rete del sistema camerale - Servizi di ingegneria	TECNOSERVICECAMERE Scpa	1.318.941,00	0,11
Servizi tecnico-informatici	CSA Consorzio Serv.Av.Scpa **	1.100.000,00	0,72
Tutela e valorizzazione produzioni locali	GAL Alta Locride S.c.r.l.	34.605,50	2,99
Assistenza e diffusione dell'innovazione tecnologica	Centro di competenza ICT-SUD s.c.r.l. **	1.002.095,00	0,008
Assistenza e diffusione dell'innovazione tecnologica	CERTA s.c.r.l.	100.000,00	1,1
Enti di sviluppo territoriale	Consorzio per lo sviluppo ind. della provincia di RC (ex ASI)	300.874,96	3,05
Formazione	Innovareggio S.c.r.l. **	41.320,00	10
Assistenza e diffusione dell'innovazione tecnologica	Meridionale Innovazione Trasporti - M.I.T. s.c.r.l. **	120.000,00	1,67
Assistenza e diffusione dell'innovazione tecnologica	Promedia S.c.r.l. **	38.300,00	1,83
Partecipazione di rete del sistema camerale	Retecamere S.c.r.l.	900.000,00	0,10
Formazione	Scuola Medit. di design Scrl **	38.760,00	13,16
Tutela e valorizzazione produzioni locali	GAL V.A.T.E. S.r.l.	62.920,00	4,13
Partecipazione di rete del sistema camerale - Sviluppo dei trasporti	Uniontrasporti S.c. a r.l.	760.091,88	0,42
Servizi di outsourcing	IC OUTSOURCING S.c.r.l.	372.000,00	0,07
Partecipazione di rete del sistema camerale -Innovazione	Dintec - Consorzio per l'innovazione tecnologica Scrl	551.473,09	0,30
Partecipazione di rete del sistema camerale - Lavoro	JOB CAMERE S.r.l.	600.000,00	0,07

* In liquidazione

** deliberata e avviata procedura di dismissione

Le Aziende speciali della Camera

nome	Dipendenti al 31/12/2012	Contributo previsto	Contributo effettivo	Note
In.Form.a	3	300.650,00	300.650,00	
Stazione delle essenze e degli agrumi	6	0	0	Tra i ricavi nel mastro "Contributi, trasferimenti ed altre entrate", in conformità a quanto previsto dall'art.14 dello statuto, oggetto della delibera della Giunta Camerale n. 69 del 27/10/2011, sono previste entrate per € 442.845,00 da riversare all'Azienda Speciale "Stazione Sperimentale per le industrie delle essenze e dei derivati dagli agrumi" originate dai contributi industriali e per il commercio d'importazione di cui all'art. 4 del DM 1° aprile 2011. Uguale importo è previsto tra gli oneri degli "Interventi economici". I conti nell'anno 2012 non sono stati movimentati.

2.3 RISULTATI RAGGIUNTI

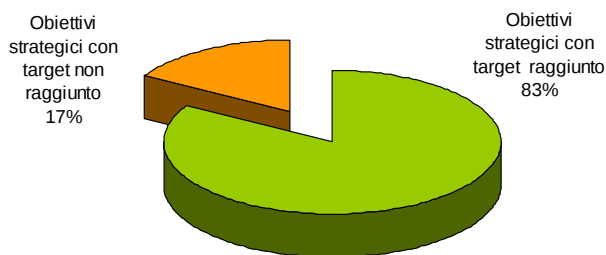
Di seguito si riporta il riepilogo degli obiettivi strategici e dei piani ed obiettivi operativi conseguiti, senza considerare l'Area Strategica V per i motivi sopra specificati.

Grado di raggiungimento degli obiettivi strategici pianificati

Obiettivi strategici

	N.	Valore
		%
Obiettivi strategici con target raggiunto*	5	83%
Obiettivi strategici con target (primo anno) non raggiunto	1	17%
Obiettivi strategici totali individuati nel Piano Performance	6	100%

OBIETTIVI STRATEGICI
Target = Performance media delle misure > 75%

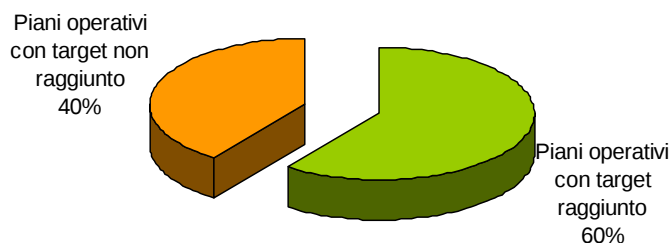


* Obiettivo strategico raggiunto: performance risultati attesi dalle misure dei piani operativi pari ad almeno il 75% (come da obiettivo Segretario Generale)

Obiettivi operativi

	N.	Valore
		%
Piani operativi con target raggiunto	15	60%
Piani operativi con target non raggiunto	10	40%
Piani operativi totali individuati nel Piano Performance	25	100%

PIANI OPERATIVI
Target = Performance media delle misure > 75%



Di seguito una tabella riepilogativa sui risultati raggiunti:

Obiettivi strategici	Piani operativi		N. misure del piano	Risultato PIANO OPERATIVO = media aritmet. perform. indicatori delle misure del piano	po raggiunti (risult. >75)	PERFORMANCE OS= MEDIA PERFORMANCE P.O.	
REA STRATEGICA I							
1 OBIETTIVO STRATEGICO I.1 una pa aperta, trasparente e partecipata	1	PIANO OPERATIVO I.1.1 Qualità e tecnologia per efficientare i servizi	8	76,4	1	76,29	
	2	PIANO OPERATIVO I.1.2 La comunicazione per migliorare la relazionalita' con l'utente/cliente ed incentivare la partecipazione	3	76,1	1		
					1		
	11				2		
REA STRATEGICA II							
OBIETTIVO STRATEGICO II.1 burocrazia zero	3	PIANO OPERATIVO II.1.1 La governance cooperativa	3	50,0	0	75,00	
	4	PIANO OPERATIVO II.1.2 Il Suap	1	100,0	1		
	4				1		
REA STRATEGICA III							
OBIETTIVO STRATEGICO III.1 rafforzare il mercato	5	PIANO OPERATIVO III.1.1 Le asimmetrie della conoscenza	2	88,9	1	75,56	
	6	PIANO OPERATIVO III.1.2 Il digital divide	4	62,2	0		
	6				1		
OBIETTIVO STRATEGICO III.2 favorire la fiducia nel mercato	7	PIANO OPERATIVO III.2.1 La trasparenza del mercato	2	83,3	1	116,39	
	8	PIANO OPERATIVO III.2.2 La vigilanza del mercato	2	149,4	1		
	4				2		
OBIETTIVO STRATEGICO III.3 un contesto favorevole	9	PIANO OPERATIVO III.3.1 Per un sistema territoriale trasparente, integro e responsabile	3	48,8	0	52,67(*)	
	10	PIANO OPERATIVO III.3.2 La qualità della vita come baricentro dello sviluppo	2	100,0	1		
	11	PIANO OPERATIVO III.3.3 La formazione	3	13,1	0		
	12	PIANO OPERATIVO III.3.3.4 La sostenibilità	4	79,2	1		
	13	PIANO OPERATIVO III.3.5 Le infrastrutture	1	75,0	1		
	14	PIANO OPERATIVO III.3.6 La Csr	1	0,0	0		
	14				3		
OBIETTIVO STRATEG. III.4 Rilanciare la produttività e la competitività del sistema territoriale delle imprese	15	PIANO OPERATIVO III.4.1 Le politiche fattoriali	P.O. III.4.1.1	11	152,1	1	79,58
	16		P.O.III.4.1.1.1.a	1	102,4	1	
	17		P.O. III.4.1.2	8	98,6	1	
	18		P.O. III.4.1.3	5	85,9	1	
	19		P.O. III.4.1.4	6	130,0	1	
	20	PIANO OPERATIVO III.4.2 Le politiche settoriali (*)	P.O. III.4.2.1	4	64,4	0	
	21		P.O. III.4.2.2	3	34,9	0	
	22		P.O. III.4.2.3	1	0,0	0	
	23		P.O. III.4.2.4	3	44,9	0	
	24		P.O. III.4.2.5	4	62,2	0	
	25		P.O. III.4.2.6	1	100,0	1	
	47				6		

*** ANNO 2012 ***

PROVENTI		
A preventivo	A consuntivo	Risorse disponibili rispetto a quelle preventivate (%)
11.172.362,99	10.466.335,67	94%
ONERI		
Spese promozionali		
A preventivo	A consuntivo	Spese sostenute rispetto a quelle preventivate (%)
5.787.995,00	4.325.448,12	75%
Spese per il personale		
A preventivo	A consuntivo	Spese sostenute rispetto a quelle preventivate (%)
2.791.734,09	2.104.189,39	75%
Spese di funzionamento		
A preventivo	A consuntivo	Spese sostenute rispetto a quelle preventivate (%)
2.197.986,88	1.763.142,48	80%

Di seguito una sintesi delle risorse destinate, nell'ambito degli Interventi economici, alla realizzazione degli obiettivi strategici previsti dal Piano Performance.

AREA STRATEGICA	OBIETTIVO STRATEGICO	PREVENTIVO	CONSUNTIVO
I	I.1 Una PA aperta trasparente e partecipata	595.000,00	475.920,32
II	II.1 Burocrazia zero	60.000,00	27.023,32
III	III.1 Rafforzare il mercato	162.397,08	148.425,70
	III.2 Favorire la fiducia nel mercato	242.500,00	20.407,15
	III.3 Un contesto favorevole	673.045,19	626.049,62
	Rilanciare la produttività e la competitività III.4 del sistema territoriale delle imprese	3.270.052,60	2.785.598,31
IV	IV.1 Fare sistema	201.617,83	201.080,21

Risorse finanziarie che includono il contributo destinato al finanziamento del programma di attività dell'Azienda Speciale INFORMA, coinvolta pienamente negli obiettivi strategici ed operativi, piani e azioni del "Piano Performance 2012".

Nessun finanziamento è previsto invece per l'altra Azienda Speciale "Stazione Sperimentale per le industrie delle essenze e dei derivati dagli agrumi" che è dotata di una propria autonomia patrimoniale.

Le politiche e gli interventi a sostegno delle imprese e del territorio

Gli utenti serviti (^)	
Servizio	Numero
Rilascio dispositivi firma digitale	5.292
Rilascio carte cronotachigrafe	1.410
Servizi regolazione del mercato (tra cui: Mediazioni, Ispezioni e Verifiche nel settore della metrologia legale e della vigilanza del mercato, ...)	415
Servizi informazione economica, eccellenze produttive (comprese fiere) e qualità/CSR (Tra cui: Bandi, Marchi collettivi, Azioni di sostegno per riconoscimento di denominazione di origine, Partecipazione a fiere, Richieste all' ufficio statistica)	414
Servizi innovazione (compresi ICT e proprietà ind.le) (tra cui: Bandi nei campi ICT e Innovazione, Informazione e assistenza marchi, brevetti e diritto d'autore, Iniziative in campo di trasferimento tecnologico, Seminari sul tema....)	670
Servizi internazionalizzazione (comprese missioni) (Tra cui: Informazione ed assistenza per l'export, Bandi, Iniziative per il supporto all'internazionalizzazione, Seminari e corsi e giornate paese....)	204
Servizi finanza e credito (Tra cui: Bandi, Progetto SMI ed imprenditori in difficoltà, assistenza e informazione,)	229
Servizi ambiente ed energia (Tra cui: Informazione ed assistenza, Check up ambientali, Seminari ed iniziative formative, ...)	140
Servizi lavoro/imprese (Tra cui : Iniziative per l'alternanza scuola -lavoro)	298
TOTALE	9.072

(^) Non sono computati nella precedente tabella gli utenti dei servizi anagrafici e certificativi (es. iscrizioni, modifiche e cessazioni di imprese, rilascio visure e certificati ecc...) mentre sono computati gli utenti di corsi e seminari.

Rapporto n.utenti/ imprese attive al 31 dicembre 2012 (9.072/ 43.265) = 20,97%

2.4 LE CRITICITA' E LE OPPORTUNITA'

Il paragrafo che segue descrive le criticità incontrate in un obiettivo strategico e in alcuni piani operativi con performance inferiori a quelle attese, indicati nella tabella precedente con il simbolo (*).

OBIETTIVO STRATEGICO	III.3 UN CONTESTO FAVOREVOLE (*) 
GRADO DI RAGGIUNGIMENTO	52,67
CRITICITA' RISCOstrate	Con riferimento alle performance effettive del presente obiettivo strategico, si evidenziano alcuni elementi che hanno influito sulle azioni previste: Nell'ambito delle iniziative di confronto per il supporto alla legalità, si è rilevata in corso d'anno l'opportunità di puntare, più che su iniziative seminariali, formative o convegnistiche, su strumenti di supporto quali il

	temporary management, etc. per supportare le imprese in un periodo di particolare difficoltà. Alcune attività sono state rinviate a periodi successivi, considerate anche le criticità legate all'impegno richiesto dal Censimento (cfr. sotto).
Obiettivi/azioni previste nel ciclo di programmazione 2013	• Sportello Legalità: formazione ed assistenza a imprese in preusura e in difficoltà e per la gestione di beni confiscati • Diffusione della ricerca sulla percezione e diffusione della legalità tra i giovani della provincia di Reggio Calabria in collaborazione con Informa • Bando per la raccolta di best practices sui temi della responsabilità sociale d'impresa e premio.

OBIETTIVO STRATEGICO	III.4 RILANCIARE LA PRODUTTIVITA' E LA COMPETITIVITA' DEL SISTEMA TERRITORIALE DELLE IMPRESE Piano operativo III.4.2 Le politiche settoriali 
CRITICITA' RISCONTRATE	Le performance previste da questo piano operativo sono state influenzate dall'incidenza, per il secondo semestre 2012 quasi preponderante, delle attività connesse alla realizzazione del IX Censimento Industria e Servizi che hanno coinvolto il Settore 3, responsabile anche delle attività relative al piano operativo.
Obiettivi/azioni previste nel ciclo di programmazione 2013	Vedi il Piano Performance 2013 Ob. III.4.2 Le politiche settoriali

3. OBIETTIVI: RISULTATI RAGGIUNTI E SCOSTAMENTI

Premessa

Il Piano, strumento che dà avvio al ciclo di gestione della performance (articolo 4 del d.lgs. n.150/2009), documento programmatico triennale in cui, in coerenza con le risorse assegnate, sono esplicitati gli obiettivi, gli indicatori ed i target su cui si basa la misurazione, la valutazione e la rendicontazione della performance, sconta l'esigenza di dover correlarsi con programma di mandato 2009/2014, relazione previsionale e programmatica 2012 e budget direzionale 2012 con il rischio di una sovrapposizione di obiettivi e di piani.

Per corrispondere alle esigenze di massima trasparenza nei documenti di pianificazione pur nell'evoluzione dei modelli di rappresentazione, si è operato nel modo seguente:

■ il Piano della performance rappresenta la traduzione in aree strategiche ed obiettivi strategici delle priorità strategiche ed obiettivi prioritari del "programma pluriennale di mandato" ed in piani operativi le scelte strategiche del "programma pluriennale di mandato" e i piani di azione della "relazione previsionale e programmatica";

■ con riferimento all'anno 2012, il Piano della performance si richiama agli obiettivi e piani di azioni della "Relazione previsionale e programmatica 2012" e alle azioni risultati attesi del "budget direzionale 2012".

■ Le risorse finanziarie assegnate ai piani operativi corrispondono a quelle del budget direzionale.

3.1 L'albero della performance

La tabella che segue raffigura l'Albero della Performance, come previsto dal Piano Performance 2012 – 2014.

AREE STRATEGICHE	OBIETTIVI STRATEGICI	Piani operativi	Misure
I. LA CAMERA DI COMMERCIO CHE, NELL'ATTUALIZZARE LA RIFORMA, ATTRAVERSO LA QUOTIDIANITA' DELLA SUA AZIONE, SIA PERCEPITA COME "VALORE PER LE IMPRESE ED IL TERRITORIO"	I.1 LA CAMERA DI COMMERCIO: UNA PA APERTA, TRASPARENTE, PARTECIPATA	I.1.1 Qualità e tecnologia per efficientare i servizi	I.1.1.1 Azioni dirette alla semplificazione e razionalizzazione dei procedimenti amministrativi, I.1.1.2 Prosecuzione dell'operatività della consulta giuridica con la realizzazione di incontri periodici I.1.1.3 Potenziamento dei sistemi di comunicazione interna I.1.1.4 Miglioramento dell'evasione delle pratiche nei termini di legge I.1.1.5 Completamento del V procedimento di cancellazioni d'ufficio delle imprese e società non operative al Registro Imprese ed avvio del VI procedimento. I.1.1.6 Azioni rivolte a consentire una efficace interazione tra la Camera e le altre P.A. ed a rendere disponibili in rete i dati in possesso della Camera di Commercio, I.1.1.7 Azioni rivolte al consolidamento dei rapporti collaborativi tra Associazioni imprenditoriali e Registro delle Imprese I.1.1.8 Le imprese e i servizi
		I.1.2 Comunicazione per migliorare la relazionalità con l'utente/cliente ed incentivare la partecipazione	I.1.2.1 Ascolto e dialogo costante con l'utenza e la generalità degli stakeholder I.1.2.2 Formazione del personale camerale I.1.2.3 Adozione dei necessari provvedimenti (e delle relative misure organizzative) attraverso i quali la Camera predispone la strumentazione che attualizza il principio della trasparenza, rilevato dall'art.11 del d.lgs. n.150/2009
II. BUROCRAZIA ZERO: LA CAMERA AGENTE SUL TERRITORIO DELLA SEMPLIFICAZIONE	II.1 BUROCRAZIA ZERO	II.1.1 La Governance cooperativa	II.1.1.1 Diffondere la consapevolezza all'interno e all'esterno tra le altre PP.AA. dell'importanza della socializzazione e diffusione del know-how, II.1.1.2 La governance cooperativa come innovazione culturale II.1.1.3 Condivisione con la Regione di un percorso comune che culmini nella realizzazione di un "Osservatorio dell'artigianato"
		II.1.2 IL SUAP	II.1.2.1 Esercizio della funzione di sussidiarietà e di supporto relativa ai compiti assegnati alle Camere sul SUAP in forma associata a livello regionale o con altre Camere che condivide l'importanza di una visibilità operativa e di risultati su tale tema

III: LA CAMERA LABORATORIO E SUPPORTER PER LA CRESCITA E LA COMPETITIVITA' DELLE IMPRESE	III.1 RAFFORZARE IL MERCATO	III.1.1 LE ASIMMETRIE DELLA CONOSCENZA	III.1.1.1 L'osservazione congiunturale si affiancherà con sistematicità alle analisi di tipo strutturale che verranno svolte in continuità agli anni precedenti ma attraverso un coinvolgimento anche delle Università soprattutto nella elaborazione di dossier tematici. III.1.1.2 Azioni per promuovere l'e-learning
		III.1.2. IL DIGITAL DIVIDE	III.1.2.1 Incentivare gli investimenti nel settore delle tecnologie digitali, III.1.2.2 L'Information Technology III.1.2.3 Progetto "Città intelligenti" III.1.2.4 Progetto e-commerce
	OBIETTIVO STRATEGICO III.2 FAVORIRE LA FIDUCIA NEL MERCATO	III.2.1 LA TRASPARENZA DEL MERCATO	III.2.1.1 Migliorare la trasparenza del mercato e del rapporto imprese/consumatori: un sistema territoriale di regolazione del mercato. III.2.1.2 L'attività sanzionatoria quale funzione per la trasparenza dei comportamenti corretti e conformi alla legge da parte delle PMI
		III.2.2. LA VIGILANZA DEL MERCATO	III.2.2.1 Potenziare le attività di vigilanza e controllo sul mercato per accrescere la tutela e la sicurezza del consumatore III.2.2.2 Svolgimento in forma associata delle funzioni di metrologia legale e di vigilanza del mercato
	OBIETTIVO STRATEGICO III.3 UN CONTESTO FAVOREVOLE	III.3.1. PER UN SISTEMA TERRITORIALE TRASPARENTE, INTEGRO E RESPONSABILE	III.3.1.1 Progetto "Impresa legale e sicurezza partecipata: perché no?" (delibera della G.C. n.63/2011 e determinazione S.G. n. 140/2011) III.3.1.2 Per reagire alla corruzione III.3.1.3 La responsabilità sociale dell'impresa
		III.3.2 .LA QUALITA' DELLA VITA COME BARICENTRO DELLO SVILUPPO	III.3.2.1 Misurare ed valutare il benessere per comprendere cosa conta effettivamente per i reggini III.3.2.2 Per promuovere una politica per i territori che valorizzi la piccola dimensione di alta qualità, tradizione e innovazione
		III.3.3.LA FORMAZIONE	III.3.3.1 Investire sulla formazione: strategia per la crescita Indirizzare i giovani verso i percorsi formativi che abbiano i migliori sbocchi occupazionali III.3.3.2 Indirizzare i giovani verso i percorsi formativi che abbiano i migliori sbocchi occupazionali potenziamento del legame tra scuola e sistemi produttivi del territorio. III.3.3.3 Far crescere la professionalità degli imprenditori e dipendenti da imprese: la formazione continua

		III.3.4 LA SOSTENIBILITA'	III.3.4.1 Promuovere l'efficienza energetica e il risparmio dell'energia promuovendo azioni di sostenibilità energetico - ambientale nell'ambito dello svolgimento delle attività economiche. III.3.4.2 Supportare le imprese nell'adeguamento agli adempimenti previsti dalla normativa cogente e incentivare lo sviluppo di sistemi di gestione ambientale..... III.3.4.3 Promuovere la conoscenza e monitorare il mercato del lavoro sui profili professionali emergenti dalla green economy III.3.4. Diffondere il Patto dei Presidenti Camerali cui la Camera ha aderito con delibera Giunta Camerale n. 49 del 6/6/2011
		III.3.5 LE INFRASTRUTTURE	III.3.5.1 Accreditare la Camera non solo da soggetto investitore ma referente istituzionale per la raccolta, progettazione e proiezione delle esigenze infrastrutturali del territorio
		III.3.6.LA CSR	III.3.6.1 La Responsabilità sociale delle imprese (CSR)
	III.4 RILANCIARE LA PRODUTTIVITA' E LA COMPETITIVITA' DEL SISTEMA TERRITORIALE DELLE IMPRESE	III.4.1. LE POLITICHE FATTORIALI	III.4.1.1- Promuovere e sostenere l'innovazione, incoraggiare e sostenere la nascita e lo start-up di imprese innovative III.4.1.1.a - Promuovere e sostenere l'integrazione delle imprese III.4.1.2 - Internazionalizzazione. accompagnare le imprese sui mercati internazionali III.4.1.3 - Un credito più accessibile per le imprese III.4.1.4 - Capitale umano e imprenditorialità
		III.4.2 LE POLITICHE SETTORIALI	III.4.2.1 Turismo. III.4.2.2 Commercio. III.4.2.3 Edilizia. promuovere l'innovazione, migliorare la produttività per superare il limite dimensionale sui mercati III.4.2.4 Artigianato III.4.2.5 Agroalimentare III.4.2.6 Economia del mare
IV: LA CAMERA ATTIVATORE DI RETI ED ALLEANZE	IV.1 FARE SISTEMA, QUALE CAPACITÀ DELLE ISTITUZIONI PUBBLICHE LOCALI DI COSTRUIRE ATTRAVERSO NUOVE FORME DI PARTECIPAZIONI QUELLA RETE DI BENI, SERVIZI E INFRASTRUTTURE, MATERIALI E IMMATERIALI, INDISPENSABILE A	IV.1.1 RELAZIONI ALL'INTERNO DEL SISTEMA CAMERFALE REGIONALE E PARTENARIATO TERRITORIALE	IV.1.1.1 Fare sistema per dare valore aggiunto alle risorse e ai risultati IV.1.1.2 Il "brand territoriale" della provincia per misurarne la competitività

	SVILUPPARE LA COMPETITIVITÀ DEL TERRITORIO		
--	---	--	--

3.2 Aree strategiche ed obiettivi strategici

Come evidenziato dall'albero della performance sopra delineato, il Piano Performance 2012 prevede

- n. 4 aree strategiche
- n. 7 obiettivi strategici
- n. 25 piani operativi
- n. 87 misure

Per analizzare il raggiungimento degli obiettivi strategici, si è tenuto conto che, come da obiettivi del Segretario Generale (assegnati con delibera di giunta n. 4 del 2/3/2012), un obiettivo strategico si intende conseguito se la performance dei risultati attesi dalle misure dei piani operativi è pari ad almeno il 75%.

Di seguito si riportano delle tabelle riepilogative sul grado di raggiungimento degli obiettivi strategici e dei relativi piani operativi relativi alle prime quattro Aree strategiche (senza considerare l'Area Strategica V, "Reti ed alleanze", i cui obiettivi sono legati esclusivamente a partenariati e non prevedono azioni specifiche).

3.3 Obiettivi e piani operativi

Nel paragrafo che segue, relativo ai piani operativi, sono riportate, per ciascuna misura e per ciascuna azione, i risultati conseguiti in termini descrittivi ed in termini percentuali.

AREA STRATEGICA I:
LA CAMERA DI COMMERCIO CHE, NELL'ATTUALIZZARE LA RIFORMA, ATTRAVERSO LA QUOTIDIANITA' DELLA SUA AZIONE, SIA PERCEPITA COME "VALORE PER LE IMPRESE ED IL TERRITORIO"



OBIETTIVO STRATEGICO I.1

LA CAMERA DI COMMERCIO: UNA PA APERTA, TRASPARENTE, PARTECIPATA

PIANI OPERATIVI:

I.1.1 Qualità E TECNOLOGIA PER EFFICIENTARE I SERVIZI

MISURE	RISULTATI ATTESI E INDICATORI (2012)	RISULTATI AL 31 DICEMBRE 2012
I.1.1.1 Azioni dirette alla semplificazione e razionalizzazione dei procedimenti amministrativi, garantendo l'effettività dell'accesso ai documenti amministrativi, alle informazioni ed ai servizi da parte delle imprese e degli operatori professionali e riducendo o eliminando gli oneri meramente formali e burocratici relativi all'avvio dell'attività di impresa e per migliorare la qualità delle denunce telematiche (art. 9, comma 1 della Legge 180/2011, cd. Statuto delle Imprese). Pubblicazione e aggiornamento delle norme e dei requisiti minimi per l'esercizio di ciascuna tipologia di attività d'impresa, ai sensi dell'art 9, comma 2, della Legge 180/2011. Organizzazione di un evento semestrale per gli operatori professionali e delle associazioni distribuiti nel territorio provinciale.	1. Riduzione del 40% della sospensione di pratiche irregolari 2. e dei tempi di sospensione rispetto al 2011 3. ed avvio del sistema telematico di gestione delle notifiche dei provvedimenti di rifiuto. 4. Pubblicazione sul sito camerale del manuale delle attività economiche aggiornato e del prontuario per l'iscrizione ed il deposito degli atti nel RI aggiornato in continuità con l'evoluzione normativa.	1. Non si registrano riduzioni delle sospensioni di pratiche irregolari (le pratiche con almeno una sospensione risultano essere 7.722 nel 2011 e 7.657 nel 2012, delle quali, rispettivamente, 683 risultano essere ancora sospese al 31/12/2011, mentre 685 sono sospese al 31/12/2012). 2. Si rileva, invece, una riduzione dei tempi medi di sospensione delle stesse, che da 28,2 giorni nel 2011 si attesta a 23,6 giorni nel 2012. Il dato, in linea con la generale riduzione dei tempi medi di evasione delle pratiche, evidenzia l'efficace azione di supporto ed assistenza che il personale dell'ufficio RI fornisce agli utenti, anche attraverso il contact center, che consente ai professionisti di regolarizzare con maggiore tempestività le pratiche sospese. 3. E' stato implementato il sistema telematico di gestione delle notifiche dei provvedimenti di rifiuto con la preventiva predisposizione dei modelli sull'applicativo Scriba, la creazione di una prima tranches di provvedimenti di rifiuto e la trasmissione telematica degli stessi alla posta elettronica certificata dell'impresa e dell'intermediario. 4. Sono stati aggiornati i contenuti del nuovo sito camerale con la pubblicazione di guide, manuali e delle pagine informative in relazione ai molteplici interventi legislativi, che si sono susseguiti. Risultano pubblicati il Prontuario per

		la presentazione degli atti societari con la Comunicazione Unica, il Manuale operativo per il deposito del bilancio d'esercizio 2012.
I.1.1.2 Prosecuzione dell'operatività della consulta giuridica con la realizzazione di incontri periodici	1. Coinvolgimento di almeno 200 operatori professionali nei seminari di informazione 2. Periodicità almeno bimestrale delle riunioni della Consulta, pubblicazione sul sito web delle decisioni accompagnate da schede informative sugli specifici temi affrontati.	1. Sono stati organizzati due incontri formativi, rispettivamente in data 14/05/2012 ed in data 04/10/2012 destinati agli operatori professionali e le associazioni di categoria distribuite nel territorio provinciale. Il primo era finalizzato ad illustrare la disciplina legislativa e le nuove modalità operative conseguenti alla soppressione dei Ruoli degli agenti e rappresentanti di commercio, degli agenti di affari in mediazione, dei mediatori marittimi e il deposito del bilancio d'esercizio 2012. Il secondo incontro era incentrato sulla semplificazione e la libera concorrenza nel mercato dei servizi: a seguito della emanazione del decreto legislativo 6 agosto 2012, n. 147, recante correzioni ed integrazioni della disciplina attuativa della Direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno. Complessivamente coinvolti 250 soggetti. 2. E' proseguita l'attività della consulta giuridica, alla cui riunione del 13/02/2012 ha partecipato anche il Giudice del Registro del Tribunale di Reggio Calabria, che ha dato il proprio importante apporto in merito alla tematica oggetto di discussione relativa alla nomina del liquidatore in srl, per le quali è stata accertata una causa di scioglimento ex art. 2484 del codice civile
I.1.1.3 Potenziamento dei sistemi di comunicazione interna	1. Progettazione di una intranet camerale	1. Affidato incarico a Retecamere per la progettazione di una intranet camerale.
I.1.1.4 Miglioramento dell'evasione delle pratiche nei termini di legge	1. Eliminazione dell'arretrato al 31 dicembre 2011 2. Evasione al 31 dicembre 2012 di tutte le pratiche protocollate al 15 dicembre 2012 3. Evasione entro i 4 giorni del 100% delle pratiche telematiche ricevute al 15 dicembre 2012.	1. Nel corso del 2012 si è conseguito un notevole miglioramento dei tempi medi di evasione delle pratiche, con un incremento del 21,3% del numero di pratiche evase nei cinque giorni. 2. Risultano tutte istruite ed evase le pratiche inviate al 15/12/2012, con esclusione delle pratiche sospese. 3. Nel 2012 è stato evaso nei 5 gg. lavorativi l'81,40% delle pratiche ricevute.

I.1.1.5 Completamento del V procedimento di cancellazioni d'ufficio delle imprese e società non operative al Registro Imprese ed avvio del VI procedimento.	1. Conclusione al 31 dicembre 2012 dei procedimenti relativi alla cancellazione di ufficio di tutte le imprese individuate al 31 dicembre 2011 nello status previsto a seguito della verifica della sussistenza delle condizioni previste dalla legge; 2. trasmissione al 31 dicembre 2012 delle comunicazioni di avvio dei procedimenti di cancellazione d'ufficio delle imprese nello status previsto dalla legge individuate al 30 giugno 2012 previsto dalla legge.	1. E' stato concluso il V° procedimento di cancellazione d'ufficio con la emanazione di sei provvedimenti del Giudice del Registro che hanno comportato la cancellazione di 569 imprese individuali, 191 società di persone e 36 società di capitale in liquidazione, per un totale complessivo di 796 posizioni. 2. Con disposizione di servizio n. 20 del 31/12/2012 è stato avviato il VI° procedimento di cancellazione d'ufficio di n. 13 imprese individuali non operative, n. 35 società di persone e 4 società di capitale in liquidazione.
I.1.1.6 Azioni rivolte a consentire una efficace interazione tra la Camera e le altre P.A. ed a rendere disponibili in rete i dati in possesso della Camera di Commercio, secondo regole d'accesso condivise, per l'acquisizione d'ufficio ed il controllo sulle dichiarazioni sostitutive di certificazione e di atto di notorietà rese dalle imprese, nel rispetto di quanto disposto dall'art. 15 della Legge 183/2011	1. Operatività dell'ufficio responsabile per tutte le attività destinate a gestire, garantire e verificare la trasmissione dei dati o l'accesso diretto agli stessi da parte delle amministrazioni procedenti, per consentire idonei controlli delle dichiarazioni sostitutive prodotte dalle imprese (art. 72 del DPR 445/2000 come modificato dall'art. 15 L. 183/2011); 2. Aggiornamento continuo della pubblicazione sul sito istituzionale dell'ente delle soluzioni organizzative in progress adottate per adempiere alle norme e consentire a ciascuna amministrazione procedente di attingere alle informazioni necessarie tramite servizi on line di accesso alle banche dati.	1. A seguito dell'entrata in vigore della legge 183/2011, relativa alla "decertificazione", ed al fine di consentire alle Pubbliche Amministrazioni un accesso diretto on line alla banca dati del Registro delle imprese, in modo da effettuare controlli sulle autocertificazioni presentate loro, il sistema camerale ha istituito il sito verifichepa.infocamere.it. Tramite tale portale, le PP.AA. hanno la possibilità di controllare la veridicità delle dichiarazioni sostitutive ricevute, relativamente ai dati contenuti nel Registro. 2. La Camera di Commercio di Reggio Calabria ha pubblicato sul proprio sito camerale una esauriente pagina informativa relativa al contenuto delle informazioni reperibili sul sito ed alle modalità di accesso, con l'inserimento del banner attraverso cui ogni pubblica amministrazione potrà accedere direttamente al servizio. La Camera, inoltre, anche per il 2012 ha offerto la possibilità a Magistratura, Forze dell'Ordine ed altre PP.AA. la possibilità di accedere gratuitamente alle banche dati del R.I. e del R.I.P. per agevolare la loro attività investigativa e dare un concreto sostegno alla lotta contro la criminalità organizzata, che questi ultimi portano quotidianamente avanti.
I.1.1. 7 Azioni rivolte al consolidamento dei rapporti collaborativi tra Associazioni imprenditoriali e Registro delle Imprese	1. Operatività delle convenzioni di servizio stipulate con le associazioni imprenditoriali al 31 dicembre 2011 e acquisizione di almeno altre 2 convenzioni	1. Si sono consolidati i rapporti collaborativi con le Associazioni di categoria in merito ai servizi di rilascio dei dispositivi di firma digitale, che è proseguito con regolarità senza soluzione di continuità per tutto il 2012. Stipulata

		una nuova convenzione con Confesercenti per il rilascio di dispositivi di firma digitale, avviata una nuova collaborazione con l'UNCI, perfezionata formalmente a gennaio 2013, ed estesa la convenzione con CNA con l'apertura di un nuovo sportello.
I.1.1.8 Le imprese e i servizi	1. Attivazione di un sistema che consenta di misurare quotidianamente la fruizione da parte delle imprese dei servizi, diversi da quelli anagrafici e certificativi: dal primo monitoraggio il risultato atteso è il 10% delle imprese attive registrate al 31 dicembre 2011.	1. Attività preparatoria e di studio per la creazione in collaborazione con Infocamere s.c.p.a. di un modello informatico, che consenta ai responsabili degli uffici di monitorare quotidianamente la fruibilità dei servizi, esclusi quelli anagrafici, tributari e protesti

I.1.2 LA COMUNICAZIONE PER MIGLIORARE LA RELAZIONALITA' CON L'UTENTE/ CLIENTE ED INCENTIVARE LA PARTECIPAZIONE

MISURE

RISULTATI ATTESI E INDICATORI (2012)

RISULTATI AL 31 DICEMBRE 2012

I.1.2.1 Ascolto e dialogo costante con l'utenza e la generalità degli stakeholder	1. Realizzazione della customer satisfaction 2012 al 30 settembre 2012: giudizio "buono" sulla conoscenza e qualità dei servizi non inferiore al 55% degli intervistati. La customer dovrà privilegiare la rilevazione del grado di soddisfazione degli utenti sulla qualità dei servizi secondo le dimensioni della qualità individuate in accessibilità, tempestività, trasparenza, efficacia. 2. Definizione formalizzata e trasparente delle modalità operative e delle relative responsabilità per una corretta ed efficace gestione dei reclami provenienti dagli utenti relativi al mancato rispetto degli standard di qualità dei servizi certificati secondo le ISO 9001 3. Redazione della carta dei servizi uniformandosi alle direttive CIVIT: acquisizione della condivisione da parte delle associazioni dei consumatori ed utenti più rappresentative a livello provinciale e sua diffusione ad almeno 2000 imprese. Per un terzo dei servizi descritti nella carta verranno definiti gli standard di qualità: tale elenco verrà pubblicato sul sito. 4. Attivazione di un sistema di monitoraggio dell'accesso e	1. La customer satisfaction verrà realizzata nel corso del 2013, in attesa dell'avvio delle nuove modalità e procedure per la realizzazione dell'indagine a livello di sistema. 2. All'interno del Sistema di Gestione per la Qualità è stata formalizzata la procedura PQ-8-3_1 relativa alle modalità esecutive di gestione dei reclami. L'apposito modulo che dovrà essere utilizzato dagli utenti, che vorranno dare eventuali suggerimenti o fare reclami sui servizi erogati, è disponibile sul sito web camerale e presso gli sportelli della sede camerale 3. L'adozione della Carta dei servizi è stata rinviata al 2013.
---	---	--

	della fruizione dei servizi (esclusi quelli anagrafici, tributari e protesti) da parte delle imprese: fruizione dei servizi, diversi dagli anagrafici e certificativi, di almeno il 15% delle imprese attive registrate al 31 dicembre 2011 5. Piano di comunicazione: - progettazione e pianificazione di vere e proprie azioni di marketing dei servizi: n.. 5 giornate di formazione interna sulla comunicazione, 6. partecipazione di almeno l'80% del personale in servizio. 7. Realizzazione della giornata delle imprese: partecipazione di almeno 200 imprese, nel contesto di un piano più ampio di comunicazione e 8. partecipazione degli stakeholder alla ricorrenza dei 150 anni di fondazione della Camera che sarà predisposto da un apposito gruppo di lavoro che prevede anche membri esterni	5. Realizzate n. 5 giornate di formazione relative alla comunicazione, compresa la comunicazione tramite il nuovo sito web; 6. coinvolto il 100% del personale coinvolto nella comunicazione, come individuato nei singoli Servizi e nell'ufficio di staff Comunicazione. 7 e 8. In riferimento agli eventi per la ricorrenza dei 150 anni dalla fondazione della Camera, sono stati realizzati, con il coinvolgimento dell'Archivio di Stato e dell'Università Mediterranea di Reggio Calabria: a) una mostra sulla storia della Camera di Commercio, durata tutto il periodo delle celebrazioni (23 ottobre 2012 – 13 dicembre 2012) b) un evento per l'inaugurazione della mostra e l'inaugurazione della sala informatica intitolata ad Antonio Trapani Lombardo (23 ottobre 2013) c) il volume "1862- 2012 La Camera di Commercio di Reggio Calabria nel contesto socio- politico del territorio" d) la prima edizione del "Premio Reggio Produttiva", che è stato assegnato a 77 imprese, 5 lavoratori della provincia oltre a 8 Premi speciali e) due eventi celebrativi (in data 13 dicembre 2012) per la presentazione del volume sui 150 anni della Camera e per la consegna dei Premi Reggio Produttiva alle imprese. Coinvolte oltre 200 imprese.
--	---	---

	9. Operatività a regime dell'albo on line: pubblicazione delle delibere e determinazioni non oltre 15 giorni dalla loro adozione 10. Realizzazione di una intranet 11. Potenziamento della presenza sul social network Facebook	9. Gli atti sono stati tempestivamente pubblicati all'albo on line, dopo la consegna all'ufficio dell'atto firmato in originale.
I.1.2.2 Formazione del personale camerale	1. Predisposizione del piano di formazione non oltre il 15 aprile sulla base delle risultanze di un questionario destinato al personale anche delle Aziende Speciali: Restituzione del questionario da parte di almeno il 75% del personale; 2. coinvolgimento nel conseguente piano di formazione di almeno il 60% del personale per 1 giornata; 3. Percorsi formativi, destinati alla dirigenza, alte professionalità, posizioni organizzative, responsabili uffici di cat.D: 1) time management, progetto di sviluppo finalizzato a individuare le aree di intervento e di miglioramento, nonché le possibili azioni da porre alla base della costruzione di un progetto di sviluppo individuale; 2) Lean administration; 3) snellire ed innovare i processi amministrativi. 4. Percorsi formativi, destinati a tutto il personale, in aggiunta a quanto emergerà dal questionario: sviluppo delle competenze e nuovi profili; sistema di misurazione e valutazione delle performance; la trasparenza	1. Nonostante la mancata formale adozione del Piano, la formazione è stata di volta in volta programmata e realizzata anche in base alle esigenze legate a normativa sopravvenuta. 2. Il 70,2% del personale camerale è stato coinvolto nel 2012 in varie iniziative di formazione, compatibilmente con le attività istituzionali in corso. 3. E' stato adottato il provvedimento relativo al percorso formativo destinato alla dirigenza, alle alte professionalità e posizioni organizzative elaborato da Assist, ma non è stata possibile la programmazione e quindi la realizzazione nel corso del 2012 della II^ fase, per l'incrementarsi delle attività istituzionali e normative, ma anche per la diminuzione del personale in servizio destinatario del percorso rispetto alla data di progettazione. 4. Il sistema di misurazione e valutazione, insieme ai risultati della customer satisfaction, sono stati presentati a tutto il personale in occasione di un incontro formativo.
I.1.2.3 Adozione dei necessari provvedimenti (e delle relative misure organizzative) attraverso i quali la Camera predispone la strumentazione che attualizza il principio della trasparenza, rilevato dall'art.11 del d.lgs. n.150/2009	1. Messa a regime del piano della trasparenza: 2. realizzazione della giornata della trasparenza 3. Adeguamento a regime della struttura e dei contenuti della sezione del sito Trasparenza, Valutazione e Merito" alle specifiche normative. 4. Adozione della Carta dei Servizi per i diritti delle imprese chiamate a pagare il diritto annuale.	1. E' stato adottato il piano dell'integrità e della trasparenza e sono stati pubblicati tutti i dati disponibili e richiesti dallo stesso piano; Sono stati inseriti nel sito i dati richiesti dal piano, tranne alcuni in fase di aggiornamento/completamento. 3. Il sito attuale è stato adeguato alla normativa vigente con i relativi contenuti; in fase di aggiornamento/completamento alcuni dati. 4. Non ancora predisposta

AREA STRATEGICA II:
BUROCRAZIA ZERO: LA CAMERA AGENTE SUL TERRITORIO DELLA SEMPLIFICAZIONE

⇒ **OBIETTIVO STRATEGICO II.1:** *Burocrazia zero*

PIANI OPERATIVI:

II.1.1 LA GOVERNANCE COOPERATIVA

MISURE

RISULTATI ATTESI E INDICATORI (2012)

RISULTATI AL 31 DICEMBRE 2012

II.1.1.1 Diffondere la consapevolezza all'interno e all'esterno tra le altre PP.AA. dell'importanza della socializzazione e diffusione del know-how, in un contesto di apprendimento continuo e di integrazione e cooperazione fra le diverse strutture della P.A. territoriale per generare e valorizzare il modello di un'organizzazione che apprende da se stessa ed ha la finalità di rendere efficace e duratura, attraverso la libera circolazione delle idee, la gestione del sapere aziendale, configurandosi da un lato quale occasione di valorizzazione e motivazione delle professionalità esistenti, dall'altro come strumento di rivisitazione dei processi finalizzato al miglioramento dei servizi offerti.	1. Premiare, attraverso un bando, e poi implementare quei progetti valutati di "Eccellenza Amministrativa", tesi ad elevare gli standard di qualità dei servizi erogati ed al tempo stesso agevolmente replicabili sul territorio. Il bando sarà preceduto e seguito da un'attività di formazione: selezionare almeno 5 progetti di "eccellenza amministrativa"	
---	--	--

II.1.1.2 La governance cooperativa come innovazione culturale perché con le altre Camere di Commercio calabresi in prima battuta e tutte le altre PP.AA. del territorio a seguire, si sentano e si comportino unitariamente, differenziandosi da un mero aggregato di enti	1. Con il supporto di Promo PA Fondazione, attraverso le esperienze maturate in altre realtà, attivare un partenariato che valga a condurre ad unicità i singoli obiettivi istituzionali, garantendo il rispetto della mission istituzionale del singolo ente e il perseguimento del fine comune per il bene collettivo. In sostanza, il singolo ente (prima tra Camere e poi con altre PP.AA) dovrà essere parte di un tutto unitario condividendo le fasi: ▪ di un processo amministrativo di semplificazione ▪ liberalizzazione dei “servizi” con gli altri enti coinvolti, senza per questo snaturare la propria organizzazione interna.	1. Nel corso del primo semestre 2012 si è consolidato il rapporto di collaborazione tra gli Uffici del Registro delle Imprese calabresi, con la partecipazione a riunioni periodiche (con cadenza almeno mensile) presso Unioncamere Calabria in Lamezia Terme, allo scopo di studiare e, di conseguenza, adottare misure comuni rivolte alla semplificazione amministrativa ed alla liberalizzazione del “servizi”, processo che vede la Camera di Commercio di Reggio Calabria protagonista, in quanto amministrazione coinvolta nel progetto in sperimentazione coordinato dal Ministero dello Sviluppo Economico.
II.1.1.3 Condivisione con la Regione di un percorso comune che culmini nella realizzazione di un “Osservatorio dell’artigianato” che consenta di monitorare in continuità non solo la nati-mortalità ma anche produzione, occupazione, innovazione, internazionalizzazione delle imprese artigiane.	1. Progettazione, in collegamento con il REA di una data-base “Albo imprese artigiane” che consenta la registrazione e diffusione di ogni elemento di conoscenza, oltre i dati oggetto di certificazione legale, sul sistema provinciale delle imprese artigiane da fare evolvere ad “Osservatorio provinciale dell’artigianato	1. E’ stata richiesta ad Infocamere la predisposizione di un progetto volto alla creazione di un data base relativo alle imprese iscritte all’Albo delle imprese artigiane, che serva a diffondere la conoscenza le caratteristiche di questo tipo di imprese anche a fini statistici e di studio.

II.1.2 IL SUAP

MISURE	RISULTATI ATTESI E INDICATORI (2012)	RISULTATI AL 31 DICEMBRE 2012
II.1.2.1 Esercizio della funzione di sussidiarietà e di supporto relativa ai compiti assegnati alle Camere sul SUAP in forma associata a livello regionale o con altre Camere che condivida l'importanza di una visibilità operativa e di risultati su tale tema.	1. Con il supporto di Infocamere, la struttura avvierà un percorso comune con almeno altre 2 Camere di Commercio calabresi per conseguire il risultato, sinora mancato, della piena operativa dei SUAP in delega, realizzando tra l'altro al servizio dei comuni: 2. Attivazione di un sistema di pagamento telematico per i Suap in delega alla Camera 3. Approvazione di una modulistica comune unificata per l'utilizzo da parte di tutti i Suap della provincia ma replicabile e valida per l'intera regione; 4. Implementazione dell'applicativo SURI, che consente una interconnessione tra il sistema informativo del R.I. e quello dei Suap accreditati.	1. E' stato avviato un percorso comune con le Camere di Commercio calabresi, al fine di rendere pienamente operativi i Suap telematici in delega, con l'organizzazione di diversi incontri presso Unioncamere Calabria in Lamezia Terme. 2. Sono stati organizzati presso la sede camerale n° 2 incontri con i referenti dei Comuni in delega per la presentazione del sistema di pagamento telematico in sperimentazione presso questa Camera di Commercio. 3. Nell'ottica della semplificazione, è stato affidato ad Infocamere s.c.p.a. il servizio di uniformazione della modulistica SCIA per le attività produttive, da destinare ai Suap della provincia, che ha portato alla riduzione degli originari 220 modelli presenti sul portale impresainungiorno.gov.it a 30 modelli, la cui creazione, condivisa con le altre Camere della regione, è stata approvata nel mese di luglio 2012, anche in presenza di alcuni responsabili Suap di comuni calabresi. La nuova modulistica Scia unificata è stata messa in produzione per tutti i Suap in delega calabresi nei primi giorni del mese di dicembre 2012. 4. E' stato implementato ed è operativo l'applicativo SURI; è stato organizzato un incontro con i Comuni accreditati autonomamente al fine di illustrare il SURI, applicazione che permette l'interconnessione tra il sistema informativo del Registro Imprese e quello dei Suap accreditati.

**AREA STRATEGICA III:
LA CAMERA LABORATORIO E SUPPORTER PER LA CRESCITA E LA COMPETITIVITA' DELLE IMPRESE**

⇒ **OBIETTIVO STRATEGICO III.1 RAFFORZARE IL MERCATO**

PIANI OPERATIVI

III.1.1 LE ASIMMETRIE DELLA CONOSCENZA

MISURE	RISULTATI ATTESI E INDICATORI (2012)	RISULTATI AL 31 DICEMBRE 2012
III.1.1.1 L'osservazione congiunturale si affiancherà con sistematicità alle analisi di tipo strutturale che verranno svolte in continuità agli anni precedenti ma attraverso un coinvolgimento anche delle Università soprattutto nella elaborazione di dossier tematici . Tutta l'attività di produzione dell'informazione economica privilegerà, valorizzando anche i dati degli archivi esistenti all'interno della Camera, il monitoraggio: - dei fattori di contesto territoriale che influenzano la competitività del sistema imprenditoriale; - dello stato di salute delle imprese, relazione soprattutto ai rapporti con il mercato del credito e dei capitali; - delle tendenze del mercato del lavoro, per orientare l'istruzione, la formazione e il rapporto con le imprese. sviluppo economico territoriale; - delle tendenze dei prezzi e delle tariffe in particolare dei servizi pubblici.	1. Osservatorio economico provinciale aggiornato al 31 dicembre 2011 di tutti i dati disponibili a questa data non oltre il 30 giugno 2012. 2. Osservazioni congiunturali trimestrali, prevedendosi la prima al 31 marzo e sua diffusione non oltre il 15 maggio e così per i 9 periodi successivi 3. Realizzazione della giornata dell'economia come momento di lettura ed analisi a più voci dell'attualità economica, emergente dai dati normalmente disponibili per tale evento: da una parte le analisi da parte delle Università, dall'altra le valutazioni del mondo economico (imprese e credito), delle forze sociali, del terzo settore. 4. Diffusione mensile multicanale e allargata del patrimonio informativo della Camera	1. Realizzazione Osservatorio economico provinciale aggiornato al 31 dicembre 2011 di tutti i dati disponibili a questa data. 2. Realizzate osservazioni congiunturali trimestrali mediante la pubblicazione on line del cruscotto dei dati. 3. Realizzazione della giornata dell'Economia per condividere i dati di lettura e analisi dell'attualità economica, elaborati con l'osservatorio economico provinciale 4. Pubblicazione degli studi realizzati dall'osservatorio economico e dall'Osservatorio turistico per favorire la divulgazione del patrimonio informativo della Camera. O E' stato anche realizzato, come estensione dell'Osservatorio Economico provinciale, l'ulteriore progetto concernente la realizzazione di osservatori settoriali che forniscono una puntuale reportistica nei seguenti settori di interesse che contraddistinguono il sistema economico della provincia di Reggio Calabria: - artigianato; - commercio; - costruzioni - mercato edilizio. O È stato pubblicato il "Rapporto economico sul settore agricolo, agroalimentare ed ittico nella

	5. Sviluppo di alleanze e collaborazioni (almeno due) che consolidino il posizionamento della Camera come punto di riferimento per catalizzare sinergie sulla individuazioni delle problematiche, attraverso la produzione di conoscenze sempre più innovative sul sistema produttivo locale. 6. Osservatorio della competitività del territorio: realizzazione di un incontro per la condivisione e la fruizione degli indicatori e database dell'osservatorio (cfr. Area Strategica IV)	provincia di Reggio Calabria - Edizione 2012", che analizza da un punto di vista statistico-economico il settore agricolo locale ed il settore ittico provinciale - relazionati a quelli regionali, a loro volta dimensionati su quelli nazionali – nella loro consistenza, forma, qualità settoriale, tipicità e unicità, in modo da valutare il tessuto imprenditoriale, le produzioni e i ricavi ottenuti 5.Sono state sviluppate alleanze e collaborazioni per consolidare il posizionamento della Camera come punto di riferimento per catalizzare sinergie sulla individuazioni delle problematiche: in collaborazione con l'Università Mediterranea è stato realizzato un progetto per la valorizzazione della filiera del legno nonché, in collaborazione con Promo Pa. lo studio sul rapporto tra " Imprese e Burocrazia - Come le micro e piccole imprese giudicano la Pubblica Amministrazione -Focus di approfondimento territoriale della regione Calabria e della provincia di Reggio Calabria". Si tratta di strumenti di conoscenza innovativi, che qualificano la Camera quale punto di riferimento nel territorio provinciale per la produzione e la divulgazione dell'informazione economica funzionale alla definizione di strategie condivise per lo sviluppo sul sistema produttivo locale e l'efficientamento dei rapporti tra PA e imprese 6.Osservatorio della competitività del territorio: il progetto, realizzato in collaborazione con Aislo – Associazione italiana Incontri e Studi sullo sviluppo locale, parzialmente rimodulato nel corso dell'anno, ha condotto alla realizzazione e condivisione, degli indicatori per la misurazione della competitività del territorio e della infrastruttura dei dati, già sviluppati sulla base delle risultanze degli incontri con gli stakeholders e dei documenti di programmazione strategica degli enti locali . Le risultanze della lettura del territorio, quali primi elementi di riflessione e osservazione, sono state riportate in un report di analisi.
--	---	--

		O Nell'ambito della attività che la Camera di Commercio svolge quale articolazione del Sistan, sono state programmate e realizzate in collaborazione con l'Istat e Unioncamere nazionale, tutte le attività di rilevazione censuarie relative al 9° Censimento industria e servizi e istituzioni non profit, inserito nel Piano statistico nazionale,. Il progetto, che in conformità alle circolari dell'Istat e alle linee guida di Unioncamere ha previsto la costituzione dell'Ufficio provinciale del censimento con n. 9 forza lavoro interne e 12 rilevatori esterni, ha condotto, su un numero complessivo di 5.480 unità censuarie da rilevare, a un risultato pari a circa il 98% dei questionari validati, con una performance superiore alla media regionale e nazionale. Sono attualmente in fase di chiusura le attività concernenti la procedura sanzionatoria e di rendicontazione delle spese sostenute.
III.1.1.2 Azioni per promuovere l'e-learning: non surrogato per fare quel che già si fa in altro modo, ma come si può fare qualcosa che altrimenti non è possibile	In collaborazione con Universitas Mercatorum: 1. Seminario informativo sull'importanza ed il valore dell'e-learning : almeno 30 presenze sperimentazione su un tema di interesse della gestione aziendale, utilizzando la sala multimediale della Camera almeno 25 partecipazioni e valutazione degli stessi favorevole per il 75% 2. Bando per la concessione di borse di studio per l'iscrizione ad Universitas Mercatorum (almeno 3 iscrizioni nell'anno 2012) 3. Seminario informativo sulle opportunità di e-learning in occasione della presentazione della sala informatica in corso di realizzazione	2. Pubblicato bando per la concessione di borse di studio per l'iscrizione ad Universitas Mercatorum, nessun soggetto ha aderito 3. In data 23/10/2012 è stata inaugurata la sala informatica della Camera, e presentata quale strumento tecnologicamente avanzato per la formazione a distanza.

III.1.2. IL DIGITAL DIVIDE

III.1.2.1 Incentivare gli investimenti nel settore delle tecnologie digitali, con un duplice obiettivo: - agevolare l'implementazione di prodotti e servizi informatici innovativi, basati sull'utilizzo di Internet e che rispondano ai reali bisogni delle aziende e ne aumentino l'efficienza e la produttività); - sostenere e rafforzare l'offerta di prodotti e servizi informatici che rispondano a reali bisogni delle imprese utilizzatrici.	1. Bando per incentivi finanziari che finanzino in parte investimenti specifici sull'introduzione delle tecnologie digitali nelle imprese: esaurimento del fondo reso disponibile. 2. n. 3 incontri formativi sull'e-procurement e accreditamento di n. 5 operatori al portale "acquisti in rete PA" 3. - n. 3 incontri formativi diretti ai potenziali operatori ed ai Soggetti Abilitati all'Intermediazione (SAI): accreditamento di n. 5 imprese alla Borsa Merci Telematica Italiana (BMTI).	1.Cfr. Piano operativo Innovazione. 2. Attraverso incontri diretti ed a distanza (e-mail, telefono, ecc.), è stata prestata assistenza tecnica per l'utilizzo della nuova piattaforma, nonché assistenza mirata per la partecipazione ad RDO su tutti i settori oggetto di bando. Realizzato un incontro formativo sull'e-procurement; accreditamento di n.7 operatori al portale "acquistinretepa". Realizzato un incontro per il personale interno sul Mercato elettronico della Pubblica Amministrazione (MePA). 3.In collaborazione con B.M.T.I., sono stati erogati servizi informativi sul mercato (prezzi, quantità, andamento mercati locali), che tramite il sito dell'Azienda Speciale hanno raggiunto circa n. 23 utenti. Realizzato un incontro di formazione sul funzionamento della Borsa Merci Telematica Italiana per il personale camerale. Realizzati due seminari formativi su: "B.M.T.I.: Il futuro del commercio dei prodotti agricoli ed agroalimentari", il primo rivolto agli operatori (n. 4 partecipanti) ed il secondo diretto ai Soggetti abilitati all'Intermediazione (n. 4 partecipanti), per illustrare le possibilità di commercializzazione offerte della piattaforma di Borsa Merci Telematica Italiana. Rinnovata la composizione del Comitato di filiera degli agrumi che ha sede nella Camera di Commercio di Reggio Calabria le cui competenze sono state ampliare rispetto alle attività precedenti.
III.1.2.2 L'Information Technology da qualche anno è elemento fondamentale nella gestione aziendale. Nonostante la diffusione degli strumenti informatici nell'operatività quotidiana, gli utilizzatori ancora oggi hanno una bassa preparazione specifica nell'utilizzo di hardware e software, e nei rischi derivanti dall'uso delle tecnologie informatiche. In tale contesto vale la pena ricordare che, oggi, i dati sono condivisi da una pluralità di apparati (personal computer, smartphone, MP3, chiavi USB, ecc.) aumentando vertiginosamente i rischi connessi.	1. Finanziamento, tramite l'utilizzo di voucher a fondo perduto, l'acquisto di un servizio tecnico di valutazione dei rischi informatici: esaurimento di tutto il budget del bando.	

III.1.2.3 Progetto "Città intelligenti"	1. Perseguire il modello delle smart cities, attraverso n. 3 eventi pubblici che promuovano l'importanza di interpretare le politiche innovative relative alle smart cities come opportunità per coniugare una nuova progettazione dello spazio pubblico sia con lo sviluppo della banda larga sia con l'invenzione di nuovi format partecipativi, per favorire l'interazione tra il web e le realtà sociali che agiscono nel territorio: avvio di un percorso con almeno due città ovvero un partenariato Università/Provincia o Comune di Reggio/Camera di Commercio	1.Sono stati realizzati in partenariato con Unioncamere regionale e con il supporto tecnico di Uniontrasporti S.c.ar.l., due seminari sul tema dei servizi ICT avanzati resi disponibili dalla banda larga. In particolare, il 29.03.2012 si è svolto l'incontro sul tema dell'Enterprise 2.0 e i Social Media per lo sviluppo del business ed il 02.04.2012 quello relativo al Cloud Computing, che hanno registrato la partecipazione ed il fattivo coinvolgimento di n. 27 partecipanti.
III.1.2.4 Progetto e-commerce	1. Creazione di un modello di riferimento per l'e-commerce delle PMI in una logica di rete: progettazione e presentazione del modello in un evento pubblico	

OBIETTIVO STRATEGICO III.2 FAVORIRE LA FIDUCIA NEL MERCATO

PIANI OPERATIVI:

III.2.1 LA TRASPARENZA DEL MERCATO

MISURE	RISULTATI ATTESI E INDICATORI (2012)	RISULTATI AL 31 DICEMBRE 2012
--------	--------------------------------------	-------------------------------

III.2.1.1 Migliorare la trasparenza del mercato e del rapporto imprese/consumatori:un sistema territoriale di regolazione del mercato.	1. -Redazione di almeno 2 raccomandazioni e/o pareri su clausole inique. 2. Protocollo di intesa (con almeno 3 associazioni di consumatori, 4 associazioni imprenditoriali e 3 ordini professionali) per rendere disponibili i contratti tipo e i pareri sulle clausole inique, elaborati dal coordinamento Unioncamere (www.contratti-tipo.camcom.it) e favorire la partecipazione dei propri iscritti ad almeno due percorsi formativi per la preparazione ed aggiornamento sulle normative relative ai contratti-tipo. 3. Costituzione di un sistema di regolazione del mercato nel comune di Reggio al fine di garantire la trasparenza e la correttezza nei rapporti tra le imprese di alcuni settori e ed i loro clienti, eventualmente nel prosieguo esteso al territorio della provincia.	1.Non risultano pervenute istanze da parte delle Associazioni di Imprese e/o dalle Associazioni di Tutela degli interessi dei consumatori e degli utenti che vi abbiano interesse, al fine di poter avviare le attività successive alla Istituzione della Commissione di regolazione del mercato prevista dall'art. 4 del regolamento in materia già adottato. 2.Sul nuovo sito istituzionale della Camera di Commercio è stata pubblicata una pagina dedicata ai contratti-tipo ed alle clausole inique dove sono disponibili riferimenti a contratti-tipo e relativi pareri sulle clausole inique realizzati a livello di sistema. 3.Per quanto riguarda l'attività di mediazione, la Camera ha organizzato un'intensa attività promozionale culminata nella "settimana della Conciliazione" dall'11 al 18 ottobre, durante la quale sono stati messi in onda attraverso emittenti radio e televisive locali gli spot pubblicitari, finalizzati alla promozione del ricorso a questa forma alternativa di risoluzione delle controversie civili, evidenziandone i vantaggi per le imprese e i professionisti.
III.2.1.2 L'attività sanzionatoria quale funzione per la trasparenza dei comportamenti corretti e conformi alla legge da parte delle PMI	1. Allineamento al 31 dicembre 2012 tra rapporti ex art.17 l.n.689/1981 e ss.mm.ii pervenuti al 31 dicembre 2011 ed ordinanze emesse ex successivo art.18	1.L'allineamento delle ordinanze rispetto ai rapporti ex art. 17 della Legge 689/1981 è già stato ottenuto nel primo semestre, in aggiunta sono state emesse tutte le ordinanze relative ai rapporti ricevuti nello stesso anno 2012

III.2.2. LA VIGILANZA DEL MERCATO

MISURE	RISULTATI ATTESI E INDICATORI (2012)	RISULTATI AL 31 DICEMBRE 2012
III.2.2.1 Potenziare le attività di vigilanza e controllo sul mercato per accrescere la tutela e la sicurezza del consumatore attraverso la promozione della cultura dell'acquisto legale e sano e il controllo sui metodi della concorrenza.	1. Promozione del bando di selezione per le Scuole secondarie superiori nell'ambito del Progetto "comunicazione, informazione e educazione del consumatore nel Web": adesione di almeno 3 istituti 2. Collaborazione con le associazioni territoriali dei consumatori che, a contatto con il pubblico, diano voce, ascolto e soluzioni alle istanze di tutela dei consumatori: bando per il finanziamento di progetti di formazione e informazione, quanto alla cultura consumeristica: finanziamento di almeno 3 progetti . 3. Campagna " E' un prodotto sicuro? "sulla sicurezza dei prodotti : n.3 seminari informativi; messaggi radiofonici e televisivi: almeno per tre mesi e attraverso almeno due radio e televisioni a maggiore diffusione nell'ambito provinciale.	1. Al fine di promuovere il bando di selezione per le scuole secondarie superiori nell'ambito del progetto "comunicazione, informazione ed educazione del consumatore nel web" per quanto di n/s competenza si è provveduto alla pubblicazione del bando di selezione per le Scuole Secondarie Superiori e di un apposito banner.
III.2.2.2 Svolgimento in forma associata delle funzioni di metrologia legale e di vigilanza del mercato	1. 1.Almeno + 30 ispezioni distribuite sulle tre aree della provincia (citta, tirrenica, ionica) in materia di sicurezza dei prodotti e 2. + 1% dei controlli sulla metrologia legale rispetto al 2011.	1.In riferimento alla convenzione che l'Ente camerale ha sottoscritto con Unioncamere in virtù del protocollo d'intesa del MiSE (progetto denominato "Rafforzamento delle attività di vigilanza e controllo del consumatore") in vista anche delle modifiche apportate alla Convenzione per meglio adattarla alle esigenze del territorio, si è conclusa la fase operativa relativa alle ispezioni in loco e si è proceduto alla rendicontazione finale, effettuata in data 19/10/2012. Sono state inoltre effettuate, sempre nell'ambito della Convenzione, n. 29 ispezioni sul territorio nelle tre aree della provincia in materia di sicurezza dei prodotti. Relativamente alla metrologia legale: effettuate n. 9 visite di sorveglianza effettuate comprensive delle 6 previste in convenzione. 2. Nell'ambito dell'ordinaria attività di metrologia legale le ispezioni previste nella Convenzione si sono concretizzate e concluse già nel I^ semestre 2012. Il risultato atteso e previsto è stato ampiamente raggiunto, andando ben oltre l'aumento dell'1% (+7%) previsto rispetto all'anno 2011, raggiunto già nel primo semestre del 2012 e conclusosi nel II° semestre 2012 con riferimento all'intera attività di vigilanza del mercato in materia di sicurezza dei prodotti.

	3. Predisposizione di un progetto e di un contratto per l'esercizio in forma strutturale associata, a livello di unione regionale, delle funzioni in materia di metrologia e di vigilanza e controllo del mercato (cfr. Area Strategica IV).	3. La Camera ha partecipato al progetto finanziato da Unioncamere Calabria per la gestione associata insieme alle altre Camere calabresi delle funzioni di metrologia e vigilanza del mercato.
--	--	--

⇒ **OBIETTIVO STRATEGICO III.3 UN CONTESTO FAVOREVOLE**

PIANI OPERATIVI:

III.3.1. PER UN SISTEMA TERRITORIALE TRASPARENTE, INTEGRO E RESPONSABILE

MISURE	RISULTATI ATTESI E INDICATORI (2012)	RISULTATI AL 31 DICEMBRE 2012
III.3.1.1 Progetto "Impresa legale e sicurezza partecipata: perché no?" (delibera della G.C. n.63/2011 e determinazione S.G. n. 140/2011)	1. Istituzione dello sportello della legalità, anche in partenariato con istituzioni ed associazioni impegnate per la legalità: 2. -Assistenza ad almeno n.3 imprenditori in difficoltà pre-usura 3. -Promozione di una rete istituzionale per gli imprenditori in difficoltà che colleghi i referenti SUAP (almeno 5) e il servizio SMI 4. Adozione del modello di governance delle aziende sottratte alla criminalità organizzata secondo il "il progetto legalità di Unioncamere": Accompagnamento delle n. 2 imprese confiscate alle organizzazioni criminali re-immesse nel circuito economico, segnalate da Libera ed Unioncamere Formazione in materia di racket ed usura: 5. almeno 30 neo imprenditori nel corso di tre giornate 6. n.1 giornata per tutti confidi. I professionisti avamposti contro la criminalità organizzata: almeno n. 5 ragionieri/ dottori commercialisti aderenti al	1. Nell'ambito del progetto sulla legalità, a seguito dell'istituzione del servizio "Imprenditori in difficoltà" sono pervenute n. 12 richieste di assistenza manageriale, 2. 6 già assistiti (cfr. piano operativo Innovazione).

	protocollo ABI/ Unioncamere/ Commercialisti, almeno 30 commercialisti/ragionieri che aderiscano ad un "codice etico" Fondo per la sicurezza 7. Esaurimento dell'intero budget 2012 al livello 2011 P.A. e legalità 8. -Diffusione codice etico degli appalti: almeno 18 comuni 9. approvazione codice della Camera e sua diffusione per una adozione generalizzata nelle PP.AA. locali Imprese e legalità: 10. -Istituzione di un marchio/logo per dare visibilità alle imprese impegnate contro l'elusione, l'evasione, l'abusivismo imprenditoriale. Adesione al disciplinare di almeno 10 imprese Informazione, animazione, rete 11. Diffusione della ricerca sulla percezione e diffusione della legalità tra i giovani della provincia di Reggio Calabria 12. Implementazione dell'Osservatorio sull'economia civile	7.Bando Sicurezza (fondo € 200.000): sono pervenute complessivamente entro i termini assegnati dal bando n. 71 domande regolari e complete, che sono state inserite nella prima graduatoria di domande approvate, per un importo complessivo di contributi concessi pari ad € 198.191,74. A seguito di supplemento istruttorio, è stata approvata una seconda graduatoria di n. 25 domande, per un ulteriore importo complessivo di contributi concessi pari ad € 71.571,68. In totale concessi contributi per il 135% del budget iniziale. 9.Approvato il codice etico per gli appalti delle forniture, servizi, lavori in economia della Camera di Commercio, quale allegato del Regolamento per la formazione e gestione dell'elenco dei fornitori, di beni, servizi e lavori in economia. 10.E' stata programmata per il 2013 la realizzazione di incontri sul territorio, per la sensibilizzazione, in relazione all'evoluzione dell'Osservatorio dell'economia civile, alla tematica della legalità anche attraverso la promozione del marchio/logo che dia visibilità alle imprese impegnate contro l'elusione, l'avassione, l'abusivismo imprenditoriale. 11. Realizzazione e completamento della ricerca sulla percezione e diffusione della legalità tra i giovani della provincia di Reggio Calabria 12. Implementazione dell'osservatorio dell'economia civile. L'attività dell'Osservatorio è stata anche arricchita con una indagine sulle associazioni impegnate nella lotta contro i fenomeni del racket e dell'usura nel tessuto regionale calabrese, al fine di approfondire e
--	--	---

	13. 3 incontri di animazione territoriale su racket, usura e valore dell'impresa legale 14. Programma di educazione alla legalità nelle scuole, con il coinvolgimento di almeno tre Istituti di istruzione secondaria di 2° grado 15. Realizzazione di una guida sulla legalità e distribuzione presso 1000 imprese 16. Forum delle associazioni di promozione della cultura della legalità, antiracket e antiusura, sulle conclusioni della prima indagine dell'Osservatorio sulla legalità	valorizzare le esperienze delle associazioni attivamente impegnate in questa tematica e promuovere la diffusione della cultura della legalità. 16. Realizzato un monitoraggio/repertorio delle associazioni di promozione della cultura della legalità, antiracket e antiusura operanti nella provincia, quale prima fase per una azione di condivisione delle azioni successive.
III.3.1.2 Per reagire alla corruzione	1. Campagna di comunicazione sui danni per lo sviluppo prodotti dalla corruzione: durata almeno un mese 2. Convegno sulla trasparenza nelle PP.AA.	
III.3.1.3 La responsabilità sociale dell'impresa	1. Bando per la raccolta di best practices sui temi della responsabilità sociale d'impresa con la partecipazione di almeno 5 imprese 2. Accompagnamento di almeno 10 imprese all'implementazione del Social Statement	1. Elaborazione del bando per la raccolta di best practices sui temi della responsabilità sociale d'impresa. La pubblicazione è stata rinviata al 2013. 2. Nell'ambito del bando per contributi per l'introduzione di certificazione aziendale è stata promossa l'adozione di strumenti di certificazione legati alla responsabilità sociale (cfr. piano operativo III.3.4). Coinvolte 4 imprese.

III.3.2 .LA QUALITA' DELLA VITA COME BARICENTRO DELLO SVILUPPO

MISURE	RISULTATI ATTESI E INDICATORI (2012)	RISULTATI AL 31 DICEMBRE 2012
III.3.2.1 Misurare ed valutare il benessere per comprendere cosa conta effettivamente per i reggini	1. Elaborazione di un primo rapporto per misurare il benessere equo e solidale della provincia, che integri l'indicatore dell'attività economica, il Pil, con altri indicatori, ivi compresi quelli relativi alle disuguaglianze (non solo di reddito) e alla sostenibilità economica, sociale e ambientale	1. Elaborazione, nell'ambito dell'Osservatorio della competitività del territorio, anche di specifiche misure che integrano l'indicatore dell'attività economica, il Pil per misurare la sostenibilità economica, sociale e ambientale.

	2. Definizione di un sistema di indicatori multilivello di misurazione del benessere dei territori comunali legati alla qualità della vita	2. Le risultanze, quali elementi di riflessione e osservazione, sono state riportate in un primo report di analisi.
III.3.2.2 Per promuovere una politica per i territori che valorizzi la piccola dimensione di alta qualità, tradizione e innovazione che, a dispetto delle medie nazionali e settoriali, definita 'periferia' ma ha, invece, grandi vitalità da cui ri-partire e potenzialità da sfruttare, per attraversare la crisi.	1. Avvio del progetto "live in Italy dell'AISLO per esaltare le eccellenze delle piccole realtà territoriali della provincia.	1. Realizzato un incontro per la presentazione alla Camera del progetto "live in Italy" dell'AISLO per esaltare le eccellenze delle piccole realtà territoriali della provincia.

III.3.3. LA FORMAZIONE

MISURE	RISULTATI ATTESI E INDICATORI (2012)	RISULTATI AL 31 DICEMBRE 2012
III.3.3.1 Investire sulla formazione: strategia per la crescita Indirizzare i giovani verso i percorsi formativi che abbiano i migliori sbocchi occupazionali	1. Predisposizione del catalogo della formazione 2012 Camera/A.S. Informa 2. Realizzazione di percorsi laboratoriali per gli studenti degli istituti tecnici e professionali, da avviare a scuola e sviluppare nelle imprese, coadiuvati dai propri docenti: almeno 3 scuole (città, area tirrenica, area Jonica);	1. Il catalogo della formazione 2012 Camera/A.S. Informa è in corso di lavorazione e sono stati definiti alcuni percorsi formativi relativi all'avvio d'impresa e alla finanza d'azienda, ai marchi ed ai brevetti ed al controllo dei costi aziendali. È stato predisposto il formulario per l'accreditamento dell'azienda speciale quale ente di formazione della Regione Calabria.

III.3.3.2 Indirizzare i giovani verso i percorsi formativi che abbiano i migliori sbocchi occupazionali potenziamento del legame tra scuola e sistemi produttivi del territorio.	1. Organizzazione di seminari trimestrali sulle dinamiche del mercato del lavoro in coincidenza con le rilevazioni Excelsior e 2. n. 3 seminari di orientamento sulle nuove professioni nel corso dei quali indagare l'interesse dei partecipanti per far seguire dei corsi di formazione di sicuro interesse sulle nuove professioni, sulle nuove imprese che hanno riscosso il consenso sulle nuove professioni richieste dalle imprese più innovative;	1. Realizzazione di un seminario sui dati trimestrali Excelsior di orientamento sulle nuove professioni Realizzazione e pubblicazione dell'Indagine Excelsior 2012 con il sovra campionamento Excelsior per l'imprenditoria giovanile. 2. Per l'azione di orientamento alle nuove professioni, cfr. piano operativo III.4.1.4 (Salone dell'Orientamento).
III.3.3.3 Far crescere la professionalità degli imprenditori e dipendenti da imprese: la formazione continua	1. Promuovere "Universitas Mercatorum": incontro di metà anno per fornire informazioni sul funzionamento e l'offerta formativa: acquisire almeno n. 3 iscrizioni incentivate da borse di studio 2. Corso per Esperto in commercio estero: n. 15 partecipanti (cfr. piano operativo Internazionalizzazione - Programma Mediterraneo) 3. Bando che incentivi la partecipazione a percorsi formativi organizzati da associazioni di categoria riconosciute e loro società di servizi, aziende speciali delle Camere di Commercio, altre imprese	1. È stata raggiunta l'intesa con Universitas Mercatorum per la realizzazione di un incontro di informazione rivolto agli imprenditori a titolo gratuito

III.3.4 LA SOSTENIBILITA'

MISURE	RISULTATI ATTESI E INDICATORI (2012)	RISULTATI AL 31 DICEMBRE 2012
III.3.4.1 Promuovere l'efficienza energetica e il risparmio dell'energia promuovendo azioni di sostenibilità energetico - ambientale nell'ambito dello svolgimento delle attività economiche.	1. Facilitare l'accesso delle imprese alle informazioni ambientali ed energetiche: sportello ambiente/energia di INFORMA, fisico e virtuale: almeno 300 contatti nell'anno;	1. Sono state fornite informazioni specifiche circa la normativa ambientale cogente e volontaria e sull'efficienza energetica a circa 70 imprese; mantenuto attivo, con il supporto tecnico di Ecocerved, il link al portale Area Ambiente presente nel sito di IN.FORM.A (49 accessi nel 2012 di cui 40 direttamente dal sito

III.3.4.2 Supportare le imprese nell'adeguamento agli adempimenti previsti dalla normativa cogente e incentivare lo sviluppo di sistemi di gestione ambientale (e/o di sistemi di gestione integrati ambiente/energia, anche in considerazione delle azioni previste dal prototipo <i>Trasferimento tecnologico, innovazione delle filiere produttive e sviluppo sostenibile – linea Green economy</i>) in ambito volontario.	2. Sensibilizzare le imprese sul tema del risparmio energetico, supportandole nella valutazione dei potenziali di risparmio di energia e nell'ottimizzazione dei contratti di fornitura: almeno 30 check up 1. Fornire alle imprese misure di assistenza tecnica mirate ad identificare gli aspetti ambientali significativi: almeno 30 audit 2. Finanziamento di almeno 30 piani di miglioramento dell'efficienza energetica, di qualificazione ed innovazione in campo ambientale delle imprese della provincia. 3. Fornire alle imprese un quadro sulle opportunità derivanti dall'applicazione di strumenti volontari in materia ambientale, attraverso la definizione di metodologie e la realizzazione di strumenti, attraverso specifici bandi di incentivazione finanziaria	informa.calabria.it e 9 da altre origini) 2. Allo studio sulla "Qualità ambientale e sicurezza sui luoghi di lavoro nel settore agroalimentare nella provincia di Reggio Calabria". (cfr. sotto) è collegata la effettuazione di 10 check-up ambientali in altrettante imprese della provincia di Reggio Calabria. 2. Pubblicato il bando per l'introduzione di sistemi di certificazione aziendale e per il miglioramento dell'impatto ambientale e del risparmio energetico delle imprese: n 83 imprese aderenti Sono state ammesse al beneficio camerale n° 42 imprese, per un importo complessivo di concessioni pari ad € 235.115,56; ulteriori 23 richieste sono in fase di supplemento istruttoria. 3. In prosecuzione del rapporto di collaborazione attivato nell'ambito del progetto "Change", con la collaborazione e l'assistenza tecnico-scientifica del Dipartimento Scienze e Tecnologie Agroforestali ed Ambientali della Facoltà di Agraria dell'Università Mediterranea degli Studi di Reggio Calabria, è stato completato lo studio sulla "Qualità ambientale e sicurezza sui luoghi di lavoro nel settore agroalimentare nella provincia di Reggio Calabria". Le risultanze dello studio sono state pubblicate ed illustrate in un incontro di presentazione il 05.11.2012 (n. 15 partecipanti). ⇒ Sono stati realizzati 2 incontri di formazione per gli operatori focalizzati sulle opportunità che la normativa cogente ambientale e dei rifiuti offre alle imprese. - seminario "Qualificazione e sostenibilità ambientale dei prodotti e dei processi " (n. 4 partecipanti); - seminario " Efficienza energetica degli edifici: sinergie e opportunità per le imprese " (n. 7 partecipanti). - IN.FORM.A. ha collaborato attraverso azioni di promozione alla realizzazione del Seminario "STOP AI RAEE", finanziato dal Ministero dell'ambiente, per
---	---	---

III.3.4.3 Promuovere la conoscenza e monitorare il mercato del lavoro sui profili professionali emergenti dalla green economy	1. Utilizzare i seminari di cui alla precedente "Formazione" 2. Favorire le opportunità offerte dall'ISPRA in tema di stage e tirocini di formazione ambientale di studenti e laureati annualmente accolti nelle sue strutture.	promuovere tra le imprese la cultura del reimpiego e riciclo dei rifiuti da apparecchiature elettriche ed elettroniche. - Realizzati e diffusi presso circa 30 imprese: un manuale/Guida alla Scelta strategica dello strumento di gestione ambientale; una procedura per l'individuazione dei processi del proprio ciclo di produzione; due strumenti informatici per valutare e monitorare le proprie prestazioni ambientali, i testi delle normative regolamentari in tema di certificazione ambientale. ⇒ Inviare tre informative via CRM sulle opportunità di incentivi e benefici fiscali per l'attivazione di gestioni eco-friendly e sul premio GPP. 1. È stato completato lo studio finalizzato alla individuazione dei profili professionali green che dovrebbero favorire nel prossimo decennio l'occupazione dei giovani calabresi e reggini. Lo studio ha consentito di evidenziare che i 3 settori green che assorbiranno maggiore occupazione sono quello della produzione di energia da fonti rinnovabili, dei servizi alla produzione e dei servizi ambientali al territorio. Sulla base di questi, sono stati definiti n. 2 percorsi formativi per la figure professionali di Specialista in sistemi gestionali ambientali e di Waste manager 2. Dal primo semestre 2012 l'ISPRA ha affidato la gestione dei tirocini formativi al CRUI Ente Universitario ed è stata fatta promozione del primo bando scaduto il 13 luglio.
III.3.4.4 Diffondere il Patto dei Presidenti Camerali cui la Camera ha aderito con delibera Giunta Camerale n. 49 del 6/6/2011	1. Attivare un protocollo con al Camera e qualche Comune per azioni concrete di attualizzazione del patto	

III.3.5 LE INFRASTRUTTURE

MISURE	RISULTATI ATTESI E INDICATORI (2012)	RISULTATI AL 31 DICEMBRE 2012
--------	--------------------------------------	-------------------------------

III.3.5.1 Accreditare la Camera non solo da soggetto investitore ma referente istituzionale per la raccolta, progettazione e proiezione delle esigenze infrastrutturali del territorio che si compendiano in un sistema di trasporti metropolitano, l'Alta Velocità, una infrastrutturazione digitale a Banda Larga, Gioia Tauro presenza attiva nei corridoi UE	1. Aggiornamento dell'osservatorio trasporti e suo ampliamento alla logistica. 2. Sperimentazione di un partenariato attorno ai risultati dell'osservatorio ai fini della concertazione tra i diversi attori locali e i vari livelli di governo anche per quanto all'infrastrutturazione di banda larga e ultra larga e allo sfruttamento dei servizi che questa rende disponibili. 3. Almeno una iniziativa di approfondimento sul tema degli strumenti del project financing e del leasing in costruendo 4. Contribuire alla realizzazione della "Piattaforma digitale del Mezzogiorno" in corso di implementazione tra Unioncamere Sicilia e Retecamere	1. In collaborazione con Uniontrasporti, In.Form.A. ha svolto una analisi sullo stato della dotazione infrastrutturale, degli investimenti e una verifica dello stato di avanzamento dei lavori sull'infrastrutturazione della provincia di Reggio Calabria nonché la valutazione sull'impatto sul territorio. Lo studio costituisce una completa base di dati presente sul territorio, il cui successivo monitoraggio è destinato a fornire ai decisori politici un'analisi sistematica e costantemente aggiornata. 2. Il 30 marzo 2012 è stato organizzato un evento che ha coinvolto Regione Calabria, Autorità portuale, Capitaneria di porto, SOGAS e DG Move della Commissione Europea. Il convegno, partecipato da n. 37 tra rappresentanti di imprese e istituzioni, è stata l'occasione per la realizzazione di un tavolo di concertazione tra gli stakeholder del settore e le imprese. 3. Il rapporto sopra citato è stato arricchito con un approfondimento sui finanziamenti disponibili e spesso non utilizzati in questo settore.
--	---	--

III.3.6.LA CSR

MISURE	RISULTATI ATTESI E INDICATORI (2012)	RISULTATI AL 31 DICEMBRE 2012
III.3.6.1 La Responsabilità sociale delle imprese (CSR)	1. Workshop sul tema "Responsabilità sociale e competitività: la RSI fa bene al mercato" nel corso del quale presentare lo strumento del Social Statement: coinvolgimento di almeno 15 imprese e n. 3 associazioni imprenditoriali 2. Bando per la raccolta di Best practices sui temi della responsabilità sociale d'impresa: seminari di presentazione da ripetere in città, sulla costa jonica, sulla costa tirrenica, adesione al bando di almeno 5	2.Cfr. Piano operativo III.3.1

⇒ **OBIETTIVO STRATEGICO III.4 RILANCIARE LA PRODUTTIVITA' E LA COMPETITIVITA' DEL SISTEMA TERRITORIALE DELLE IMPRESE**

PIANI OPERATIVI

III.4.1. LE POLITICHE FATTORIALI

III.4.1.1- Promuovere e sostenere l'innovazione, incoraggiare e sostenere la nascita e lo start-up di imprese innovative

MISURE	Risultati attesi ed indicatori (2012)	RISULTATI AL 31 DICEMBRE 2012
III.4.1.1.1 Costruzione di un sistema dell'innovazione a rete (Innovation networking) Camera/Università/Imprese che supporti la realizzazione di progetti di innovazione e favorisca l'inserimento lavorativo di laureati	1. Avvio di progetti di innovazione di 4 imprese che coinvolgano altrettanti laureati (innovation promoter) affiancati da esperti senior, per tentare anche un'evoluzione strutturale verso i "promotori dell'innovazione", nuove figure professionali che offrano alle imprese l'opportunità di rendere possibili percorsi innovativi non ancora intrapresi: un progetto sinergico università/ sistema imprenditoriale/sistema camerale da offrire alla Regione quale apporto alle strategie dei FSE 2. Realizzazione di 5 seminari con la Scuola di Dottorato dell'Università Mediterranea sui temi della valorizzazione economica della ricerca 3. Partenariato con l'Università Mediterranea per sperimentare e sviluppare le tesi di dottorato presso le imprese: finanziamento attraverso n. 5 borse di studio post-doc 4. Piano di fattibilità di un centro locale di innovazione o centro di incubazione per l'innovazione: un'idea da sviluppare tra Camera/AS.Informa/ Università/ ASIREG e Atlante Ventures Mezzogiorno	1. Completamento dei primi 11 mesi del Progetto Innovation Promoter: gestione a regime di 2 percorsi di innovazione aziendale con il coinvolgimento di 2 imprese innovative ed altrettanti tutor e mentori. Un'azienda ha avviato il percorso per soli 3 mesi, rinunciando allo stesso per divergenze con il tutor. 2. Realizzate le prime due giornate del Corso di formazione (11/12 dicembre) per la Scuola di Dottorato in collaborazione con Università Mediterranea e l'ABI Calabria. Per complessivi 21 partecipanti alla prima giornata e 23 alla seconda giornata. L'attività formativa è proseguita nel corso del 2013. 3. Pervenute n. 7 richieste da parte delle imprese ed oltre 50 proposte di tesi di dottorato. Avviate n. 3 borse di studio postdoc; per le restanti due borse non attivate, si è concordato di ripubblicare il bando con l'Università Mediterranea. 4. Portate avanti consultazioni informali con potenziali partner per l'avvio della progettazione di un piano di fattibilità di un centro locale per promuovere l'innovazione da sviluppare tra Camera, Informa, Università, ASI. Operatività del Comitato Brevetti e Spin Off per la promozione della tutela brevettuale e la valorizzazione imprenditoriale dei risultati della ricerca prodotta dalla Mediterranea (delibera di approvazione per n. 1 spin off)

III.4.1.1.2 Riaccreditamento delle funzioni di ricerca/innovazione della Stazione Sperimentale Essenze e Derivati Agrumari ,oggi Azienda Speciale della Camera	1. Progettazione e avvio del recupero della funzionalità del campo sperimentale della Stazione (comunemente definito Orto Botanico) un quale punto di riferimento per gli studi su essenze floreali e piante officinali 2. Attivazione di tutti i laboratori dismessi ovvero obsoleti	1.Nel corso del 2012 è proseguito il confronto tra la Camera di Commercio di Reggio Calabria e Federchimica e Federalimentare, finalizzato alla designazione dei loro rappresentanti in seno al Consiglio di amministrazione. Tale ritardo nella composizione dell'organo di governance dell'Ente ha indotto a svolgere l'ordinaria attività di analisi di succhi agrumari ed oli essenziali agrumari e di ricerca ed ha causato l'impossibilità di redigere una programmazione a medio termine dei servizi aggiuntivi utili alle imprese del settore di competenza della Stazione Sperimentale.
III.4.1.1.3 Potenziamento del club delle imprese innovative	1. Aumento a n. 20 delle imprese innovative aderenti (oggi 15) e a n.10 le imprese internazionalizzate 2. Realizzazione n. 3 incontri del Club su tematiche relative all'innovazione	1.Con le tre aziende destinatarie dei Premi per l'Innovazione 2012 il numero delle imprese innovative è aumentato a 18.
III.4.1.1.4 Incentivazione finanziaria dei processi di innovazione	1. Utilizzo di almeno l'80% delle risorse finalizzate ai bandi per l'introduzione di processi di innovazione	1. Pubblicato il bando Sostegno finanziario alle piccole e medie imprese per l'utilizzo delle nuove tecnologie informatiche e le applicazioni Internet. Edizione 2011/2012. Approvata la prima graduatoria per 73 domande ammissibili a finanziamento e per il valore complessivo di € 236.439,53; approvata la seconda graduatoria per 62 domande ammissibili a finanziamento ed un valore complessivo di € 243.803,77. Assegnate risorse complessivamente pari al 300% dell'importo stanziato originariamente (€ 160.000,00).

III.4.1.1.5 Promozione della cultura dell'innovazione e valorizzare le buone pratiche	1. Attribuzione di n 3 premi dell'innovazione 2. Analisi delle variabili economiche delle imprese "top" della provincia: analisi di n. 300 imprese, e realizzazione di un focus sulle imprese che potrebbero essere oggetto di investimento da parte di un operatore nel capitale di rischio 3. Attività seminariale e formativa: un ciclo di seminari sui temi Perché innovare, come innovare, quali supporti all'innovazione per la micro impresa. 4. Coinvolgimento di almeno 15 imprese 5. Realizzazione della IX edizione del Forum dell'innovazione "Manfredo Golfieri"	1. Pubblicato il bando per l'assegnazione di n 3 premi dell'innovazione; assegnati i tre premi di € 5.000,00 cadauno. 2. Realizzata l'indagine sulle 300 imprese top della provincia, con il supporto del Consorzio Camerale Credito e Finanza. 3. Realizzato il seminario su Marchi e Disegni Comunitari dal titolo "Tutela e valorizzazione dei segni distintivi: disciplina generale e focus in ambito agroalimentare" 4. (59 partecipanti, di cui 16 imprese). 5. Realizzata la IX edizione del Forum dell'innovazione "Manfredo Golfieri", sul tema "L'innovazione nel settore delle costruzioni", focalizzata sull'importanza del settore e su buone pratiche nazionali e internazionali, per disegnare un quadro aggiornato delle dinamiche innovative, raccogliere stimoli e suggerimenti, incoraggiare occasioni di networking (n. 46 i partecipanti registrati).
III.4.1.1.6 Supporto tecnico di INFORMA all'attività brevettuale e alla promozione e deposito dei marchi	1. Attivazione di una convenzione con l'Ordine dei consulenti in Proprietà industriale, per l'assistenza tecnica e legale da parte dei Mandatari ai depositanti della provincia: INFORMA, sulla base di un pre-audit, fornirà le informazioni preliminari e coordinerà gli incontri one-to-one tra consulenti e clienti 2. Continuità e promozione della vetrina delle tecnologie 3. Assistenza ad almeno il 50% dei depositanti marchi 4. Assistenza ad almeno il 70% dei proponenti brevetti che poi depositano 5. e ad almeno altri 5 che - proprio sui risultati della non brevettabilità della loro invenzione, conseguiti proprio all'assistenza - non ne effettuano il deposito	1. A conclusione seminario su Marchi e Disegni Comunitari sono stati realizzati n. 9 colloqui one-to-one per offrire un'informazione tecnica e legale qualificata. 3. In tema di marchi e brevetti, n. 261 assistenze erogate (aumento del 20,8% rispetto ai 216 contatti dell'anno precedente); assistenza a 42 dei 65 depositanti del 2012 - pari al 63%. 4. In tema di brevetti e diritto d'autore, assistenza a n. 89 utenti (aumento del 36% rispetto ai contatti dell'anno precedente); Assistenza a 10 dei 12 depositanti del 2012 - pari all'83,3% 5. Assistenza a 7 proponenti che non hanno effettuato il deposito.

III.4.1.1.7 Trasferimento tecnologico per sviluppare le potenzialità di innovazione che stimolino i percorsi di crescita e di sviluppo delle PMI	1. Attuazione di almeno 3 partenariati A.S. Informa/ Camera/ Università-Imprese su progetti di ricerca funzionali a bisogni aziendali di innovazione da individuare a mezzo bando 2. Almeno 20 interventi consulenziali (audit/ check up tecnologici organizzativi) gratuiti per le imprese beneficiarie, a carico dell'Azienda speciale Informa, svolte da esperti professionisti selezionati da Informa che si avvarrà di Dintec	1. INFORMA partecipa al "Progetto Tutela Proprietà industriale – Enti. Avviso per la realizzazione di progetti delle Camere di Commercio, dei PATLIB, dei PIP e delle Unioni regionali delle Camere di Commercio per attività di supporto alle innovazioni delle imprese sui temi della Proprietà industriale nell'ambito dell'AZIONE 2", finalizzato anche al potenziamento dei servizi erogati. Nel corso del 2012, è stato svolto il percorso di formazione interna – n. 6 giornate - necessario per il mantenimento dei requisiti minimi previsti per il riconoscimento di Centro PATLIB. La Camera ha realizzato due partenariati con l'Università Mediterranea, uno per il finanziamento di borse di studio post-doc ed uno per un percorso di formazione/ assistenza per gli allievi della Scuola di Dottorato (cfr. piano III.4.1.1.1) 2. Realizzazione di un check up tecnologico condotto da INFORMA con profilatura d'impresa. Erogazione di informazioni su qualità, normativa cogente di settore, etichettatura, ecc. attraverso lo Sportello informativo ad indirizzo tecnologico: n. 61 contatti per assistenza personalizzata al 31 dicembre 2012 (numero di assistenze erogate allo sportello in aumento del 38,7% rispetto alle 44 dell'anno precedente). - Servizio di monitoraggio delle opportunità di finanziamento a sostegno di progetti e investimenti innovativi che ha raggiunto oltre 400 utenti.
---	--	---

III.4.1.1.8 Programma SMI – Servizio Manager nelle imprese	1. Bando per il finanziamento dei servizi manageriali del programma SMI – Servizi manageriali nelle imprese 2. : coinvolgimento di 10 imprese 3. Attivazione di una convenzione con Manageritalia/ Federmanager: 4. definizione di un catalogo dei servizi e di un repertorio di almeno 15 manager	1. Pubblicato il Bando per il finanziamento dei servizi manageriali del programma SMI – Servizi manageriali nelle imprese. 2. Al bando hanno aderito complessivamente n. 5 imprese. Di queste, n. 3 imprese hanno completato la prima fase consistente nel check-up aziendale entro il 2012 e n. 2 nei primi mesi del 2013. 3. Pubblicato il catalogo dei servizi definito in convenzione con Manageritalia e Federmanager, 4. e definito il repertorio dei manager (oltre 70) che aderiscono all’iniziativa. Istituito il numero verde “Imprenditori in difficoltà”, che è stato presentato a fine giugno in occasione di un apposito evento. Pervenute n. 12 richieste di imprese, ed effettuati n. 6 check-up manageriali da parte dell’esperto del servizio SMI (cfr. Piano operativo Credito).
III.4.1.1.9 Creazione di imprese innovative	1. Completamento del percorso di mentoring di idee innovative avviato nel 2011 con assistenza di 4 proponenti/ gruppi e creazione di almeno 2 imprese innovative grazie all’assistenza della Camera 2. Bando per la creazione di nuove imprese per favorire l’occupazione giovanile (cfr. misura Capitale umano e imprenditorialità) 3. Creazione di 2 imprese innovative attraverso il 4. Fondo creatività: premiazione di n. 3 imprese a forte contenuto creativo	1. Conclusione del percorso di mentoring di idee innovative. 4 aspiranti imprenditori assistiti. Sviluppati e presentati 3 business plan, che i relativi proponenti potranno sottoporre a finanziamento con venture capital o seed capital. Informa ha affiancato n. 2 potenziali proponenti di idee innovative verso i più opportuni programmi di brevettazione e/o finanziamento e/o di tutoraggio disponibili 2. Pubblicato il bando per la creazione di nuove imprese, al quale hanno aderito 14 proponenti (cfr. misura Capitale umano e imprenditorialità).

III.4.1.1.10 Programma “Iniziative e ricette per uscire dalla crisi attraverso l’innovazione e il design”	1. Organizzazione di un ciclo di incontri (3 gg) per la diffusione di conoscenze per l’innovazione basata su metodologie e processi mutuati dal design, per il comparto manifatturiero. Implementazione di una prima assistenza tecnica volta al trasferimento di conoscenze e processi innovativi. 2. Coinvolgimento di almeno 2 imprese. 3. Le imprese incontrano il design: una giornata in cui le imprese incontrano i designer: partecipazione di almeno 15 imprese e 3 designer	1.Realizzato un ciclo di incontri (3 gg) per la diffusione di conoscenze per l’innovazione basata su metodologie e processi mutuati dal design, per il comparto manifatturiero, con la possibile implementazione di una prima assistenza tecnica volta al trasferimento di conoscenze e processi innovativi. 2. Hanno partecipato agli incontri 45 imprese.
III.4.1.1.11 Programma branding	1. Avvio di un percorso formativo che promuova la politica aziendale del brand e fornisca strumenti per la costruzione dell’immagine di marca: almeno 15 destinatari	

III.4.1.1.a - Promuovere e sostenere l’integrazione delle imprese

MISURE	Risultati attesi ed indicatori (2012)	RISULTATI AL 31 DICEMBRE 2012
III.4.1.1.a.1 L’aggregazione di imprese come fattore di competitività	1. Valorizzare a livello territoriale i protocolli d’intesa di Unioncamere (Confindustria, Retimpresa Italia, Confapi, Alleanza delle cooperative italiane) per realizzare almeno due iniziative comuni di promozione delle reti di impresa 2. Mettere a punto una manualistica per la costituzione e gestione delle reti di imprese e del relativo contratto di rete 3. Realizzazione di n. 2 seminari sulle reti di impresa 4. Supporto alla predisposizione di studi di fattibilità e assistenza alla creazione o al consolidamento delle reti tra almeno 15 imprese 5. Definizione di un modello di autovalutazione delle reti di	1.Avviato il progetto “Re.Ta.ggio” co-finanziato dalla Regione Calabria - Por Fesr Linea di intervento 7.1.1.3 per la promozione delle reti d’impresa nel campo della Logistica e realizzato in ATS con Confesercenti Reggio Calabria e con il partenariato esterno di Confindustria. Costituita l’ATS con Confesercenti Reggio Calabria in data 9/7/2012, e avviata la fase di progettazione esecutiva delle attività. 2. Messo a punto e pubblicato il Manuale per la costituzione e gestione delle reti di imprese e del relativo contratto di rete. 3. Organizzazione di 4 riunioni ed assistenza in back office, grazie al supporto di professionisti qualificati, a 3 reti di impresa. 4. Fornita l’assistenza al consolidamento di 3 reti di impresa (Caulonia -REAL, Goia Tauro-Rete Gioia Tauro Imprese e Gioiosa) ed alla creazione di 2 reti di impresa (Vino di Palizzi e Locride Logistica), per un totale di più di 25 aziende assistite. 5.Pubblicato il modello di autovalutazione delle reti di

	impresa e sperimentazione presso n. 1 rete già costituita 6. Bando per la creazione di aggregazioni di imprese 7. Servizio sperimentale di incontri tematici sul valore della rete tra professionisti ed imprenditori	impresa 7. Organizzato ad ottobre 2012, a cura del Registro Imprese, un seminario, con la partecipazione di professionisti ed imprenditori, sulle reti di impresa.
--	---	---

III.4.1.2 - Internazionalizzazione. ACCOMPAGNARE LE IMPRESE SUI MERCATI INTERNAZIONALI

MISURE

Risultati attesi ed indicatori (2012)

RISULTATI AL 31 DICEMBRE 2012

III.4.1.2.1 Potenziare i servizi informativi e di formazione alle imprese sulle tematiche dell'internazionalizzazione	1. Realizzazione di un ciclo di n. 3 seminari sulle tematiche dell'internazionalizzazione e/o seminari Paese che prevedano anche un colloquio personalizzato su quesiti aziendali: 2. partecipazione di 30 imprese 3. Erogazione di servizi di informazione/assistenza diretta ad almeno 20 imprese ed indiretta 4. ad almeno 100 imprese, in coerenza con la Comunicazione UE "Piccole imprese, grande mondo - un nuovo partenariato per aiutare le PMI a cogliere le opportunità globali"	1 e 2. Realizzazione di 1 seminario Paese sulla Svizzera (15 luglio 2012) con colloqui personalizzati su quesiti aziendali: partecipazione di 15 imprese. Realizzazione di 1 Seminario Paese sulle Filippine (9 ottobre 2012), partecipazione di circa 20 soggetti. 3. e 4. Erogazione di servizi di informazione/ assistenza diretta a 37 imprese (Deposito firma, atti per l'estero, ecc...), 4 imprese assistite in back office per informazione sulle procedure doganali, 71 imprese assistite per la certificazione estera. Organizzazione di incontri individuali per l'assistenza all'inserimento sul mercato svizzero per 13 aziende. Assistenza alla partecipazione per 4 imprese della provincia alla 12° edizione degli incontri di affari euromediterranei di Marsiglia Invio della newsletter sul commercio estero a circa 1600 imprese.
---	--	--

III.4.1.2.2 Per conoscere e monitorare le imprese internazionalizzate, il grado/ target dell'internazionalizzazione	1. Completamento dell'Osservatorio sull'internazionalizzazione, comprensivo di una 2. mappatura di almeno 30 imprese 3. Attivazione del Club per l'Export con adesione di almeno 10 imprese	1.Realizzazione dell'Osservatorio sull'internazionalizzazione. 2. Identificate oltre 80 imprese per la mappatura delle aziende internazionalizzate della provincia. Intervistate 200 imprese. Creazione e disponibilità di un database con 308 unità. 3.Definito un gruppo di circa 40 aziende potenzialmente interessate ad essere incluse nel Club. L'implementazione delle attività è stata rinviata al 2013.
III.4.1.2.3 Per un percorso di internazionalizzazione che supporti la realizzazione di progetti e favorisca l'inserimento lavorativo di laureati e la qualificazione del capitale umano aziendale	1. Completamento di progetti di internazionalizzazione di 3 imprese che coinvolgano altrettanti laureati (export promoter) affiancati da esperti senior 2. Bando per la presentazione di proposte progettuali cui destinare un pacchetto di servizi (Temporary Export Manager/SMI, Stagista, corsi di formazione) che guidi le imprese in un percorso strutturato sui mercati esteri. 3. Bando per incentivare l'apprendimento di lingue estere da parte degli imprenditori e quadri aziendali: 4. finanziamento di 15 imprese	1.Completamento del Progetto Export Promoter: gestione a regime dei 2 percorsi di assistenza all'export con il coinvolgimento di 2 imprese ed altrettanti tutor e mentori. 2.L'assistenza manageriale nell'area internazionalizzazione è stata prevista nel catalogo del bando SMI – Servizio Manager nelle imprese. 3. e 4. Assegnazione dei contributi relativi al Bando per incentivare l'apprendimento di lingue estere. Con la I^a graduatoria, assegnato il contributo a 12 imprese, per un importo complessivo pari ad € 27.790,00. Con la II^a graduatoria, assegnato il contributo a 7 imprese per un importo complessivo pari ad € 14.441,00.
III.4.1.2.4 Accompagnare le imprese su mercati esteri attraverso iniziative di promozione dei prodotti locali sui mercati esteri, in collaborazione con la rete camerale e nell'ambito delle iniziative di sistema (missioni e fiere)	1.Completamento progetto di promozione su circuiti ristorativi/ distributivi di Svizzera – Francia – Germania 2./Missioni geografiche, di filiera e le fiere: partecipazione di almeno 15 aziende alle missioni di sistema Unioncamere ed ad iniziative dell'Unione regionale e/o di Regione ed Enti locali	1.Conclusione del progetto di promozione su circuiti ristorativi/ distributivi di Svizzera – Francia – Germania. Completamento delle attività in Germania: coinvolti 2 distributori tedeschi e 17 aziende di Colonia e Monaco. Ordini effettuati a 10 aziende reggine. 2. N. 1 Azienda aderente all'iniziativa "Italy&Med" organizzato da Metropoli (Firenze) N.4 Imprese aderenti all'iniziativa alla "12° edizione degli incontri di affari Euro-Mediterranei" promossa da Unioncamere Calabria ⇒ Promozione presso le imprese reggine dei Workshop sull'Internazionalizzazione "Perché, come, dove operare sui mercati esteri. Prima edizione" organizzati da Unioncamere Calabria; n. 21 le imprese partecipanti. ⇒ N.2 Imprese aderenti all'iniziativa "Contratto Rete d'impresa" organizzata da Unioncamere Calabria con la

		Camera di Commercio Italo-marocchina ⇒ Realizzazione di 7 campagne CRM per informare le imprese della provincia su altrettante missioni camerali ⇒ Aggiornamento in tempo reale della pagina del sito internet camerale dedicata agli incontri d'affari ed alle missioni ⇒ Partecipazione della Camera di Commercio di Reggio Calabria, in qualità di partner, a 4 progetti del Fondo intercamerale per le Camere di Commercio Italiane all'estero promossi da: CACIA, Camera di Commercio Italo Araba, Agenzia per l'Internazionalizzazione, Promocatanzaro (progetti approvati nell'autunno 2012, le attività inizieranno nel 2013). 3. Messa a punto la manifestazione d'interesse per l'acquisizione dei servizi offerti dalla Camera di Commercio italiana in Australia. Attivata una richiesta di assistenza.
III.4.1.2.5 Innovare gli strumenti di vendita nei mercati esteri	3. Coinvolgimento di 10 imprese nei servizi informativi e di assistenza previsti dal Protocollo d'intesa con la Camera di Commercio italiana in Australia	
	1. Intervento di formazione ed accompagnamento delle imprese interessate a sviluppare sui mercati esteri gli strumenti di web marketing ed e-commerce: almeno 5 imprese	1.Cfr. quanto indicato al punto precedente sui Workshop per l'internazionalizzazione di Unioncamere Calabria.
III.4.1.2.6 Le reti di impresa come leva per l'export	1. Incentivi ad aggregazioni di imprese per la realizzazione di iniziative di promozione sui mercati esteri	1. Sostegno della partecipazione di 2 imprese reggine all'Iniziativa "Contratto Rete d'impresa" tra le aziende costruttrici di macchine agricole calabresi ed aziende marocchine. In collaborazione con Unioncamere Calabria e l'Università Mediterranea di Reggio Calabria, Facoltà di Agraria Sez. Meccanica.
	2. Redazione di uno studio di fattibilità in collaborazione con gli esperti SMI per l'accesso ai mercati esteri di forme aggregate di imprese.	
III.4.1.2.7 Progetto Mediterraneo	1. Costituzione di un laboratorio per la sostenibilità delle costruzioni nel Mediterraneo: coinvolgimento di almeno 5 partners italiani ed esteri	1.La Camera ha partecipato a due partenariati per la candidatura di altrettanti progetti al programma europeo ENPI – CBCMED:
	2. Istituzione della Mediterranean Business School: definizione del "business plan" e realizzazione del	un progetto sulla sostenibilità nel settore delle costruzioni nell'area del Mediterraneo, insieme ad altri 6 partners; un progetto su design e creatività nell'area del Mediterraneo, insieme ad altri 9 partners

	partenariato 3. Realizzazione di un corso di commercio estero per neolaureati: avvio della formazione d'aula di n. 15 partecipanti (cfr. piano operativo Formazione)	
III.4.1.2.8 Promozione delle imprese locali sui mercati nazionali ed esteri	1. Bando per la partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali, 2. con la partecipazione di almeno 10 imprese 3. Sostegno alla partecipazione delle imprese reggine al programma fieristico di Unioncamere Calabria per almeno 2 manifestazioni di rilievo nazionale o internazionale	1.La Camera ha pubblicato il bando per la concessione di contributi alle imprese per la partecipazione a fiere in Italia ed a fiere e missioni all'estero, destinando risorse per € 80.000; 2.su 13 imprese partecipanti 9 sono risultate ammissibili al beneficio camerale, per un totale di risorse concesse pari ad € 25.564.30. 3.La Camera ha collaborato con Unioncamere Calabria per la partecipazione a 6 manifestazioni fieristiche di rilievo internazionale: Macef Primavera, Cibus, Vinitaly e Sol, Macef Autunno, Sial, Artigiano In Fiera. Complessivamente hanno partecipato alle manifestazioni n. 64 imprese.

III.4.1.3 - UN CREDITO PIU' ACCESSIBILE PER LE IMPRESE

MISURE

Risultati attesi ed indicatori (2012)

RISULTATI AL 31 DICEMBRE 2012

III.4.1.3.1 Monitoraggio del mercato del credito	1. Completamento dell'“Osservatorio del credito” che analizzi in particolare il sistema finanziario locale, con focus sulle imprese ed uno sulle famiglie 2. Monitoraggio del credit crunch: l'elaborazione di un modello di rilevazione del fenomeno di <i>credit crunch</i> focalizzato sulla componente <i>price</i>, ossia sulle condizioni economiche di accesso al credito (tassi di interesse e commissioni applicate).	1. Realizzazione dell'Osservatorio provinciale sul credito, comprensivo di una indagine sull'accesso al credito delle imprese nonché di una indagine sul credito alle famiglie. 2. Realizzato un sistema di monitoraggio del credit crunch, ed in particolare di un modello di pricing del credito nonché di analisi dei differenziali tra costo teorico e costo effettivo del credito.
--	--	---

III.4.1.3.2 Per attrezzare le imprese sul rating richiesto da Basilea 2 e nella prospettiva di Basilea 3	1. Predisposizione e diffusione di una newsletter ad almeno 500 imprese 2. ed assistenza informativa ad almeno 80 imprese 3. Bandi per incentivi finanziari alla realizzazione di check up funzionali all'ottenimento del rating e per la capitalizzazione delle cooperative sociali: 4. utilizzo di almeno l'80% dei fondi dedicati e 5. coinvolgimento di 25 imprese 6. Adesione di almeno n. 5 commercialisti per le attività in sede locale di cui al Protocollo d'intesa tra ABI, Commercialisti e Unioncamere per migliorare la relazione banca-impresa e la capacità di credito delle piccole e microimprese 7. Servizio di assistenza finanziaria a micro e piccole imprese (anche nell'ambito del progetto S.M.I.): coinvolgimento di almeno 10 imprese	1. Rinnovata l'adesione alla newsletter sui finanziamenti agevolati, veicolata attraverso la piattaforma CRM (oltre 500 contatti). 2. Assistenza informativa a 79 imprese. 3., 4. e 5. Pubblicato il bando Check-up finanziari (fondo € 84.000): concessi contributi n. 22 imprese per un importo di € 86.275; a seguito di supplemento istruttorio, è stata approvata una seconda graduatoria costituita da n. 16 imprese, per ulteriori contributi pari ad € 52.465,00 (fondi concessi per il 165% del budget iniziale). Bando Capitalizzazione Cooperative sociali (fondo: € 56.000): sono state presentate n. 2 domande per un importo complessivo di contributi richiesti pari a € 19.011,45. 7. Attivato il Numero Verde "Imprenditori in difficoltà", e realizzato a giugno 2012 il workshop "Imprenditori in difficoltà" per la promozione del servizio e degli strumenti di accesso al credito". N. 12 imprese in difficoltà si sono rivolte al contact center. Di queste, n. 6 imprese hanno già partecipato all'incontro con il manager usufruendo di assistenza dedicata.
III.4.1.3.3 Implementazione a livello locale del protocollo Assoconfidi/Unioncamere	1. Interventi a favore dei Confidi: sostegno in conto interessi, sostegno in conto garanzia, rafforzamento patrimoniale, rafforzamento strutturale e organizzativo	1. Realizzato un incontro con banche, associazioni di categoria e Consorzi fidi per condividere proposte, iniziative e criticità legate al credito. Pubblicato un Bando per il sostegno ai Confidi per fondi di garanzia e di abbattimento interessi; n. 7 Confidi sono stati ammessi quali beneficiari, per un importo complessivo pari ad € 1.000.000.
III.4.1.3.4 Accesso al credito bancario convenzionato e al microcredito	1. Realizzazione di una campagna promozionale congiunta per promuovere gli strumenti di credito agevolato e microcredito attivati dalla Camera: utilizzo di almeno il 75% delle risorse investite	1. Continuata l'operatività degli strumenti di abbattimento interessi (con Banca Popolare del Mezzogiorno) e microcredito (con Banca Popolare Etica).
III.4.1.3.5 Promozione dell'utilizzo del fondo di garanzia	1. Interventi per incentivare l'utilizzo del fondo PMI: piani formativi, campagna informativa con il risultato verificato di utilizzo allo stato inesistente	1. Realizzati comunicati stampa per la diffusione degli strumenti, che sono stati promossi anche in occasione del workshop "Imprenditori in difficoltà". 1. Realizzato il 21/11/12 un incontro di presentazione del Fondo Centrale di Garanzia organizzato dal Mediocredito Centrale.

III.4.1.3.6 Per far fronte al collasso di liquidità in cui si ritrovano le imprese, soprattutto quelle operanti nel settore dei lavori pubblici, a causa dei ritardi nei pagamenti da parte della PA.	1.Attivazione di un Fondo rotativo che valga a sbloccare a favore delle micro e piccole imprese i crediti certi ed esigibili che vantano verso la P.A., con particolare attenzione alle imprese del settore edile: adesione di almeno un istituto bancario e coinvolgimento di almeno 2 P.A.	1.Lo strumento è in fase di analisi, anche in funzione delle novità normative che stanno interessando tale argomento.
---	--	---

III.4.1.4 - Capitale umano e Imprenditorialità

MISURE	Risultati attesi ed indicatori (2012)	RISULTATI AL 31 DICEMBRE 2012
III.4.1.4 .1 Programma per la creazione di nuove imprese	1. Pubblicazione di un bando per la creazione di nuova imprenditorialità: 2. assistenza a 6 proponenti e creazione di 6 nuove imprese (cfr. supra misura per creazione di imprese innovative) 3. Bando per contribuire a combattere la disoccupazione e favorire la creazione di nuovi posti di lavoro, sostenendone la diffusione di cultura imprenditoriale e la creazione di nuove imprese attraverso la messa a punto di un “sistema di servizi ed aiuti economici integrati a filiera”	1.Pubblicato il bando per la creazione di nuova imprenditorialità, 2.sarà attivata a breve l’assistenza a n. 14 proponenti che hanno aderito all’iniziativa.
III.4.1.4.2 Scuola, lavoro e impresa: investire sui giovani attraverso l’orientamento al mercato del lavoro e lo sviluppo della cultura d'impresa.	1. Diffusione della mappatura delle opportunità imprenditoriali e dei profili professionali - ⇒ n. 1 Evento sulle previsioni occupazionali 2012 da indagine dell’Osservatorio Excelsior 2. Realizzazione di n. 3 percorsi guidati scuola/lavoro/impresa, di cui: 3. • 1 di orientamento agli studi che coinvolga almeno n.4 scuole della Media Inferiore 4. • 1 di orientamento al mondo del lavoro che coinvolga almeno n. 35 giovani in cerca di occupazione 5. • 1 di orientamento al mondo dell’impresa che coinvolga almeno 30 portatori di idee imprenditoriali	1.Pubblicata la mappatura delle opportunità imprenditoriali della provincia, che è stata utilizzata nell’ambito del bando per la creazione di nuove imprese. 2, 4 e 5. INFORMA è stata partner del 7° Salone dell’orientamento di Reggio Calabria svoltosi nei giorni 25-26-27 marzo 2012 con l’obiettivo di orientare studenti e giovani in cerca di occupazione al mondo del lavoro e dell’imprenditorialità. Durante le tre giornate INFORMA ha messo a disposizione due esperti per incontri b2b, ed ha organizzato due seminari sull’imprenditorialità e sulla proprietà intellettuale (quest’ultimo ha registrato la presenza di n. 44 partecipanti). - N. 500 giovani sono stati coinvolti in attività di formazione e orientamento al mondo del lavoro. - Circa 700 sono stati gli utenti che si sono rivolti all’Azienda per richiedere un colloquio di orientamento per la nuova imprenditorialità. - In data 1/3/2012 è stato realizzato un convegno in collaborazione con l’Assessorato alla cultura della Regione Calabria, la Fondazione FIELD e Confindustria di Reggio Calabria sul tema del Sistema Regionale delle competenze, che ha coinvolto oltre 100 partecipanti.

III.4.1.4.3 Alternanza – scuola lavoro	1. Formazione di tutor scolastici ed aziendali attraverso il coinvolgimento di almeno 5 scuole e 5 imprese di cui almeno 1 nell'area jonica ed 1 nell'area tirrenica Programma "Stage innovativi": 2. • creazione di un data-base stagisti/aspiranti stagisti e imprese 3. • stipula di almeno n.3 convenzioni con imprese che riconoscano un rimborso minimo obbligatorio agli stagisti, integrato da una quota camerale e che a fine stage rilascino un attestato delle capacità e competenze 4. • bando per incentivi finanziari a favore delle imprese che assumano gli stagisti: 5. almeno tre imprese 6. ⇒ Attivazione di stage in contesti lavorativi internazionali per almeno 1 scuola. 7. Progettazione di un percorso per il reclutamento di un "tutor interaziendale" nell'alternanza scuola-lavoro 8. Manifestazione che coinvolga almeno 200 giovani sui temi: scuola lavoro - imprese	1. N. 120 studenti hanno realizzato un tirocinio (in media di n. 5 giorni) presso n. 54 aziende di vari settori. Coinvolti 12 istituti scolastici. 4. Pubblicato un bando per incentivare l'assunzione di giovani presenti in azienda a vario titolo (cfr. III.4.1.4.4). 6. INFORMA ha attivato n. 2 esperienze di eccellenza in collaborazione con l'ITC Piria di Reggio Calabria, con la Camera di Commercio Italiana a Londra e con la Camera di commercio italiana a Madrid. N. 31 studenti hanno svolto un periodo di stage di n. 3 settimane a Londra e Madrid presso 26 aziende dove oltre a perfezionare la loro conoscenza della lingua inglese, hanno svolto attività lavorative. 7. In.form.a. ha affiancato le scuole nella pianificazione attività, progettazione e definizione delle possibili unità di apprendimento con i tutor scolastici, formazione a studenti, tutor scolastici (n. 24) e aziendali, organizzazione ed attivazione di tirocini formativi e di orientamento in azienda. Il tirocinio è stato preceduto dalla formazione pre-tirocinio in aula per gli studenti. 8. Cfr. III.4.1.4.2 – Salone dell'Orientamento. - Promozione presso le scuole del premio Creatività e Innovazione di Unioncamere Nazionale e n. 4 scuole sono state supportate nella stesura dei progetti. - Nell'ambito dell'iniziativa di sistema nazionale, Informa ha collaborato con Unioncamere Calabria per un bando per progetti in alternanza a livello regionale; risultate aggiudicatari dei fondi n. 8 scuole della provincia di Reggio Calabria che sono state affiancate nella realizzazione dei loro progetti.
---	---	---

III.4.1.4.4 Crescita quali quantitativa dell'imprenditorialità, in un contesto favorevole	1. Sviluppo sul sito web di un servizio nuove imprese, che consenta l'interattività on line lungo un percorso che va dall'orientamento, all'avvio dell'attività, alla gestione della fase di start up 2. Registrazione ed accesso ai servizi da parte di almeno 10 utenti. Iniziative per l'occupazione e la nascita di nuove imprese: 3. -bando per l'insediamento nei centri storici di attività di commercio, artigianato artistico e somministrazione, impegno del 70% delle risorse; 4. -bando per la stabilizzazione dei giovani in cerca di occupazione a vario titolo presenti in azienda e assunzione di giovani laureati e diplomati, impegno del 70% delle risorse; 5. bando per l'attivazione di tirocini formativi di giovani, laureati e diplomati, impegno del 70% delle risorse 6. Realizzazione dell'iniziativa "Job shadow" (Lavoro ombra) un giorno per 30 studenti delle scuole superiori affiancano un lavoratore seguendone tutte le attività - Progetto di formazione imprenditoriale "A scuola d'impresa, finalizzato ad incoraggiare lo spirito imprenditoriale tra studenti e non, promuovendo la mentalità più adatta, la consapevolezza delle occasioni offerte dalla carriera autonoma e le capacità professionali: 7. N. 3 eventi (in città, area ionica, area tirrenica) che coinvolgono in media 8. 50 partecipanti.	1. Attivo sul sito web della Camera il servizio SNI (servizio nuove imprese) on line, 2. pervenute 12 richieste. 3. Pubblicato il bando per l'insediamento di imprese nei centri storici dei Comuni della provincia, per la creazione di nuove imprese e la valorizzazione dei centri storici (budget 100.000 euro). 9 imprese hanno presentato domanda, per n° 3 imprese è stato riconosciuto il beneficio camerale, per un contributo complessivo pari ad € 52.411 (pari al 52% del budget iniziale). 4. Pubblicato un bando per la concessione di contributi a sostegno dell'occupazione (creazione di nuovi posti di lavoro e stabilizzazione di lavoratori già inseriti in azienda). N. 57 domande pervenute; a seguito di due concessioni, ammesse a beneficio n. 28 imprese Risorse inizialmente destinate da bando € 120.000; risorse effettivamente concesse pari a € 255.500 (pari al 213% del budget). 5. Bando per l'attivazione di stage e tirocini formativi, sono state destinate risorse pari a € 150.000; domande pervenute: n. 12 imprese, n. 102 tirocinanti. Sono state ammesse n° 2 imprese per l'attivazione di n° 2 tirocinanti laureati, prevedendo un contributo massimo pari ad € 39.400 (pari al 26% delle risorse). 6. Nel periodo 1-13 ottobre 2012 si è tenuto il JOB DAY la giornata del lavoro e del fare impresa. Durante questo periodo n. 67 studenti di 8 scuole della provincia hanno visitato e incontrato per una giornata n. 22 imprenditori di diversi settori. 7. Sono stati realizzati n. 5 corsi sulla cultura di impresa presso 4 istituti superiori della provincia di Reggio Calabria della durata di n. 20 ore ciascuno presso: l'Istituto d'arte "Frangipane" di Reggio Calabria, il Magistrale "Alvaro" di Palmi, l'Istituto tecnico Ferraris di Reggio Calabria, istituto tecnico commerciale Piria di Reggio Calabria. 8. Coinvolti 100 studenti, che hanno concluso il percorso con stage.
--	--	--

	9. N. 3 incontri formativi per imprenditori sui temi critici della gestione d'impresa, sulla base delle risultanze delle analisi dei manager del progetto SMI 10. Attivazione di una collaborazione con "Universitas Mercatorum" per azioni formative e-learning destinati ad imprenditori, quadri, lavoratori occupati nelle imprese 11. Bando per la concessione di borse di studio a favore di addetti delle imprese della provincia di Reggio Calabria: iscrizione di n. 3 alunni incentivata da borse di studio (cfr. piano operativo Formazione)	
III.4.1.4.5 L'altra economia: un modello di sviluppo territoriale fondato sull' <i>alleanza</i> tra i due principali attori: sistemi produttivi di PMI e le imprese per diffondere i principi dell'altra economia	1. Operatività del Comitato per l'imprenditorialità sociale istituito con delibera G.C. n. 106 del 28/12/2011 e del protocollo d'intesa Unioncamere/Forum Terzo Settore 2. Implementazione dell'osservatorio dell'economia civile 3. Iniziativa in conto abbattimento tassi per operazioni di patrimonializzazione aziendale: n. 5 imprese sociali e/o cooperative sociali 4. Sperimentazione di nuovi approcci, metodologie e strumenti per la diffusione della cultura manageriale alle organizzazioni di Terzo Settore 5. Incentivi finanziari per la creazione di nuove imprese sociali	2. Implementazione dell'osservatorio dell'economia civile (cfr Piano operativo III.3.1) 3. Pubblicato il bando per la patrimonializzazione delle imprese sociali: hanno aderito due imprese. 5. Pubblicato il bando per la creazione di nuove imprese (cfr. p.o. III.4.1.1.9), che tra le imprese finanziabili prevedeva le nuove imprese sociali.
III.4.1.4.6 Promuovere l'imprenditorialità femminile	1. Operatività del Comitato per l'imprenditoria femminile 2. Inserimento della premialità per l'imprenditoria 3. Premio "Impresa donna" 4. Evento pubblico "SBA, statuto delle imprese: il valore delle nostre micro e piccole imprese" femminile nei vari bandi Istituzione dei premi: 5. -I benemeriti del lavoro 6. -Reggio Produttiva	1. L'operatività del Comitato è stata limitata (1 incontro) perché in scadenza; nono stante ciò, è stato comunque curato l'aggiornamento dei dati sull'imprenditoria femminile sul sito web camerale. 2. Inserita la premialità per l'imprenditoria femminile in un bando per incentivi finanziari. 4. Programmato nel mese di gennaio l'evento "Verso la crescita delle piccole e medie imprese: quali scenari?", successivamente rimandato per impossibilità dei relatori a partecipare". 5 e 6. Cfr. piano operativo Comunicazione.

PIANI OPERATIVI

III.4.2 LE POLITICHE SETTORIALI

III.4.2.1 Turismo.

MISURE

Risultati attesi ed indicatori (2012)

RISULTATI AL 31 DICEMBRE 2012

III.4.2.1.1 Promozione e mantenimento del Marchio Ospitalità Italiana	1. Certificazione delle imprese di settore: aumento di almeno il 5% rispetto al 2011 2. Implementazione del marchio Ospitalità Calabria complementare al marchio Ospitalità Italiana	1. Conclusione delle attività attinenti la certificazione delle imprese turistiche per l'anno 2012 (57 certificate a fronte delle 66 dell'anno precedente) e progettazione delle attività per la certificazione delle imprese turistiche per l'anno 2013. E' stata anche realizzata l'attività per la certificazione delle imprese ristorative con il marchio "Tradizioni reggine in tavola" 2012. Affidamento incarico ad Agroqualità per attività di valutazione per il marchio "Tradizioni Reggine – saperi e sapori in tavola" ed. 2012. 2. Tramite I.S.NA.R.T. - Istituto Nazionale Ricerche Turistiche, agenzia del sistema camerale per la realizzazione di studi e pubblicazioni sul turismo che promuove il "Marchio Ospitalità Italiana", sono state effettuate le attività per l'assegnazione del Marchio ad imprese del territorio. Le attività per l'implementazione del marchio Ospitalità Calabria sono state effettuate in collaborazione con Unioncamere Regionale.
III.4.2.1.2 La conoscenza del fenomeno turistico	1. Osservatorio del turismo: analisi congiunturale e rapporto annuale; analisi sui fenomeni turistici legati alle seconde case; fruizione e soddisfazione dei turisti legate agli eventi culturali del territorio: almeno un incontro tra i soggetti più rappresentativi del "sistema" per la presentazione delle risultanze 2. Studio su potenziali distretti turistici ricettivi	1. Completamento delle attività dell'osservatorio turistico, anno 2011, con la realizzazione dei seguenti studi: rapporto annuale di scenario 2011 e analisi congiunturali; analisi sui fenomeni turistici legati alle seconde case; fruizione e soddisfazione dei turisti legate agli eventi culturali del territorio ed organizzazione di una giornata finalizzata a premiare le eccellenze turistiche del territorio ed a presentare le risultanze dell'osservatorio 2. Realizzazione dello studio su potenziali distretti turistici ricettivi della provincia di Reggio Calabria, nell'ambito di un'analisi più ampia delle potenziali aree vocazione distrettuale in provincia di Reggio Calabria, con specifico riferimento anche ai distretti Rurali; Agroalimentari di qualità; Distretti produttivi e della Logistica e trasporti

III.4.2.1.3 Per promuovere l'innovazione nel settore: dai processi ai prodotti alla commercializzazione dell'offerta (Laboratorio per l'innovazione)	1. Perché e come innovare: percorso di una giornata per operatori del settore che dia seguito alle risultanze del forum dell'innovazione 2010 dedicato appunto al turismo: coinvolgimento di almeno 20 operatori	qualità; Distretti produttivi e della Logistica e trasporti.
III.4.2.1.4 Promozione dell'offerta	1. Bando per il finanziamento di progetti incoming rivolti alla commercializzazione dell'offerta turistica: almeno 1 progetto 2. Bando a sostegno di iniziative finalizzate allo sviluppo locale ed all'incentivazione del turismo attivo e culturale: utilizzo dell'80% dei fondi	

III.4.2.2 Commercio.

MISURE

Risultati attesi ed indicatori (2012)

RISULTATI AL 31 DICEMBRE 2012

III.4.2.2.1 Per promuovere il legame commercio/città –territorio	1. Nuova edizione del bando che incentivi la costituzione di centri commerciali naturali o di altra forma aggregativa funzionale a valorizzare i centri storici e i centri urbani minori :utilizzo di almeno il 70% delle risorse da bando. 2. Bando per l'insediamento nei centri storici di attività di commercio, artigianato artistico e somministrazione, 3. impegno del 70% delle risorse;	2.Pubblicato il bando per l'insediamento nei centri storici di nuove imprese. N domande pervenute 9. 3.Per n° 3 imprese è stato riconosciuto il beneficio camerale per la costituzione di nuove unità all'interno dei centri storici, per un contributo complessivo pari ad € 52.411 (52% del budget).
--	--	---

III.4.2.2.2 Per la creazione di “Negozi multi servizio”: attività commerciali di prossimità per la vendita al dettaglio di beni alimentari e di prima necessità, nonché di prodotti tipici del territorio (alimentari e non), con superficie commerciale fino a un massimo di 200 mq. Accanto ai prodotti base, secondo un modello multiservizio, integrano alcune attività di servizio, di mercato e non, svolgendo anche il ruolo di “terminali” della Pubblica Amministrazione sul territorio.	1. Bando per l’erogazione di finanziamenti per l’apertura di negozi multiservizio	
III.4.2.2.3 Attivazione di una rete tra negozi di vicinato, ristoranti, laboratori artigiani sulla promozione e commercializzazione delle produzioni tipiche locali.	1. Manifestazione di interesse con il coinvolgimento delle associazioni più rappresentative delle categorie commerciali e artigiane e concertazione dei contenuti, finalità e azioni del programma, prevedendo anche la partecipazione di almeno un ente locale (Azione di riferimento anche per l’agroalimentare).	

III.4.2.3 Edilizia

MISURE

Risultati attesi ed indicatori (2012)

RISULTATI AL 31 DICEMBRE 2012

III.4.2.3.1 Per l’innovazione e l’aggregazione	1. Perché e come innovare - percorso di una giornata per operatori del settore in partenariato con l’Università Mediterranea: coinvolgimento di almeno 15 imprese 2. Percorso formativo di almeno due giornate per la qualificazione delle figure professionali, per l’innovazione e per la promozione della sostenibilità nell’edilizia, in collaborazione con l’Università Mediterranea: almeno 10 partecipanti 3. ⇒ Bando per promuovere la competitività del settore attraverso il sostegno di proposte di aggregazione tra le imprese della filiera	
--	--	--

III.4.2.3.2 Per far fronte alla crisi di liquidità e alla stretta creditizia	1. Bando per l'erogazione dei contributi camerali in favore delle imprese del settore edile che hanno smobilizzato i crediti vantati nei confronti della PA mediante la cessione "pro soluto", sulla base della normativa in itinere Si rinvia alle misure sul credito	1.Lo strumento è in fase di analisi, anche in funzione delle novità normative che stanno interessando tale argomento (cfr. misura "credito").
--	--	---

III.4.2.4 Artigianato.

MISURE	Risultati attesi ed indicatori (2012)	RISULTATI AL 31 DICEMBRE 2012
III.4.2.4.1 Per l'innovazione di prodotto e di processo	1. Conclusione positiva delle azioni di cui al progetto avviato nell'anno 2010. Consegna dei premi ai designer e realizzazione di almeno 2 prototipi innovativi dell'artigianato artistico da parte di 2 imprese 2. Programma di affiancamento di designer e neolaureati alle imprese artigiane locali per favorire l'effettiva adozione di innovativi processi di progettazione: due imprese 3. Contributi alle imprese artigiane per l'introduzione di innovazione nei processi e prodotti a basso impatto ambientale e per il sostegno al risanamento ambientale nell'esercizio dell'attività d'impresa: 4. almeno tre imprese 5. Incentivi alle imprese che aderiscano al marchio per la certificazione della qualità dei servizi nei settori delle tinte lavanderia, autoriparatori, impiantisti	1.Liquidati n. 5 premi ai designer che sono risultati vincitori dell'apposito bando.
III.4.2.4.2 Favorire la creazione di imprese artigiane per invertire il trend di mortalità	1. Incentivi finanziari per: promuovere esperienza lavorativa (work experience) a favore di disoccupati/e e inoccupati/e da realizzare presso imprese operanti nei settori dell'artigianato prioritariamente artistico e tradizionale"; per l'inserimento occupazionale in imprese artigiane di disoccupati/e ed inoccupati/e che hanno concluso l'esperienza lavorativa (work experience)"; per la creazione d'impresa nei settori dell'artigianato prioritariamente artistico e tradizionale a favore dei soggetti disoccupati/e ed inoccupati/e che hanno concluso l'esperienza lavorativa (work experience)"	1.Cfr. Pubblicazione bando nuove imprese / Mis. III.4.1.4

III.4.2.4.3 Marketing fieristico	1. Partecipazione collettiva al Macef, anche attraverso Unioncamere Calabria: numero imprese non inferiore a quelle del 2011 2. Bando per il cofinanziamento della partecipazione diretta delle imprese a fiere specializzate del settore o a market place: 3. utilizzo di almeno il 70% delle risorse	1.Partecipazione collettiva al Macef primavera per un numero di 14 imprese rispetto alle 10 del Macef primavera 2011; partecipazione di n° 11 imprese reggine (rispetto alle 10 del 2011) alla manifestazione fieristica Macef II Edizione, n°8 imprese alla rassegna fieristica Sial, n°8 imprese Artigiano In Fiera, realizzate con il coordinamento regionale di Unioncamere Calabria. 2.Pubblicato il bando per il cofinanziamento della partecipazione diretta a fiere: 3.concessi contributi per € 25.564.30 (a fronte di risorse previste per € 80.000).
---	--	--

III.4.2.5 Agroalimentare.

MISURE	Risultati attesi ed indicatori (2012)	RISULTATI AL 31 DICEMBRE 2012
III.4.2.5.1 In materia di tracciabilità, sicurezza alimentare, etichettatura, certificazione, riconoscimento dell'origine dei prodotti agroalimentari a cura di INFORMA	1. Adesione di almeno 3 imprese alla manifestazione di interesse per la sperimentazione di strumenti sulla tracciabilità di filiera nel settore agricolo 2. Linee guida e vademecum informativi sui temi dell'etichettatura e della tracciabilità 3. La realizzazione di approfondimenti tematici sulle principali novità normative (in ambito cogente e volontario) di possibile interesse per le imprese; 4. La predisposizione di F.A.Q. (frequently asked question) sulle tematiche oggetto di approfondimento. 5. Assistenza personalizzata alle imprese nella risoluzione di problematiche connesse all'applicazione della normativa cogente/volontaria su uno o più dei seguenti temi: tracciabilità, sicurezza igienico-sanitaria, etichettatura (servizio "L'esperto risponde" on line). 6. Accesso ai servizi da parte di almeno 10 imprese	1. Realizzato un incontro con i rappresentanti di raggruppamenti di imprese del settore, finalizzato all'analisi operativa della filiera e del ciclo produttivo e implementazione degli strumenti operativi. 2. Realizzati un vademecum in materia di etichettatura, un manuale operativo per la corretta applicazione del Reg. CE 1107/2009. 3.Realizzati approfondimenti tematici sugli standard BRC e IFS e vino biologico. 4.Predisposte FAQ sulle tematiche oggetto di approfondimento. 5.Avviato Servizio Esperto risponde on line, 6. con accesso ai servizi da parte di 6 imprese.

III.4.2.5.2 Promozione, tutela e commercializzazione dei prodotti agroalimentari integrati.	1. Operatività del marchio “Tradizioni reggine” e concessione dell’uso ad almeno 10 imprese 2. Reintroduzione di “Premio Olivo”	Cfr. III.4.2.1.1.1
III.4.2.5.3 Programma intersettoriale per lo sviluppo innovativo di collaborazioni di filiera tra la rete dei pubblici esercizi e le produzioni agroalimentari ed artigianali tipiche, con finalità di qualificazione dei ristoranti, promozione dell'educazione alimentare e valorizzazione dei territori e delle tradizioni reggine	1. Manifestazione di interesse con il coinvolgimento delle associazioni più rappresentative delle categorie commerciali e artigiane e concertazione dei contenuti, finalità e azioni del programma, prevedendo anche la partecipazione di almeno un ente locale (Azione di riferimento anche per l’artigianato).	
III.4.2.5.4 Valorizzazione della filiera legno	1. Conclusione del progetto sulla valorizzazione della filiera del legno in continuità alle risultanze dello specifico studio sulle risorse forestali realizzato in collaborazione con la Facoltà di Agraria di Reggio Calabria	1.Realizzazione del progetto sulla valorizzazione della filiera del legno in continuità alle risultanze dello specifico studio sulle risorse forestali realizzato in collaborazione con la Facoltà di Agraria dell’Università Mediterranea di Reggio Calabria. È stata curata la riedizione dello Studio di mercato del legname, già realizzato nell’annualità precedente, aggiornando le informazioni sulla struttura del comparto ed i prezzi delle differenti specie legnose negoziabili. Un lavoro che ha favorito la costituzione del Comitato di filiera del legname da parte della BMTI e la localizzazione in Reggio Calabria della sede.

III.4.2.6 Economia del mare.

MISURE	Risultati attesi ed indicatori (2012)	RISULTATI AL 31 DICEMBRE 2012
III.4.2.6.1 Per rilevare ed analizzare specificità e tendenze	1. Indagine sulla filiera del mare (dalla pesca, alla cantieristica, al turismo) per un’osservazione continua delle potenzialità e fenomeni congiunturali: creazione di un osservatorio. Promuovere una ipotesi collaborazione tra gli operatori della filiera del mare	1.Realizzazione dell’Osservatorio sulla filiera del mare (dalla pesca, alla cantieristica al turismo) per indagare sulle potenzialità e i fenomeni congiunturali delle diverse attività produttive, tradizionali e innovative, legate alla risorsa “mare” e promuovere, sulla base dei risultati emersi, l’elaborazione di progetti condivisi con gli operatori per la valorizzazione della filiera del mare.
III.4.2.6.2 Progetto “Green economy, blue economy e sviluppo sostenibile”		

**AREA STRATEGICA IV:
LA CAMERA ATTIVATORE DI RETI ED ALLEANZE**

⇒ **OBIETTIVO STRATEGICO IV.1**

FARE SISTEMA, QUALE CAPACITÀ DELLE ISTITUZIONI PUBBLICHE LOCALI DI COSTRUIRE ATTRAVERSO NUOVE FORME DI PARTECIPAZIONI QUELLA RETE DI BENI, SERVIZI E INFRASTRUTTURE, MATERIALI E IMMATERIALI, INDISPENSABILE A SVILUPPARE LA COMPETITIVITÀ DEL TERRITORIO

PIANI OPERATIVI:

IV.1.1 Relazioni all'interno del sistema camerale regionale e partenariato territoriale

MISURE

RISULTATI ATTESI E INDICATORI (20112)

IV.1.1.1 Fare sistema per dare valore aggiunto alle risorse e ai risultati	⇒ Il sistema Camerale 1. N.3 iniziative promosse in collaborazione con altre strutture del sistema camerale 2. Avvio delle funzioni associate a livello regionale in materia di metrologia legale e vigilanza e controllo del mercato (cfr. Piano Operativo III.2.2) ⇒ Il partenariato Interistituzionale 3. N. 3 convenzioni ed accordi stipulate con le altre PPAA, escluse le Università. ⇒ La rete Camera/Mondo associativo 4. N 5 accordi, partenariati stipulati con le associazioni di rappresentanza delle imprese	Stipulata 1 ATS con Confesercenti Reggio Calabria per la realizzazione del progetto Re.Ta.ggio (sulle Reti d'impresa) con l'adesione partenariale – formale- di Confindustria Reggio Calabria
IV.1.1.2 Il “brand territoriale” della provincia per misurarne la competitività	1. Operatività dell'osservatorio della competitività del territorio (cfr. Piano operativo III.1.1)	Realizzazione dell'osservatorio della competitività del territorio (cfr. Piano operativo III.1.1)

In riferimento ai contenuti sopra esposti, la tabella che segue riepiloga la percentuale di raggiungimento dei singoli obiettivi operativi.

AREA STRATEGICA I: LA CAMERA DI COMMERCIO CHE, NELL'ATTUALIZZARE LA RIFORMA, ATTRAVERSO LA QUOTIDIANITA' DELLA SUA AZIONE, SIA PERCEPITA COME "VALORE PER LE IMPRESE DEL TERRITORIO"

OBIETTIVO STRATEGICO I.1 UNA PA APERTA, TRASPARENTE E PARTECIPATA

PIANO OPERATIVO I.1.1 QUALITA' E TECNOLOGIA PER EFFICIENTARE I SERVIZI

MISURE	Ind	Target atteso	Risultato raggiunto	% raggiungimento indicatori per obiettivo operativo	Performance media x misura
MISURA					
	I.1.1.1	1	40%	0%	75,00
		2	Sì	Sì	
		3	Sì	Sì	
		4	Sì	Sì	
	I.1.1.2	1	200	250	70,83
		2	6	1	
	I.1.1.3	1	Sì	No	0,00
	I.1.1.4	1	Sì	Sì	93,80
		2	Sì	Sì	
		3	100%	81,40%	
	I.1.1.5	1	Sì	Sì	100,00
		2	Sì	Sì	
	I.1.1.6	1	Sì	Sì	100,00
		2	Sì	Sì	
	I.1.1.7	1	Sì	Sì	100,00
	I.1.1.8	1	Sì	No	0,00
TOTALE	8	16		76,4	

PIANO OPERATIVO I.1.2 LA COMUNICAZIONE PER MIGLIORARE LA RELAZIONALITA' CON L'UTENTE/CLIENTE ED INCENTIVARE LA PARTECIPAZIONE

OBIETTIVO OPERATIVO				
	I.1.2.1	1	Si	No
		2	Sì	Sì
		3	Sì	No
		4	Sì	No

Non considerato perché in corso di modifica il sistema
100,00
0,00
Non considerato nella media

					perché duplicato (cfr.I.1.1.8)	
		5	5	5	100,00	
		6	80%	100%	125,00	
		7	1	2	200,00	
		8	Sì	Sì	100,00	
		9	Sì	Sì	100,00	
					Non considerato perché duplicato (cfr. I.1.1.3)	
		10	Sì	No		
		11	Sì	No	0,00	90,63
	I.1.2.2	1	Sì	No	0,00	
		2	60%	70,2%	117,00	
		3	3	0	0,00	
	I.1.2.3	4	Sì	Sì	100,00	54,25
		1	Sì	Sì	100,00	
		2	1	0	0,00	
		3	Sì	Sì	100,00	
				Non considerato perché duplicato (cfr.I.1.2.1)		
	4	Sì	No		66,67	
TOTALE						
	3	15		76,1		
AREA STRATEGICA II: BUROCRAZIA ZERO : LA CAMERA AGENTE SUL TERRITORIO DELLA SEMPLIFICAZIONE						
OBIETTIVO STRATEGICO II.1 BUROCRAZIA ZERO						
PIANO OPERATIVO II.1.1 LA GOVERNANCE COOPERATIVA						
	II.1.1.1	1	Sì	No	0,00	0,00
	II.1.1.2	1	Sì	Sì	100,00	100,00
	II.1.1.3	1	1	0,5	50,00 (realizzato parzialmente)	50,00
TOTALE						
	3	3		50,0		
PIANO OPERATIVO II.1.2 IL SUAP						
	II.1.2.1	1	Sì	Sì	100,00	
		2	Sì	Sì	100,00	

		3	Sì	Sì	100,00	
		4	Sì	Sì	100,00	100,00
TOTALE	1	4			100,00	
AREA STRATEGICA III: LA CAMERA LABORATORIO E SUPPORTER PER LA CRESCITA E LA COMPETITIVITA' DELLE IMPRESE						
OBIETTIVO STRATEGICO III.1 RAFFORZARE IL MERCATO						
PIANO OPERATIVO III.1.1 LE ASIMMETRIE DELLA CONOSCENZA						
OBIETTIVO OPERATIVO						
	III.1.1.1	1	Sì	Sì	100,00	
		2	Sì	Sì	100,00	
		3	Sì	Sì	100,00	
		4	Sì	Sì	100,00	
		5	2	2	100,00	
		6	Sì	Sì	100,00	100,00
	III.1.1.2	1	Sì	No	0,00	
		2	Sì	Sì	100,00	
		3	Sì	Sì	100,00	66,7
TOTALE	2	9			88,9	
PIANO OPERATIVO III.1.2 IL DIGITAL DIVIDE						
	III.1.2.1	1	Sì	Sì	100,00	
		2	5	7	140,0	
		3	3	2	66,7	102,2
	III.1.2.2	1	Sì	No	0,00	0,00
	III.1.2.3	1	3	2	66,67	66,7
	III.1.2.4	1	Sì	No	0,00	0,00
TOTALE	4	6			62,2	
OBIETTIVO STRATEGICO III.2 FAVORIRE LA FIDUCIA NEL MERCATO						
PIANO OPERATIVO III.2.1 LA TRASPARENZA DEL MERCATO						
	III.2.1.1	1	2	0	Indicatore non considerato	

				perché non sono pervenute richieste 50,00 (realizzato parzialmente)	
		2	1	0,5	
		3	Sì	Sì	100,00 75,0
	III.2.1.2	1	Sì	Sì	100,00 100,00
TOTALE	2	3			83,3
PIANO OPERATIVO III.2.2 LA VIGILANZA DEL MERCATO					
	III.2.2.1	1	3	0	0,00
		2	3	0	0,00
		3	Sì	No	0,00 0,00
	III.2.2.2	1	30	29	96,67
		2	1%	7%	700,00
		3	Sì	Sì	100,00 298,89
TOTALE	2	6			149,44
PIANO OPERATIVO III.3.1 PER UN SISTEMA TERRITORIALE TRASPARENTE, INTEGRO E RESPONSABILE					
	III.3.1.1	1	Sì	Sì	100,00
		2	3	6	200,00
		3	Sì	No	0,00
		4	2	0	0,00
		5	30	0	0,00
		6	35	0	0,00
		7	100%	135%	135,00
		8	18	0	0,00
		9	Sì	Sì	100,00
		10	Sì	No	0,00
		11	Sì	Sì	100,00
		12	Sì	Sì	100,00
		13	3	0	0,00
		14	3	0	0,00
		15	Sì	NO	0,00
		16	Sì	Sì	100,00 52,19
	III.3.1.2	1	Sì	NO	0,00
		2	Sì	NO	0,00 0,00
	III.3.1.3	1	Sì	Sì	100,00
		2	10	4	40,00 70,00
TOTALE	3	20			48,75
PIANO OPERATIVO III.3.2 LA QUALITA' DELLA VITA COME BARICENTRO DELLO SVILUPPO					

	III.3.2.1	1	Sì	Sì	100,00	
		2	Sì	Sì	100,00	100,00
	III.3.2.2	1	Sì	Sì	100,00	100,00
TOTALE	2	3			100,0	
PIANO OPERATIVO III.3.3 LA FORMAZIONE						
	III.3.3.1	1	100%	0%	0,00	
		2	3	0	0,00	0,00
	III.3.3.2	1	4	1	25,00	
		2	3	2	66,67	45,83
	III.3.3.3	1	Sì	NO	0,00	
		2	15	0	0,00	
		3	Sì	NO	0,00	0,00
TOTALE	3	7			13,1	
PIANO OPERATIVO III.3.4 LA SOSTENIBILITA'						
	III.3.4.1	1	300	70	23,33	
		2	30	10	33,33	28,33
	III.3.4.2	1	30	0	0,00	
		2	30	83	276,67	
		3	Sì	Sì	100,00	125,56
	III.3.4.3	1	Sì	Sì	100,00	
		2	Sì	Sì	100,00	100,00
	III.3.4.4	1	Sì	No	0,00	0,00
TOTALE	4	8			79,2	
PIANO OPERATIVO III.5 LE INFRASTRUTTURE						
	III.3.5.1	1	Sì	Sì	100,00	
		2	Sì	Sì	100,00	
		3	1	1	100,00	
		4	Sì	NO	0,00	75,00
TOTALE	1	4			75,00	
PIANO OPERATIVO III.6 LA CSR						
	III.3.6.1	1	1	0	0,00	
		2	Sì	No	0,00	0,00
TOTALE	1	2			0,00	

OBIETTIVO STRATEGICO III.4 RILANCIARE LA PRODUTTIVITA' E LA COMPETITIVITA' DEL SISTEMA TERRITORIALE DELLE IMPRESE

PIANO OPERATIVO III.4.1 LE POLITICHE FATTORIALI

	PROMUOVERE E SOSTENERE L'INNOVAZIONE, INCORAGGIARE E SOSTENERE LA NASCITA E LO START-UP DI IMPRESE INNOVATIVE				
TOT	III.4.1.1.1	1	4	2	50,00
		2	5	2	40,00
		3	5	5	100,00
		4	Sì	No	0,00
					47,50
	III.4.1.1.2	1	Sì	No	0,00
		2	100%	0%	0,00
					0,00
	III.4.1.1.3	1	20	18	90,00
		2	3	0	0,00
					45,00
	III.4.1.1.4	1	80%	300%	375,00
					375,00
	III.4.1.1.5	1	3	3	100,00
		2	Sì	Sì	100,00
		3	Sì	Sì	100,00
		4	15	16	106,67
		5	Sì	Sì	100,00
					101,33
	III.4.1.1.6	1	Sì	Sì	100,00
		2	Sì	No	0,00
		3	50%	63%	126,00
		4	70%	83,3%	119,00
		5	5	7	140,00
					97,00
	III.4.1.1.7	1	3	3	100,00
		2	20	1	5,00
					52,50
	III.4.1.1.8	1	Sì	Sì	100,00
		2	10	5	50,00
		3	Sì	Sì	100,00
		4	15	70	466,67
					179,17
	III.4.1.1.9	1	4	4	100,00
		2	Sì	Sì	100,00
		3	2	0	0,00
		4	3	0	0,00
					50,00
	III.4.1.1.10	1	3	3	100,00
		2	2	45	2250,00
		3	18	0	0,00
					783,33
	III.4.1.1.11	1	15	0	0,00
					0,00
TOT	11	33			152,1
	PROMUOVERE E SOSTENERE L'INTEGRAZIONE DELLE IMPRES				
	III.4.1.1.1.a	1	2	1	50,00
		2	Sì	Sì	100,00
		3	2	4	200,00

		4	15	25	166,67	
		5	Sì	Sì	100,00	
		6	Sì	No	0,00	
		7	Sì	Sì	100,00	102,4
TOTALE	1	7			102,4	
	III.4.1.2 INTERNAZIONALIZZAZIONE. ACCOMPAGNARE LE IMPRESE SUI MERCATI INTERNAZIONALI					
	III.4.1.2.1	1	3	2	66,67	
		2	30	35	116,67	
		3	20	37	185,00	
		4	100	92	92,00	115,1
	III.4.1.2.2	1	Sì	Sì	100,00	
		2	30	80	266,67	
		3	10	0	0,00	122,22
	III.4.1.2.3	1	3	2	66,67	
		2	Sì	Sì	100,00	
		3	Sì	Sì	100,00	
		4	15	19	126,67	98,33
	III.4.1.2.4	1	Sì	Sì	100,00	
		2	15	28	186,67	
		3	10	1	10,00	98,89
	III.4.1.2.5	1	5	0	0,00	0,00
	III.4.1.2.6	1	Sì	Sì	100,00	
		2	Sì	No	0,00	50,00
	III.4.1.2.7	1	5	6	120,00	
		2	Sì	No	0,00	
		3	15	0	0,00	40,00
	III.4.1.2.8	1	Sì	Sì	100,00	
		2	10	13	130,00	
		3	2	6	300,00	176,67
TOTALE	8	23			98,6	
	III.4.1.3 UN CREDITO PIU' ACCESSIBILE PER LE IMPRESE					
	III.4.1.3.1	1	Sì	Sì	100,00	
		2	Sì	Sì	100,00	100,00
	III.4.1.3.2	1	500	500	100,00	
		2	80	79	98,75	
		3	Sì	Sì	100,00	
		4	80%	165%	206,25	
		5	25	38	152,00	
		6	5	0	0,00	
		7	10	6	60,00	102,43
	III.4.1.3.3	1	Sì	Sì	100,00	100,00
	III.4.1.3.4	1	75%	0%	0,00	0,00
	III.4.1.3.5	1	Sì	Sì	100,00	100,00
	III.4.1.3.6	1	Sì	No	0,00	0,00
TOTALE	5	13			85,9	

III.4.1.4 CAPITALE UMANO E IMPRENDITORIALITA'					
TOTALE	III.4.1.4.1	1	Sì	Sì	100,00
		2	6	0	0,00
		3	Sì	No	0,00
					33,33
	III.4.1.4.2	1	Sì	Sì	100,00
		2	3	3	100,00
		3	4	0	0,00
		4	35	500	1428,57
		5	30	44	146,67
					355,05
	III.4.1.4.3	1	10	54	540,00
		2	Sì	No	0,00
		3	3	0	0,00
		4	Sì	Sì	100,00
		5	3	0	0,00
		6	1	1	100,00
		7	1	2	200,00
		8	Sì	Sì	100,00
					130,00
	III.4.1.4.4	1	Sì	Sì	100,00
		2	10	12	120,00
		3	70%	52%	74,29
		4	70%	213%	304,29
		5	70%	26%	37,14
		6	30	67	223,33
		7	3	5	166,67
		8	50	100	200,00
		9	3	0	0,00
		10	Sì	No	0,00
		11	3	0	0,00
					111,43
	III.4.1.4.5	1	Sì	No	0,00
		2	Sì	Sì	Non considerato perché duplicato
		3	5	2	40,00
		4	Sì	NO	0,00
		5	Sì	Sì	100,00
					35,00
	III.4.1.4.6	1	Sì	Sì	100,00
		2	Sì	Sì	100,00
		3	Sì	NO	0,00
		4	Sì	NO	
		5	Sì	Sì	100,00
		6	Sì	Sì	100,00
					80,00
TOTALE		6	36		130,03

PIANO OPERATIVO III.4.2 LE POLITICHE SETTORIALI				
III.4.2.1 TURISMO				
	III.4.2.1.1	1	66	57
		2	Sì	Sì
				86,4
	III.4.2.1.2	1	Sì	Sì
				100,00

		2	Sì	Sì	100,00	100,00
	III.4.2.1.3	1	Sì	NO	0,00	0,00
	III.4.2.1.4	1	Sì	no		
		2	Sì	NO	0,00	0,00
TOTALE		4	6		64,4	
	III.4.2.2 COMMERCIO					
	III.4.2.2.1	1	Sì	No	0,00	
		2	Sì	Sì	100,00	
		3	70%	52%	74,29	58,10
	III.4.2.2.2	1	Sì	NO	0,00	0,00
	III.4.2.2.3	1	Sì	NO	0,00	0,00
TOTALE		3	5		34,86	
	III.4.2.3 EDILIZIA					
	III.4.2.3.1	1	15	0	0,00	
		2	10	0	0,00	
		3	Sì	NO	0,00	0,00
	III.4.2.3.2	1	Sì	No		
TOTALE		1	3		0,00	
	III.4.2.4 ARTIGIANATO					
	III.4.2.4.1	1	Sì	Sì	100,00	
		2	2	0	0,00	
		3	2	0	0,00	
		4	3	0	0,00	
		5	Sì	NO	0,00	20,00
	III.4.2.4.2	1	3	1	33,33	33,33
	III.4.2.4.3	1	20	25	125,00	
		2	Sì	Sì	100,00	
		3	70%	32%	45,71	90,24
TOTALE		3	9		44,89	
	III.4.2.5 AGROALIMENTARE					
	III.4.2.5.1	1	3	0	0,00	
		2	Sì	Sì	100,00	
		3	Sì	Sì	100,00	
		4	Sì	Sì	100,00	
		5	Sì	Sì	100,00	
		6	10	6	60,00	76,7
	III.4.2.5.2	1	10	0	0,00	
		2	Sì	No		0,00

	III.4.2.5.3	1	Sì	No	0,00	0,00
	III.4.2.5.4	1	Sì	Sì	100,00	100,00
TOTALE	4	9			62,2	
	III.4.2.6 ECONOMIA DEL MARE					
	III.4.2.6.1	1	Sì	Sì	100,00	100,00
TOTALE	1	1			100,00	
PERFORMANCE MEDIA TOTALE						78,9

3.4 Obiettivi individuali

Gli obiettivi sono stati assegnati dalla Giunta al Segretario Generale, e da questi al Dirigente.

Segretario Generale e Dirigente hanno poi assegnato gli obiettivi alle Posizioni Organizzative, e queste ai collaboratori.

Tutti gli obiettivi delle aree strategiche sopra citate sono stati assegnati alle unità organizzative della struttura.

La valutazione dei risultati individuali, che alla data della presente Relazione non è stata avviata, verrà effettuata sulla base del sistema di misurazione e valutazione delle performance, adottato con delibera della Giunta camerale n. 104/2011.

Obiettivi del SEGRETARIO GENERALE

Obiettivi e risultati del Segretario Generale sono riportati nella tabella seguente, che li registra collegati a quelli dell'Ente.

OBIETTIVO	PESO		INDICATORE	TARGET	RISULTATO	% RAGGIUNGIMENTO	RISULTATO PESATO
OBIETTIVO GENERALE DELLA CAMERA (Efficienza)	35%	1	Spesa interventi economici/Diritto annuale riscosso nell'anno	Non inferiore al 55%	93%	100%	35
		2	Qualità dei servizi	Giudizio buono non inferiore al 60% degli intervistati	92%	100%	
PRESIDIO DELLE PRIORITA' STRATEGICHE (Efficacia)	35%	1	Perseguimento obiettivi strategici	Raggiungimento risultati dei piani operativi per almeno 75%	78,9%	100%	35
PRESIDIO DELLA GESTIONE FINANZIARIA (Economicità)	30%	1	Spese di funzionamento	Risultato dell'esercizio 2012 inferiore di almeno il 10% della previsione	-19,78%	100%	20
		2	Riscossione del diritto annuale	+ 2,5% del riscosso al 31/12/2011	-8,75% (*)	0%	

		3	Plusvalore rispetto alle entrate di segreteria e diritto annuale al 31/12/2011	Almeno il 3% dalla progettualità finanziata e dai partenariati realizzati	6,19%	100%	
--	--	---	--	---	-------	------	--

TOTALE: 90

Obiettivi del DIRIGENTE

OBIETTIVO	PESO		INDICATORE	TARGET	RISULTATO	% RAGGIUNGIMENTO	RISULTATO PESATO
OBIETTIVO GENERALE DELLA CAMERA (Efficienza)	45%	1%	Spesa interventi economici/Diritto annuale riscosso nell'anno	Non inferiore al 55%	93%	100%	45
		2	Qualità dei servizi	Giudizio buono non inferiore al 60% degli intervistati	92%	100%	
PRESIDIO DELLE PRIORITA' STRATEGICHE (Efficacia)	25%	1	Perseguimento obiettivi strategici	Raggiungimento risultati dei piani operativi per almeno 75%	77,63%	100%	25
PRESIDIO DELLA GESTIONE FINANZIARIA (Economicità)	30%	1	Spese di funzionamento	Risultato dell'esercizio 2012 inferiore di almeno il 10% della previsione	19,78%	100%	20
		2	Riscossione del diritto annuale	+ 2,5% del riscosso al 31/12/2011	-8,75% (*)	0%	
		3	Plusvalore rispetto alle entrate di segreteria e diritto annuale al 31/12/2011	Almeno il 3% dalla progettualità finanziata e dai partenariati realizzati	6,19%	100%	

TOTALE: 90

(*) Il risultato negativo relativo all'obiettivo "Riscossione del diritto annuale" è da ascrivere al particolare momento congiunturale che caratterizza il sistema imprenditoriale locale, ed in particolare alla contrazione del numero di imprese registrate, alla contrazione dei fatturati delle aziende ed anche alle difficoltà finanziarie che hanno avuto una conseguente ricaduta anche sul versamento del diritto camerale.

Di seguito i dettagli dei dati di riferimento:

		%
Interventi economici anno 2012	4.325.448,12	93,11
Diritto annuale riscosso nell'anno	4.645.358,18	
Il diritto annuale nell'anno è stato calcolato tenendo conto delle riscossioni 2012 sul diritto annuale di competenza e sui crediti anni precedenti		

		%
Spese di funzionamento effettivo anno 2012	1.763.142,48	80,22
Spese di funzionamento previste anno 2012	2.197.986,88	

			%
Riscossione Diritto Annuale al 31.12.2012		4.645.358,18	91,25
Riscossione Diritto Annuale al 31.12.2011		5.090.778,79	
Il diritto annuale è stato calcolato tenendo conto delle riscossioni 2012 e 2011 sul diritto annuale di competenza e sui crediti anni precedenti			

		%
Entrate per progettualità finanziata e partenariati realizzati nel 2012	570.445,16	6,19
Riscossione Diritto Annuale anno 2012	9.219.817,91	
Il diritto annuale 2012 è stato calcolato tenendo conto delle riscossioni 2012 sul diritto annuale di competenza e sui crediti anni precedenti		

4. RISORSE EFFICIENZA ED ECONOMICITA'

4.1 Lo stato di salute economico finanziario

Per analizzare lo stato di salute economico-finanziario dell'ente, si utilizzano, in condivisione con l'Organismo Indipendente di Valutazione, gli indicatori del sistema Informativo Pareto elaborati da Unioncamere Italiana quali *strumenti di autodiagnosi e di confronto con le altre realtà territoriali, in quanto sintesi dell'andamento economico finanziario dell'ente*. I valori limite citati quale riferimento per la valutazione sull'andamento degli indicatori sono quelli individuati nei documenti Unioncamere.

Per lo sviluppo del sistema di Benchmarking si rimanda alla piena operatività del sistema Pareto a livello nazionale, considerato che lo stesso è in corso di revisione.

1. Equilibrio economico della gestione corrente

Misura l'incidenza degli Oneri correnti rispetto ai Proventi correnti.

E' dato dal rapporto tra oneri correnti e proventi correnti

$12.211.055,96 / 10.466.335,67 = 117\%$

Valore non di molto superiore al 100, assunto quale valore limite positivo, tenendo conto anche della composizione dei dati.

2. Incidenza dei costi strutturali (l'indicatore economico finanziario di rigidità)

Misura l'incidenza dei Costi di struttura rispetto ai Proventi correnti

E' dato dal rapporto tra gli oneri correnti (al netto degli interventi economici) e i proventi correnti; rappresenta la quantità di risorse correnti (derivanti dalle attività tipiche dell'ente, principalmente rappresentate dal diritto annuale) destinate a finanziare le spese del personale e le spese di funzionamento.
 $7.885.607,84/10.466.335,67 = 75$ positivo perché non supera il valore limite di 80.

Diventa 36,9% nel caso di sottrazione anche degli ammortamenti ed accantonamenti (come viene ritenuto più corretto): valore assolutamente positivo perché inferiore all'indice medio individuato inferiore all'80%.

3. Margine di struttura

Misura la capacità della Camera di commercio di finanziare le attività di lungo periodo interamente con capitale proprio.

E' dato dal rapporto tra immobilizzazioni e patrimonio netto

$10.216.763,03/21.243.442,84 = 48,09\%$, valore assolutamente positivo perché notevolmente inferiore al valore limite di 100.

4. Solidità finanziaria

Misura la solidità finanziaria della Camera determinando la parte di finanziamento proveniente da mezzi propri.

E' dato dal rapporto tra patrimonio netto e totale generale passivo

$21.243.442,84/28.457.572,12 = 74,6\%$, valore positivo perché di molto superiore al valore limite del 50%

Di seguito si riporta la rilevazione di altri indicatori di rilievo del sistema Pareto di Unioncamere.

MARGINE DI STRUTTURA FINANZIARIA A BREVE TERMINE - EC1

			%
Attivo circolante - Passivo a breve	13.425.428,06	=	
Passivo a breve	4.794.809,33		280,00

CASH FLOW - EC2

			%
Cash Flow (Fondo cassa all'1/1 - Fondo cassa al 31/12)	-4.032.585,09	=	
Proventi correnti	10.466.335,67		-38,53

ECONOMICITA' DEI SERVIZI - EC10

			%
Proventi correnti - (Diritto annuale + Diritti di segreteria)	1.246.517,76	=	
Oneri operativi (Personale + Funzionamento+ Ammortamenti e accantonamenti)	7.885.607,84		15,81

SCOMPOSIZIONE DEI PROVENTI CORRENTI (DIRITTO ANNUALE) - EC13.1

			%
Diritto annuale	7.960.566,06	=	
Proventi correnti	10.466.335,67		76,06

SCOMPOSIZIONE DEI PROVENTI CORRENTI (CONTRIBUTI TRASFERIMENTI E ALTRE ENTRATE) - EC13.3

			%
Contributi trasferimenti e altre entrate	1.198.509,00	=	
Proventi correnti	10.466.335,67		11,45

INTERVENTI ECONOMICI E NUOVI INVESTIMENTI PER IMPRESA ATTIVA - EC17

			EURO
Interventi economici + Nuovi investimenti (in Immobilizzazioni materiali, immateriali e finanziarie)	9.681.350,24	=	
Numero di imprese attive al 31/12/2012	43.265		223,77

COSTI PER PROMOZIONE PER IMPRESA ATTIVA - EC25

			EURO
Totale costi F.I. D	4.717.296,76	=	
Numero di imprese attive al 31/12/2012	43.265		109,03

EFFICIENZA OPERATIVA - EC8

			EURO
Oneri operativi (Personale + Funzionamento + Ammortamenti e accantonamento) della F.I. C e della F.I. D	1.801.628,39	=	
Numero di imprese attive al 31/12/2012	43.265		41,64

Lo stato di salute dell'organizzazione

Il piano delle performance permette, attraverso opportuni ambiti di osservazione, di monitorare lo stato di salute organizzativa dell'ente, verificando il mantenimento degli equilibri nel tempo e il livello di miglioramento raggiunto.

Caratteristiche del capitale umano, flessibilità, competenza/formazione continua, premialità e benessere organizzativo sono gli ambiti osservati nell'analisi del contesto interno della presente relazione con risultati assolutamente performanti.

Per garantire sempre la trasparenza della misurazione soccorrono anche in questo caso 4 indicatori di Pareto.

Attraverso il monitoraggio delle seguenti quattro dimensioni si rappresenta lo stato di salute organizzativa dell'ente.

1.Dimensionamento del personale

Indica la dimensione del personale, espresso in unità equivalenti, che ha svolto attività nella Camera di commercio dal 01/01 al 31/12/2012 su 1.000 imprese attive

$47 \cdot 1000 / 43.265 = 1,08$, valore positivo per la sua sostanziale equiparazione 1/1 anche calcolando il Segretario Generale tra il personale in servizio.

2.Incidenza del personale sulle funzioni diverse da quelle di supporto interno

Indica il peso del personale, espresso in unità equivalenti, che ha svolto attività nella Camera dal 01/01 al 31/12/2012 nelle Funzioni istituzionali Regolazione del mercato e Studio, formazione, informazione e promozione economica rispetto al totale del personale.

$18/47=38\%$, valore contenuto rispetto ai parametri, tenuto conto del sistema organizzativo avrebbe dovuto non essere inferiore al 50%.

3.Incidenza del personale flessibile

Indica il peso del personale flessibile rispetto al totale del personale, espresso in unità equivalenti, che ha svolto attività nella Camera di commercio dal 01/01 al 31/12/2012

2 a tempo determinato per il solo mese di gennaio su 47 a tempo indeterminato = $0,17\%$, valore positivo per la sua bassa incidenza.

4.Costo del personale

Indica il costo medio del personale della Camera di Commercio

$2.104.189,39/47= 44.769,98$, valore inferiore all'ultimo dato (2010) rilevato dalla Corte dei Conti con la relazione sul costo del lavoro pubblico il 14/5/2012 (47.225 valore medio) ed inferiore anche al dato 2011.

5. L'indice risorse umane

Rappresenta un aspetto di particolare interesse; è individuato nel rapporto tra i costi del personale (€ 2.104.189,39) e i proventi correnti (10.466.335,67), ed è pari al 20,1%,

5. PARI OPPORTUNITA' E BILANCIO DI GENERE

In riferimento al tema della promozione delle pari opportunità, la Camera ha previsto una premialità per le imprese femminili in un bando per la concessione di contributi; tale premialità è stata successivamente inserita in tutti i bandi emanati nel 2013.

Per il Comitato per l'imprenditorialità femminile della Camera di Commercio, istituito dal 2004 e rinnovato per il periodo 2008-2011, sono state programmate le procedure di rinnovo, in attesa della sottoscrizione del protocollo d'intesa per la promozione dell'imprenditoria femminile tra Unioncamere, Ministero dello Sviluppo Economico e Presidenza del Consiglio dei Ministri - Dipartimento per le Pari Opportunità.

6. IL PROCESSO DI REDAZIONE DELLA RELAZIONE SULLA PERFORMANCE

6.1 Fasi, soggetti, tempi e responsabilità

Per la redazione della Relazione sulla performance sono state seguite le fasi sotto descritte:

I FASE:

Descrizione: predisposizione format per relazione finale sui risultati raggiunti rispetto al Piano Performance 2012-2014

Soggetti: Unità di supporto ai sistemi qualità, misurazione, valutazione, controllo di gestione

Tempi: febbraio 2013

Responsabilità: Intera struttura (Dirigenti, Responsabili dei servizi)

II FASE:

Descrizione: predisposizione format per Relazione sulla Performance come da linee guida Unioncamere

Soggetti: Unità di supporto ai sistemi qualità, misurazione, valutazione, controllo di gestione

Tempi: maggio 2013

Responsabilità: Unità di supporto ai sistemi qualità, misurazione, valutazione, controllo di gestione

III FASE:

Descrizione: raccolta dati per elaborazione e stesura Relazione sulla Performance

Soggetti: Unità di supporto ai sistemi qualità, misurazione, valutazione, controllo di gestione

Tempi: maggio - giugno 2013

Responsabilità: Intera struttura (Dirigenti, Responsabili dei servizi)

IV FASE:

Descrizione: approvazione della Relazione sulla Performance

Soggetti: Giunta camerale

Tempi: giugno 2013

Responsabilità: Segretario Generale

V FASE:

Descrizione: validazione della Relazione sulla Performance

Soggetti: Organismo Indipendente di Valutazione

Tempi: luglio - settembre 2013

Responsabilità: Organismo Indipendente di Valutazione

6.2 Punti di forza e di debolezza del ciclo della performance

Per l'analisi dei punti di forza e di debolezza del ciclo della performance, si rimanda alla Relazione sul funzionamento complessivo del sistema di valutazione, trasparenza ed integrità dei controlli interni, di competenza dell'Organismo di Valutazione ai sensi dell'art. 14 comma 4 lett. a) del D. Lgs. 150/2009, e alle schede di monitoraggio sull'avvio del ciclo della performance 2013 elaborate dall'Organismo di Valutazione.

Di seguito si elencano i provvedimenti adottati in attuazione della riforma di cui al D. Lgs. 150/2009:

Delibera consiliare n. 6 del 5 novembre 2010 – Adeguamento ai principi della riforma di cui al d.l.gs. 150/2009

Delibera n. 131 del 30/12/2010 – Attuazione della legge 4 marzo 2009 n.15 in materia di ottimizzazione della produttività del lavoro pubblico e di efficienza e trasparenza delle pubbliche amministrazioni" - primi adempimenti

Delibera della Giunta Camerale n. 41 del 6/6/2011 - Nomina Organismo Indipendente di Valutazione di cui all'art. 14 del d.lgs. n. 150/2009

Delibera n. 5 del 31/1/2011 – Piano della performance 2011-2013 di cui all'art. 10 del d.lgs. n. 150/2009

Delibera n. 104 del 28/12/2011 – Adozione sistema di misurazione e valutazione della Performance di cui all'art. 7 del D.Lgs 150/2009

Delibera della Giunta n. 105 del 28/12/2011 Adozione del Piano triennale della trasparenza 2012 - 2014
Delibera n. 4 del 2/3/2012 – Piano della performance anno 2012-2014 di cui all'art. 10 del d.lgs. n. 150/2009