



Camera di Commercio
Salerno

Verbale n. 4 del 3 dicembre 2014

Allegato alla deliberazione del Consiglio camerale n. 12 del 3 Dicembre 2014



Camera di Commercio
Salerno

RELAZIONE PREVISIONALE E PROGRAMMATICA PER L'ANNO 2015



Camera di Commercio
Salerno

Verbale n. 4 del 3 dicembre 2014

La Relazione previsionale e programmatica rappresenta il documento di carattere generale, introdotta dal D.P.R. 2 novembre 2005, n. 254, con il quale il Consiglio camerale aggiorna annualmente il programma pluriennale ed illustra i programmi che si intendono attuare nell'anno di riferimento, in rapporto alle caratteristiche ed ai possibili sviluppi dell'economia locale e al sistema delle relazioni con gli organismi pubblici e privati operanti sul territorio, specificando, altresì, le finalità che si intendono perseguire.

Tra il documento di programmazione pluriennale e quello annuale esiste un rapporto di stretta interdipendenza e coerenza. Non a caso, la presente Relazione, proprio a voler sottolineare il legame tra i due documenti di programmazione, espone in apertura di ogni linea strategica di intervento un box nel quale vengono richiamati alcuni passaggi particolarmente significativi tratti dal Piano strategico per il quinquennio 2011-2016, approvato dal Consiglio Camerale con delibera n. 13 del 26 ottobre 2011.

In proposito, è utile rilevare come il Piano Strategico abbia opportunamente concentrato l'attenzione su linee di azione intersettoriali e trasversali che, pur non tralasciando l'attenzione per gli effetti indotti sui vari settori oggetto di intervento promozionale, mirino a privilegiare quegli interventi caratterizzati da un diretto coinvolgimento del sistema imprenditoriale.

Va evidenziato che non può non riflettersi sulle attività di programmazione per il 2015, il momento di incertezza che attraversa quest'anno tutto il sistema camerale, interessato dall'avvio di un dibattito politico su compiti, funzioni e sistema di approvvigionamento delle risorse, e ciò principalmente a causa del taglio delle risorse del diritto annuo, previsto dall'articolo 28 decreto legge 90/2014.

Le disposizioni contenute al predetto articolo hanno trovato la definitiva conferma, anche se in parte riformulate dal legislatore, attraverso la conversione del decreto nella legge 114 del 11 agosto 2014 e la prevista riduzione del diritto annuo è stata dilazionata nel triennio secondo le seguenti percentuali: 35% per l'anno 2015, 40% per l'anno 2016 e 50% a regime nel 2017.

Se da un lato il 2015 viene a rappresentare un anno di passaggio strategico che dovrà vedere un riorientamento, spesso radicale, delle attività e dei programmi del sistema



camerale verso un crinale che si trovi il più possibile in linea con le idee di ridisegno delle competenze delle nuove Camere di commercio, dall'altro il definitivo e più basso livello delle risorse economiche rappresenta un elemento di criticità immediato per le attività delle Camere.

In tale contesto la fase di programmazione viene a caratterizzarsi per una maggiore complessità tale da richiedere un'analisi ancora più attenta volta a selezionare le priorità di intervento, che consenta di valorizzare al meglio le risorse a favore dello sviluppo delle imprese.

L'individuazione delle priorità di intervento non può quindi prescindere dalla preliminare definizione di criteri operativi capaci di assicurare nel contesto attuale la migliore definizione possibile del programma strategico da realizzarsi nel prossimo esercizio.

Nell'ambito di tali criteri si ritiene necessario prediligere attività cd. *labour intensive* che richiedono un rilevante impegno di risorse umane rispetto a quelle finanziarie e che consentono di porre in essere attività comunque ad elevato valore aggiunto grazie all'utilizzo del *know-how* maturato dal personale camerale su varie tematiche afferenti le competenze istituzionali dell'Ente. Tale aspetto trova conferma nei risultati dell'ultima indagine di *customer satisfaction* dai quali è emerso un generale livello di soddisfazione dell'utenza che, rispetto a specifici quesiti circa la qualità dei servizi, la preparazione tecnica, i tempi delle risposte e la cortesia del personale, ha assegnato, nel 90% dei casi, giudizi tra buono e discreto.

Sempre al fine della più attenta individuazione delle priorità di intervento, si ritiene opportuno procedere secondo i seguenti criteri:

- privilegiare gli interventi promozionali ideati e realizzati in sinergia con soggetti pubblici e privati;
- privilegiare gli interventi promozionali da attuare un una logica di co-marketing con il settore privato;
- privilegiare gli interventi promozionali che prevedono un impegno finanziario da parte del soggetto beneficiario nell'intento di favorire le iniziative da realizzare tramite la



concessione di contributo, a scapito di quelle da attuare mediante la gestione diretta, nell'ottica di aumentare il moltiplicatore della spesa promozionale;

- coordinare gli interventi promozionali con altri interventi già presenti nel piano di attività, sia con quelli già attuati nel corso di precedenti esercizi, al fine di valorizzare elementi di coerenza e di continuità di obiettivi;
- privilegiare gli interventi promozionali che presentano un carattere intersettoriale rispetto a quelli con una efficacia promozionale circoscritta solo a specifici settori economici;
- valorizzare la funzione soprattutto di "ascolto" delle imprese per il tramite delle associazioni di categoria;
- utilizzare le informazioni di ritorno ottenute con l'indagine di customer satisfaction, nonché da altri studi o ricerche appositamente condotte,
- prevedere programmi con modalità attuative ben definite che consentano una maggiore velocità della spesa, anche alla luce del Ciclo della performance introdotto dal d.lgs 150/2009 che impone un'attenta, sistematica e puntuale rilevazione dei risultati conseguiti dall'Ente nell'ambito della propria attività istituzionale.

Come per il 2014, a completamento della presente relazione si riporta la riclassificazione dei filoni di interventi, secondo le Missioni ed i Programmi riportati nel modello di rilevazione del PIRA (Piano degli Indicatori e dei Risultati Attesi di bilancio).

Ciò risulta opportuno alla luce delle previsioni normative, che trovano applicazione anche per le Camere di Commercio, contenute nel D.Lgs. 31 maggio 2011, n. 91 recante Disposizioni di attuazione dell'art. 2 della legge 196/2009 in materia di adeguamenti ed armonizzazione dei sistemi contabili.

Va evidenziato che con decreto del Ministero dell'Economia e delle Finanze 27 marzo 2013 sono stati definiti criteri e modalità per la predisposizione del budget economico delle Amministrazioni pubbliche in contabilità civilistica, nonché gli schemi di programmazione



**Camera di Commercio
Salerno**

Verbale n. 4 del 3 dicembre 2014

delle risorse che devono essere adottati dalle stesse amministrazioni già con riferimento al budget economico 2014.

In particolare, il comma 4, art. 2 del citato decreto individua tra gli allegati al budget economico, il prospetto delle previsioni di spesa complessiva articolato per Missioni e Programmi e il piano degli indicatori e dei risultati attesi di bilancio redatto sulla base delle linee guida definite con DPCM 18 settembre 2012.



Camera di Commercio
Salerno

Verbale n. 4 del 3 dicembre 2014

PUBBLICA AMMINISTRAZIONE VERSO LE IMPRESE: INFORMARE, INFORMATIZZARE E SEMPLIFICARE

In un'ottica macroeconomica, la globalizzazione dell'economia e il processo di integrazione europea possono essere delle opportunità di sviluppo. Un ostacolo a questo sviluppo è certamente rappresentato dal costo della burocrazia che penalizza le imprese italiane nei confronti dei concorrenti di altri Paesi e riduce l'attrattiva del nostro sistema rispetto agli investimenti esteri.

La conoscenza del territorio in tutti i suoi aspetti costituisce la base sulla quale fondare una consapevole programmazione. L'informazione statistica ed economica ha raggiunto una centralità nel dibattito politico, economico e sociale sempre più rilevante nella società odierna.

[...] la creazione di valore aggiunto per il sistema economico può avvenire restituendo alle imprese informazioni intelligibili e arricchite di significato attraverso un'attenta attività di analisi e rielaborazione, passando da una "informazione sulle imprese" ad una "informazione per le imprese", in un'ottica di fruizione telematica a vantaggio dell'intero sistema produttivo locale e di disponibilità tempestiva del dato.

La qualità dei servizi offerti dalla Camera può essere un importante fattore di competitività per il territorio e di conseguenza, l'efficienza, l'innovazione e la riduzione dei tempi dell'azione amministrativa sono un passaggio obbligato.

L'azione amministrativa della Camera sarà conformata ai principi di semplificazione, efficienza, efficacia, economicità, trasparenza e valutazione delle performance.

Sarà sviluppato il tema dell'innovazione dei processi amministrativi e della comunicazione coniugando le logiche organizzative e le innovazioni tecnologiche, garantendo un elevato standard qualitativo e il costante adeguamento delle competenze professionali.

La linea strategica delineata pone innanzitutto l'accento su una questione annosa considerata generalmente come un fattore limitante lo sviluppo economico delle imprese, rappresentata dalla burocrazia e dai relativi costi.

L'intervento della Camera sul tema dell'innovazione dei processi amministrativi prevede non solo informatizzazione dei servizi, ma anche utilizzo sistematico delle tecnologie ICT - *E-government* Telemaco - come leva per ripensare l'organizzazione dei processi amministrativi, rendendoli più semplici e più efficaci, meno costosi e più capaci di generare servizi di qualità. Una diversa e ponderata organizzazione dei processi interni al Registro Imprese passa attraverso la diffusione degli strumenti di firma digitale e dell'informatizzazione.

L'Ente promuove l'azione tesa al dialogo e l'accordo con le PP.AA. del territorio per la gestione dei servizi all'utenza. In tale ambito particolare attenzione viene posta allo sviluppo del SUAP (Sportello Unico Attività Produttive).



Nell'ambito di tale linea strategica risulta anche essenziale l'attività di comunicazione, l'identità e il ruolo di pubblica amministrazione efficiente, la sua utilità e il suo legame con il territorio, non trascurando l'imprescindibile verifica a posteriori del grado di soddisfazione dei servizi offerti e delle attività realizzate.

L'intervento strategico prevede, infine, il mantenimento dell'informazione statistica ed economica destinata alle imprese, agli stakeholders e ai policy makers.

Obiettivo strategico “Riduzione dei costi della burocrazia innovando l'erogazione dei servizi”

- Incentivare l'utilizzo della piattaforma “VERIFICHE PA” da parte delle singole P.A.. Dialogo tra P.A. attraverso l'uso della PEC.
- Gestire gli sportelli camerali sul territorio provinciale.
- Proseguire nella gestione Suap e delle relative attività formative verso altre P.A..
- Realizzare momenti info/formativi per l'utenza professionale.

Benefici attesi

- ⇒ Maggiore conoscenza dei nuovi servizi erogati, con specifico riferimento alle modalità di interrogazione del RI (Telemaco pay, ecc);
- ⇒ Decongestione dell'Ufficio RI dell'ente mantenendo lo standard di servizio erogato alle imprese;
- ⇒ Ottimizzazione delle risorse dell'Ente;
- ⇒ Riduzione dei tempi di attesa da parte dell'utenza;
- ⇒ Presenza capillare sul territorio per la fornitura di servizi;
- ⇒ Riduzione degli oneri burocratici.

Obiettivo strategico “Riduzione dei tempi dell'azione amministrativa”



- Proseguire nel processo di dematerializzazione attraverso l'utilizzo di documentazione informatica.
- Migliorare i tempi medi per la pubblicazione delle delibere di Giunta e Consiglio.
- Informatizzare il procedimento di emissione dei verbali e delle ordinanze.
- Velocizzare, ottimizzare e razionalizzare i tempi di gestione delle pratiche.

Benefici attesi

- ⇒ Eliminazione graduale della documentazione cartacea;
- ⇒ Riduzione dei tempi di pubblicazione delle delibere;
- ⇒ Riduzione dei costi interni di produzione ed erogazione dei servizi;
- ⇒ Ottimizzazione dell'efficienza dei servizi anagrafico-certificativi;
- ⇒ Riduzione del tasso di sospensione delle pratiche telematiche;
- ⇒ Riduzione del numero di pratiche sospese per erronea presentazione della documentazione;
- ⇒ Migliore qualità delle anagrafiche camerali;
- ⇒ Riduzione dei tempi di attesa in termini di evasione delle pratiche;
- ⇒ Riduzione della percentuale di errori più frequenti nella sospensione pratiche;
- ⇒ Migliore accessibilità ai servizi camerali in particolare ai servizi anagrafico-certificativi (un'accessibilità 24/24h ai servizi anagrafici).

Obiettivo strategico "Adeguare le logiche organizzative all'innovazione"

- Gestire e razionalizzare la cartella comune al fine di assicurare la condivisione dei documenti di interesse comune.
- Realizzare proposte formative predisposte dai Dirigenti con il coinvolgimento del personale.
- Gestire gli strumenti informatici per le autorizzazioni interne (permessi, straordinario etc).



- Mantenere il livello qualitativo nella rappresentanza dell'Ente nei diversi gradi di giustizia tributaria relativa a violazioni in materia di diritto annuale, anche con riferimento agli atti contestuali di accertamento ed irrogazione delle sanzioni.

Benefici attesi

- ⇒ Maggior coinvolgimento e condivisione delle informazioni all'interno dell'Ente;
- ⇒ Maggiore collaborazione interna;
- ⇒ Maggior senso di appartenenza all'Ente;
- ⇒ Miglioramento della qualità del lavoro e dei servizi erogati;
- ⇒ Professionalità sempre allineate alle esigenze normative e del territorio;
- ⇒ Aumento della produttività interna.

Obiettivo strategico “Sostenibilità degli investimenti e pianificazione finanziaria”

- Ricercare risorse finanziarie comunitarie per l'attuazione di interventi di risparmio energetico nelle sedi camerali e di recupero e restauro nella sede storica.

Benefici attesi

- ⇒ Riduzione dei costi di funzionamento;
- ⇒ Riduzione dell'impatto ambientale del lavoro;
- ⇒ Maggiore razionalizzazione dell'utilizzo delle risorse strumentali;
- ⇒ Ottimizzazione degli spazi a disposizione dell'Ente e loro valorizzazione.

Obiettivo strategico “Aumentare il livello di informazione e trasparenza percepito dall'utenza”

- Revisionare la funzione editoriale della Camera.
- Avviare la pubblicazione della rivista ufficiale “Il Follaro” in formato digitale.
- Attuare il Piano triennale di prevenzione della corruzione.



- Potenziare il contatto con l'utenza e migliorare gli standard di qualità raggiunti.
- Realizzare con periodicità le indagini di customer satisfaction.
- Valorizzare la Biblioteca Camerale.
- Aggiornare con periodicità la Carta dei Servizi.
- Aggiornare costantemente le sezioni del sito web, con particolare riferimento alla sezione "Amministrazione Trasparente", assicurando un costante flusso informativo sulle principali attività in favore dell'utenza;
- Organizzare e promuovere eventi di rappresentanza.
- Proseguire il progetto CRM (Ciao Impresa): qualificare la banca dati quale patrimonio comune a tutti gli uffici.
- Realizzare la revisione volontaria e certificazione del bilancio d'esercizio al fine di assicurare la cd. disclosure, ovvero la trasparenza informativa verso la collettività ed in particolar modo verso gli stakeholder camerali.

Benefici attesi

- ⇒ Ottimizzazione dell'efficienza dei servizi anagrafico-certificativi;
- ⇒ Riduzione del numero di pratiche sospese per erronea presentazione della documentazione;
- ⇒ Migliore qualità delle anagrafiche camerali;
- ⇒ Riduzione dei tempi di attesa in termini di evasione delle pratiche;
- ⇒ Riduzione della percentuale di errori più frequenti nella sospensione pratiche;
- ⇒ Riconoscimento istituzionale dell'Ente camerale quale partner delle imprese;
- ⇒ Maggiore *accountability* nei confronti dell'utenza;
- ⇒ Maggiore accessibilità alle informazioni concernenti la gestione della Camera di commercio;
- ⇒ Servizi sempre più aderenti alle esigenze del territorio;
- ⇒ Miglioramento del grado di soddisfazione dell'utenza;



- ⇒ Maggior dialogo tra Camera di commercio e utenti;
- ⇒ Riconoscimento istituzionale dell'Ente camerale quale partner delle imprese;
- ⇒ Maggiore accountability nei confronti dell'utenza;
- ⇒ Regolare presenza della attività svolte dalla Camera di commercio su stampa e media;
- ⇒ Maggiore accessibilità e fruibilità delle informazioni concernenti la gestione della Camera di commercio;
- ⇒ Rendere i servizi sempre più aderenti alle esigenze del territorio;
- ⇒ Miglioramento del grado di soddisfazione dell'utenza;
- ⇒ Accrescere la qualità delle informazioni contenute nella banca dati CRM;
- ⇒ Riduzione del numero delle mail inviate che non raggiungono il destinatario;
- ⇒ Incrementare la possibilità di dialogo tra Camera di commercio e utenti.

Obiettivo strategico “Potenziare l'informazione statistica ed economica per le imprese, gli stakeholders e i policy makers”

- Proseguire le attività di monitoraggio economico realizzate nell'ambito dell'Osservatorio Economico, fornendo statistiche e dati in modo puntuale e fruibile riducendo il gap tra rilevazione e diffusione dei dati, attraverso la redazione di notiziari flash che forniscano, a cadenza trimestrale, aggiornamenti sui principali aspetti congiunturali dell'economia provinciale ed approfondimenti, su base annuale, di particolari tematiche. Ciascun notiziario, pur avendo uno specifico oggetto, rappresenterà un appuntamento fisso di informazione sulle tendenze evolutive dell'economia provinciale.
- Creare momenti di confronto e informazione pubblica, come il consolidato appuntamento annuale della Giornata dell'Economia, in collaborazione con partner istituzionali e del sistema camerale, anche attraverso la rete camerale Starnet e con l'implementazione di una sezione del sito camerale dedicata alla pubblicazione dei dati in costante aggiornamento.



- Aumentare l'attività di rilevazione dei prezzi di alcuni prodotti di riferimento anche al fine di migliorare la trasparenza del mercato.
- Migliorare la qualità delle banche dati anagrafiche, aggiornando ed eliminando i dati obsoleti del Registro Imprese.
- Sostenere e aggiornare il portale MKT, implementato su base regionale.

Benefici attesi

- ⇒ Miglioramento nella qualità dell'informazione economica;
- ⇒ Maggiore diffusione dei dati e delle analisi realizzate;
- ⇒ Maggiore tempestività e rapidità nell'aggiornamento delle informazioni;
- ⇒ Accrescimento della qualità delle anagrafiche camerale.

Obiettivo strategico "Sostegno del sistema produttivo"

- Garantire la piena applicazione del principio "Small Business Act", assicurando, attraverso il sito camerale, una piena informativa in ordine alle norme e ai requisiti per l'esercizio di varie tipologie di impresa, in sinergia con le altre PP.AA. coinvolte.
- Agevolare le imprese ad adeguarsi alle nuove regole di fatturazione elettronica, tramite un'apposita piattaforma dedicata, e favorire una rapida e completa transizione verso l'utilizzo delle tecnologie digitali, in una strategia pubblica di inclusione digitale.
- Supportare i processi di aggregazione aziendale, con particolare attenzione all'innovazione e all'internazionalizzazione.

Obiettivo strategico "Ottimizzare il ciclo delle performance per garantire l'efficacia dell'azione camerale"

- Misurare le performance camerale.



Camera di Commercio
Salerno

Verbale n. 4 del 3 dicembre 2014

- Misurare l'outcome prodotto dagli interventi promozionali realizzati dalla Camera attraverso rilevazioni ad hoc.

Benefici attesi

- ⇒ Migliore capacità di programmazione strategica anche mediante l'esplicitazione di obiettivi e risultati attesi;
- ⇒ Maggiore efficacia nell'attuazione delle strategie dell'ente analizzate secondo le 4 dimensioni della BSC;
- ⇒ Maggior controllo sull'andamento della gestione mediante quadri di sintesi di indicatori chiave (cruscotto direzionale);
- ⇒ Trasparenza dei risultati raggiunti.



TRASPARENZA, TUTELA DEL MERCATO E GIUSTIZIA ALTERNATIVA

Agli obiettivi di sviluppo delle imprese come importanti soggetti di innovazione economica e sociale, si affianca la funzione di regolazione della trasparenza del mercato, che tutela gli interessi di impresa e consumatori garantendo regole moderne, nate dalla cooperazione di tutti i soggetti protagonisti nel mercato stesso.

Le azioni di regolazione del mercato sono volte a prevenire i conflitti attraverso la divulgazione tra gli operatori della conoscenza delle norme, la trasparenza dei prezzi e la diffusione di relazioni commerciali corrette, ovvero a risolvere in modo rapido, condiviso ed efficace le controversie commerciali; le imprese possono così più utilmente utilizzare le loro energie per migliorare la competitività e le performance aziendali, viceversa il consumatore trova, anche attraverso la dimensione collettiva dei diritti, una risposta ad istanze che altrimenti sarebbero inascoltate.

La Camera di Commercio di Salerno, intende svolgere un ruolo attivo nell'educazione della domanda e nell'orientamento del comportamento dei consumatori e degli imprenditori in un mercato consapevole che si contraddistingua per chiarezza e trasparenza delle regole che lo governano: un mercato sano, all'interno del quale risulta anche economicamente conveniente operare.

La linea strategica è finalizzata a riuscire a costruire un “mercato” dove vi siano attori ognuno dei quali capace di svolgere il proprio compito nel rispetto delle regole, attraverso l’attuazione di una serie di interventi su tutti gli aspetti inerenti la tutela del mercato e della fede pubblica a garanzia della trasparenza nei confronti di imprese e consumatori.

Obiettivo strategico “Essere il punto di riferimento per il territorio su tutti gli aspetti inerenti la tutela del mercato a garanzia della trasparenza nei confronti di imprese e consumatori”

Le azioni da intraprendere per la mediazione/conciliazione saranno le seguenti:

- Svolgere attività informativa e promozionale sulla mediazione, anche attraverso il coinvolgimento degli ordini professionali e delle associazioni di categoria.
- Avviare la formazione per conciliatori/mediatori in collaborazione con l'Università di Salerno e altre Istituzioni



Benefici attesi

- ⇒ Incremento del numero di utenti che si rivolgono alla Camera di commercio per conoscere gli strumenti di risoluzione alternativa delle controversie;
- ⇒ Maggiore diffusione dello strumento di mediazione/conciliazione;
- ⇒ Aumento della presenza sul territorio di figure professionali preposte all'attività di conciliazione.

Le azioni da intraprendere per la vigilanza, l'assistenza e la tutela dei consumatori/utenti saranno le seguenti:

- Sottoporre a verifica gli strumenti metrici in dotazione alle imprese;
- Sottoporre a prove di laboratorio i prodotti presenti sul mercato;
- Effettuare dei prelievi di campioni per una successiva analisi presso laboratori autorizzati per l'accertamento di eventuali non conformità.
- Ampliare sul sito camerale l'area espressamente dedicata alla sicurezza dei prodotti con particolare attenzione alla prevenzione della non conformità.
- Garantire la piena assistenza alle imprese (produttori/importatori) sulla base degli esiti delle analisi di laboratorio sugli oggetti controllati (giocattoli- materiale elettrico – prodotti tessili – strumenti MID).
- Avviare le procedure per la costituzione delle commissioni tecniche per la rilevazione delle clausole inique e vessatorie e per la predisposizione di contratti tipo.
- Curare il monitoraggio dei fenomeni che interessano il consumatore e, in collaborazione con l'Università di Salerno, promuovere studi e ricerche nonché definire percorsi formativi a vantaggio di imprese e consumatori.

Benefici attesi

- ⇒ Migliorare la cultura circa la commercializzazione di prodotti sicuri e legali;



**Camera di Commercio
Salerno**

Verbale n. 4 del 3 dicembre 2014

⇒ Riduzione dei comportamenti contrattuali scorretti.



CREDITO E FINANZA

In questo momento congiunturalmente difficile, caratterizzato dal perdurare della debolezza dell'economia reale indotta dalla turbolenza dei mercati finanziari, appare necessario individuare un complesso di interventi di immediata e diretta applicazione a favore delle imprese da realizzarsi, prioritariamente attraverso il sistema dei Confidi, per investimenti di medio lungo periodo e per l'abbattimento del costo del denaro.

Di non minore importanza sarà l'obiettivo di ricostruire il deteriorato rapporto banca-impresa, su basi di rispetto reciproco, al fine di sostenere le aziende con maggiori potenzialità a fare il salto di qualità, favorendo i processi di ristrutturazione aziendale, la crescita dimensionale, l'innovazione di prodotto e processo, con un conseguente arricchimento per l'intero tessuto imprenditoriale locale.

Il piano pluriennale della Camera ribadisce la centralità del credito quale rilevante e trasversale fattore di sviluppo delle imprese salernitane tracciando, sebbene a grandi linee, la strada da percorrere nell'implementazione delle relative azioni promozionali.

Un ruolo chiave viene assegnato al sistema dei Confidi che vedono un espresso riconoscimento della loro funzione quale veicolo dell'azione camerale sul versante del credito.

Prioritario sarà anche l'obiettivo di creare le condizioni per un miglioramento del rapporto tra istituti di credito e imprese, oggi deterioratosi a seguito dell'inasprimento delle condizioni economiche indotto dalla perdurante crisi finanziaria.

Obiettivo strategico “Abbattere il costo dei finanziamenti bancari” e “Migliorare il monitoraggio del sistema finanziario locale per favorire l'accesso al credito per le imprese attraverso il sistema dei confidi”

- Erogare contributi per l'abbattimento dei tassi di interesse corrisposti dalle imprese aderenti a consorzi di garanzia fidi, ovvero, se possibile, incrementare i fondi di garanzia dei Confidi stessi.

Obiettivo strategico “Promuovere la diversificazione delle fonti di finanziamento aziendali”



Camera di Commercio
Salerno

Verbale n. 4 del 3 dicembre 2014

- Istituire un servizio informativo rivolto alle imprese sui temi della finanza agevolata.
- Sviluppare l'analisi del modello "Equity Based Crowdfunding" per aumentare il capitale di rischio aziendale

Benefici attesi

- ⇒ Maggiore stabilità finanziaria delle imprese;
- ⇒ Aumento della capacità di investimento delle imprese;
- ⇒ Miglioramento della conoscenza da parte delle imprese circa le opportunità di accesso al credito e ad altri strumenti di finanziamento;
- ⇒ Miglioramento della conoscenza del mercato creditizio.



Camera di Commercio
Salerno

Verbale n. 4 del 3 dicembre 2014

INTERNAZIONALIZZAZIONE E MARKETING TERRITORIALE PER MEGLIO COMUNICARE E MEGLIO RELAZIONARE

L'internazionalizzazione delle imprese rappresenta, nell'attuale contesto economico, una modalità fondamentale con cui l'impresa crea valore, remunera le risorse investite, estende il proprio vantaggio competitivo, accede a nuove opportunità e mezzi per la propria crescita. Uno degli obiettivi prioritari sarà l'organizzazione di missioni all'estero e di incoming di operatori economici nonché la partecipazione a fiere in Italia e all'estero. Internazionalizzare un territorio e il suo tessuto imprenditoriale vuol dire anche riuscire a richiamare capitali ed eccellenze produttive estere. Accanto alle azioni che la Camera si impegnerà a portare avanti sarà importante anche il modo in cui riuscirà a comunicarle.

Il programma strategico dell'Ente riserva ampio spazio all'internazionalizzazione intesa non solo come funzione di penetrazione commerciale delle imprese salernitane nei mercati esteri ma anche come funzione inversa di attrazione di capitali e risorse umane e tecnologiche in provincia di Salerno. Tale visione, naturalmente, deve potersi basare su un'adeguata capacità di comunicazione verso l'esterno, funzione, quest'ultima, da intendersi nella sua accezione più ampia.

Sarà, inoltre, necessario individuare un numero ristretto di Paesi obiettivo verso cui indirizzare le imprese salernitane operanti nei settori produttivi maggiormente vocati all'export.

Gli obiettivi strategici e le linee d'azione

Obiettivo strategico "Orientare e assistere le imprese nei processi di internazionalizzazione e fornire servizi di concerto con le Associazioni di categoria"

- Organizzare progetti innovativi pluriennali, anche in partnership con altri attori nazionali e internazionali, in grado di promuovere la provincia nel suo insieme partendo dalle caratterizzazioni territoriali riconosciute a livello internazionale.
- Erogare contributi alle imprese per la partecipazione a mostre e fiere in Italia e all'estero.



Camera di Commercio
Salerno

Verbale n. 4 del 3 dicembre 2014

- Organizzare collettive camerali in seno a manifestazioni fieristiche in Italia e all'estero di particolare rilevanza.
- Organizzare missioni economiche da e per l'estero.
- Sviluppare e consolidare servizi innovativi di assistenza tecnica e linguistica, volti ad agevolare l'internazionalizzazione delle PMI sui mercati.
- Attuare ed implementare percorsi di assistenza specifici per le imprese che si avvicinano ai mercati esteri e per quelle che necessitano di un sostegno nella delicata fase del consolidamento dei contatti avviati tramite iniziative dirette all'estero.
- Consolidare la rete di Desk esteri che favoriscono lo sviluppo di servizi sempre più mirati per le imprese.
- Consolidare la collaborazione con i Consorzi Camerali per l'internazionalizzazione e per il Credito e la Finanza, ed esplorare possibili collaborazioni in convenzione con altre CCIAA e Camere miste e bilaterali.
- Individuare ed attuare percorsi finalizzati a favorire la diffusione alle imprese salernitane delle metodologie più adeguate per correlare le risorse in ambito R&S allo sviluppo della competitività internazionale e comunque in funzione delle dimensioni e della struttura delle imprese stesse.
- Intensificare le attività di progettazione tese al conseguimento di risorse finanziarie prioritariamente di derivazione comunitaria.

Obiettivo strategico “Favorire la creazione di un Sistema integrato (“SalernoSI”)”

- Organizzare specifici progetti di internazionalizzazione/MKT territoriale/comunicazione con riferimento a specifici aree geo-economiche e/o settori produttivi.
- Istituire un centro di promozione delle eccellenze produttive salernitane, sia di carattere agricolo che di carattere artigiano.



Camera di Commercio
Salerno

Verbale n. 4 del 3 dicembre 2014

- Rafforzare l'azione di progetti di filiera, attraverso la diffusione di modelli aggregativi replicabili, fornendo assistenza nella fase preparatoria delle aggregazioni, tramite strumenti operativi, quali modelli contrattuali di riferimento e attraverso l'implementazione di una piattaforma virtuale sulla quale sviluppare possibili azioni di sistema che utilizzino la rete come strumento principale.

Obiettivo strategico “Definire politiche di attrazione degli investimenti esteri”

- Proseguire il progetto Invest in Salerno attivato d'intesa con la Fondazione Carisal.

Obiettivo strategico “Migliorare la comunicazione istituzionale”

- Rafforzare la comunicazione esterna della holding camerale al fine di contribuire a costituire un canale permanente di dialogo volto a far conoscere i servizi e le attività dell'Ente.
- Pubblicare materiale informativo idoneo a diffondere tutte le azioni di sostegno all'internazionalizzazione, ivi compresi i magazine della holding camerale assicurando l'autosostenibilità dei costi di produzione.

Obiettivo strategico “Posizionare il territorio nel circuito del turismo congressuale e d'affari”

- Valorizzare il centro congressuale “Salerno Incontra” operante nella sede di rappresentanza dell'Ente camerale, mediante una sempre maggiore accoglienza di eventi, con recupero dei costi lordi tesi a rendere sostenibile la costante disponibilità degli ambienti e dei relativi servizi, in partnership con Federcongressi, MPI, l'Associazione Europea dei Palazzi dei Congressi e stakeholders dotati di capacità tecnica nel settore dei congressi di portata nazionale ed internazionale.



Camera di Commercio
Salerno

Verbale n. 4 del 3 dicembre 2014

- Individuare un maggior numero di attività congressuali ed espositive di riferimento per i settori caratterizzanti l'economia salernitana per attuare azioni collettive di sistema organizzate congiuntamente alle Associazioni di categoria della provincia.

Benefici attesi

- ⇒ Aumento delle esportazioni;
- ⇒ Aumento del numero di imprese partecipanti ad iniziative di internazionalizzazione;
- ⇒ Aumento del numero di imprese esportatrici;
- ⇒ Aumento degli investimenti esteri in provincia di Salerno;
- ⇒ Aumento dell'efficacia della comunicazione.



CAPITALE UMANO, CULTURA E RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA

Investire nella formazione, ovvero garantire ai cittadini la possibilità di acquisire competenze e di attualizzarle nel corso della vita lavorativa, risulta vantaggioso nel breve e nel lungo periodo e produce benefici diretti e indiretti su tutta la collettività.

Accrescere le proprie competenze professionali in maniera continua deve essere oggi un obiettivo non solo per chi ancora deve entrare nel mercato del lavoro ma anche, e a maggior ragione, per chi già vi opera.

Capitale umano e capitale sociale hanno assunto un ruolo centrale nel definire e determinare le linee di espansione di un sistema economico.

Un contributo rilevante alla formazione del capitale sociale può pervenire da un altro tema fondamentale che è quello della responsabilità sociale d'impresa.

I temi della cultura d'impresa e dell'innalzamento del livello del capitale umano e sociale sono considerati, in modo pressoché unanime, come un'imprescindibile condizione immateriale per innescare processi di sviluppo economico duraturo.

La Camera dovrà operare, in particolare, in direzione del mantenimento delle competenze professionali e imprenditoriali di chi opera già nel mercato. Parallelamente, si dovranno porre in essere azioni info/formative e di orientamento rivolte a soggetti che aspirano ad un inserimento lavorativo in contesti di impresa o che intendano avviare una nuova attività imprenditoriale.

Sarà necessario allacciare rapporti di partnership con gli attori locali che a vario titolo operano nell'ambito della formazione allo scopo di creare una vera e propria filiera istituzionale legata al mondo della formazione e del "sapere".

Obiettivo strategico "Favorire l'apprendimento lungo tutto l'arco della vita"

- Organizzare eventi di aggiornamento info/formativi.

Obiettivo strategico "Favorire l'equilibrio attuale e futuro del mercato del lavoro"

- Creare occasioni di incontro scuola/lavoro e/o di placement.

Obiettivo strategico "Ridurre le barriere all'ingresso nel sistema economico locale"

- Attivare un servizio di orientamento e prima consulenza per aspiranti imprenditori, anche attraverso partnership istituzionali nazionali e regionali.
- Promuovere la cultura d'impresa al femminile per superare la discriminazione di genere.



Camera di Commercio
Salerno

Verbale n. 4 del 3 dicembre 2014

- Sviluppare e proseguire nell'utilizzo dell'incubatore creato in partnership con l'Istituto "Enzo Ferrari" di Battipaglia.
- Varare la piattaforma digitale "CamerAttiva".

Obiettivo strategico "Aumentare il capitale sociale del sistema economico locale"

- Organizzare momenti info/formativi sui temi della responsabilità sociale di impresa.
- Favorire la diffusione in azienda della cultura della certificazione ambientale, della sicurezza, della qualità e della RSA.

Benefici attesi

- ⇒ Aumento del coinvolgimento dei giovani in esperienze finalizzate all'accrescimento delle competenze per un migliore accesso al mondo del lavoro;
- ⇒ Aumento della propensione all'autoimprenditorialità e al lavoro autonomo;
- ⇒ Accrescimento delle competenze di imprenditori e loro dipendenti per l'aumento della competitività del sistema economico locale.



SVILUPPO DEL SISTEMA TURISTICO E TERRITORIO

Il sistema turistico della provincia di Salerno si caratterizza per una elevata dinamicità, accompagnata, tuttavia, da una forte concentrazione delle presenze nei periodi di alta stagione. Tale caratteristica dipende in larga parte da un'offerta turistica organizzata in modo prevalente sulla fruizione della risorsa "mare". Occorre attuare una strategia combinata di destagionalizzazione dei flussi e di diversificazione dell'offerta locale [...].

Il risultato di tale approccio consentirà di evidenziare con immediatezza, per ogni segmento di offerta provinciale, i mercati target e le più efficaci azioni promozionali da individuarsi tra partecipazioni a fiere, press/educational tour, workshop, road show, campagne di comunicazione e promozione "on web". Quest'ultima modalità promozionale dovrà essere adeguatamente presidiata[...]. Occorrerà, in particolare, sostenere pochi e selezionati eventi culturali di livello nazionale ed internazionale che svolgano una importante funzione promozionale del territorio. La Camera potrà, inoltre, organizzare sul territorio eventi promozionali [...].

La promozione del sistema turistico locale assume un carattere di centralità nell'ambito delle strategie di promozione economica della Camera per il prossimo quinquennio.

In tale ambito, l'approccio proposto nel documento strategico si basa su alcuni fondamentali driver operativi quali la focalizzazione su segmenti di offerta destagionalizzati, la creazione di un'immagine coordinata capace di veicolare i "turismi" di cui è ricca la nostra provincia ed il presidio della "rete" con strumenti promozionali dedicati da affiancare a quelli tradizionali.

Sarà essenziale procedere preliminarmente ad un'attenta analisi del contesto volta a definire da un lato la domanda target alla quale s'intende indirizzare l'azione camerale, dall'altro la sistematizzazione dei vari segmenti di offerta provinciale.

Obiettivo strategico "Destagionalizzare i flussi turistici"

- Erogare contributi a TO nazionali ed esteri per l'incentivazione di flussi turistici in periodi di bassa stagione.
- Erogare contributi a operatori del charter nautico.



Obiettivo strategico “Aumentare l'attrattività turistica del territorio”

- Organizzare collettive camerali in seno a manifestazioni fieristiche di settore in Italia e all'estero.
- Sostenere eventi e manifestazioni di particolare rilievo, anche organizzate da soggetti terzi sul territorio provinciale.

Obiettivo strategico “Intercettare il mercato dei turisti individuali”

- Sviluppare strumenti di promozione a servizio dei turisti attraverso i social media.

Obiettivo strategico “Aumentare l'efficacia e l'efficienza promozionale degli operatori locali”

- Implementare specifiche azioni promozionali tese al miglioramento dell'immagine aziendale, soprattutto cogliendo le opportunità offerte dal web.

Benefici attesi

- ⇒ Aumento degli arrivi di turisti in provincia di Salerno;
- ⇒ Aumento del grado di diversificazione dell'offerta turistica;
- ⇒ Destagionalizzazione dei flussi turistici;
- ⇒ Aumento dell'attrattività del territorio provinciale;
- ⇒ Aumento del livello di identificazione dell'offerta salernitana sui mercati target;
- ⇒ Miglioramento del livello di servizio/informazione per i turisti.

SVILUPPO DELLE INFRASTRUTTURE

La dotazione e la qualità delle infrastrutture costituiscono un elemento imprescindibile per lo sviluppo economico e la competitività del territorio. [...]
Uno dei principali impegni della Camera dovrà riguardare l'Aeroporto di Pontecagnano [...]



Camera di Commercio
Salerno

Verbale n. 4 del 3 dicembre 2014

È palese dunque la necessità di dotare la provincia di Salerno di questa struttura in termini operativi: una struttura strategica per lo sviluppo economico, in grado di collegare il territorio al resto d'Europa, ponendosi come legame fondamentale nel rapporto locale-globale. Obiettivo strategico "Completare l'infrastruttura aeroportuale "Salerno Costa D'Amalfi" e la fase di start up operativo. Linea di intervento: Razionalizzare la struttura formale e societaria di gestione dello scalo in sinergia con gli attori istituzionali.; Stringere accordi di partnership con soggetti qualificati al fine di garantire l'aumento delle rotte da e per lo scalo anche attraverso processi di privatizzazione.

La leva delle infrastrutture si pone quale preconditione per l'abbattimento delle diseconomie esterne che affliggono il tessuto imprenditoriale e che ne limitano le prospettive di crescita e di competitività.

A riguardo continuerà il notevole impegno dell'Ente per lo sviluppo dell'Aeroporto Salerno-Pontecagnano, confortato dall'imminente ingresso nella compagine consortile, organismo politico di promozione dello scalo, delle Regioni Basilicata e Campania. Il rafforzamento di tale compagine consentirà di proseguire l'iniziativa, dando avvio all'affidamento delle attività tecniche necessarie a garantire, ove pervengano le approvazioni di Legge, le successive fasi di appalto e cantierizzazione delle opere finanziate dal Decreto "Sblocca Italia" per un importo complessivo di 40 milioni di Euro.

Pertanto, sarà anche più agevole tentare la conclusione dell'iter per il rilascio della concessione totale, atteso anche l'inserimento dell'aeroporto nel Piano governativo tra gli scali di interesse nazionale.

Benefici attesi

⇒ Aumento del traffico passeggeri presso lo scalo aeroportuale "Salerno Costa D'Amalfi".



INNOVAZIONE E COMPETITIVITA'

[...] la limitata dimensione aziendale ha consentito alle imprese salernitane il solo ricorso a modelli innovativi di tipo incrementale senza poter affrontare in modo strategico la tematica dell'innovazione quale leva competitiva capace di garantire nel tempo il mantenimento e lo sviluppo della propria attività. A ciò si aggiunge la limitata capacità di interazione tra il mondo della ricerca e quello produttivo [...].

Sul fronte, invece, del supporto a più diretto beneficio per le imprese, si procederà a sostenere la diffusione di una cultura imprenditoriale orientata all'innovazione, attraverso la predisposizione di servizi di informazione, assistenza e formazione, che possano stimolare il sistema produttivo a innovare e sperimentare nuovi prodotti e servizi, puntando anche su quei settori, legati all'ambiente e all'efficienza energetica, che a livello locale, presentano maggiori potenzialità di crescita.

La capacità di innovazione del sistema produttivo provinciale risente in modo particolare delle ridotte dimensioni aziendali unitamente all'assenza di momenti di coordinamento e di messa a sistema delle diverse strategie implementate dagli attori istituzionali locali.

Si intenderà proseguire in un Tavolo di confronto e di condivisione tra gli attori istituzionali del mondo della ricerca e della produzione soprattutto allo scopo di mettere a sistema e rendere fruibili le informazioni in ordine alle innovazioni di processo, di prodotto, organizzative e gestionali disponibili per una loro concreta implementazione in contesti imprenditoriali.

Parallelamente, si dovranno sviluppare sul tema dell'innovazione specifici servizi a carattere info/formativo e di prima assistenza a diretto beneficio delle imprese.

Obiettivo strategico "Aumentare l'interazione tra il mondo della ricerca e quello della produzione"

- Proseguire nel Tavolo di confronto tra gli attori istituzionali del mondo della ricerca e quello della produzione, con particolare interesse ai temi della promozione e valorizzazione degli strumenti di tutela della proprietà intellettuale e industriale.
- Sostenere la costituzione di imprese innovative quali le *start up* e gli *spin off* accademici e da ricerca, anche attraverso il sostegno di strumenti di seed e venture capital.



Camera di Commercio
Salerno

Verbale n. 4 del 3 dicembre 2014

Obiettivo strategico “Aumentare la capacità di innovazione delle imprese”

- Predisporre specifici servizi di assistenza e informazione capaci di stimolare comportamenti aziendali di tipo innovativo, con particolare interesse alla proprietà industriale.
- Istituire, di concerto con l'Università di Salerno, un FabLab capace di fungere da acceleratore all'innovazione delle imprese e di consentire la realizzazione di una fase di testing di prototipi di nuovi prodotti da realizzare

Benefici attesi

- ⇒ Miglioramento dell'interazione tra mondo della ricerca e quello della produzione;
- ⇒ Aumento della consapevolezza delle impresa sul tema dell'innovazione;
- ⇒ Aumento degli investimenti aziendali per l'innovazione.



| Missione | Programma | Area Strategica / Obiettivi | Iniziativa | Risorse (*) |
|---|---|--|--|--|
| Competitività delle imprese | Regolamentazione, incentivazione dei settori imprenditoriali, riassetto industriale, sperimentazione tecnologica, lotta alla contraffazione, tutela della proprietà industriale | PA VERSO LE IMPRESE: INFORMARE, INFORMATIZZARE E SEMPLIFICARE | | |
| | | Riduzione dei costi della burocrazia innovando l'erogazione dei servizi | Incentivare l'utilizzo della piattaforma "VERIFICHE PA" | risorse umane e di funzionamento |
| | | | Gestire gli sportelli camerali | risorse umane e di funzionamento |
| | | | Proseguire nella gestione Suap e delle relative attività formative verso altre P.A. | risorse umane e di funzionamento |
| | | | Realizzare momenti info/formativi per l'utenza professionale | risorse umane e per interventi economici |
| | | Riduzione dei tempi dell'azione amministrativa | Proseguire nel processo di dematerializzazione | risorse umane e di funzionamento |
| | | | Migliorare i tempi medi pubblicazione delle delibere Giunta e Consiglio | risorse umane e di funzionamento |
| | | | Informatizzare il procedimento di emissione dei verbali e delle ordinanze | risorse umane e di funzionamento |
| | | | Velocizzare, ottimizzare e razionalizzare i tempi di gestione delle pratiche | risorse umane e di funzionamento |
| | | Adeguate le logiche organizzative all'innovazione | Gestire e razionalizzare la cartella comune | risorse umane e di funzionamento |
| | | | Realizzare proposte formative predisposte dai Dirigenti | risorse umane e di funzionamento |
| | | | Gestire gli strumenti informatici per le autorizzazioni interne | risorse umane e di funzionamento |
| | | Sostenibilità degli investimenti e pianificazione finanziaria | Mantenere livello qualitativo nella rappresentanza in giudizio sul diritto annuale | risorse umane e di funzionamento |
| | | | Ricercare risorse finanziarie comunitarie per interventi di risparmio energetico e di recupero e restauro nella sede storica | esterne |
| | | Aumentare il livello di informazione e trasparenza percepito dall'utenza | Revisionare la funzione editoriale della Camera | risorse umane e di funzionamento |
| | | | Avviare la pubblicazione digitale "Il Follaro" | risorse umane e per interventi economici |
| | | | Attuare il Piano triennale di prevenzione della corruzione | risorse umane e di funzionamento |
| | | | Potenziare il contatto con l'utenza e migliorare gli standard di qualità | risorse umane e di funzionamento |
| | | | Realizzare con periodicità le indagini di customer satisfaction | risorse umane e di funzionamento |
| | | | Valorizzare la Biblioteca Camerale | risorse umane e di funzionamento |
| | | | Aggiornare con periodicità la Carta dei Servizi | risorse umane e di funzionamento |
| | | | Aggiornare sito web e sezione "Amministrazione Trasparente" | risorse umane e di funzionamento |
| | | | Organizzare e promuovere eventi di rappresentanza | risorse umane e di funzionamento |
| | | | Proseguire il progetto CRM (Ciao Impresa) | risorse umane e di funzionamento |
| | | | Realizzare la revisione volontaria e certificazione del bilancio d'esercizio | risorse umane e di funzionamento |
| | | Potenziare l'informazione statistica ed economica per le imprese, gli stakeholders e i policy makers | Proseguire le attività di monitoraggio dell'Osservatorio economico | risorse umane e per interventi economici |
| | | | Creare momenti di informazione come la Giornata dell'Economia | risorse umane e di funzionamento |
| Aumentare l'attività di rilevazione dei prezzi | risorse umane e di funzionamento | | | |
| Migliorare la qualità delle banche dati anagrafiche | risorse umane e di funzionamento | | | |
| Sostenere e aggiornare il portale MKT | risorse umane e di funzionamento | | | |
| Sostegno del sistema produttivo | "Small Business Act" - Assicurare informativa per l'esercizio di impresa | risorse umane e per interventi economici | | |
| | Agevolare le imprese alle nuove regole di fatturazione elettronica | risorse umane e di funzionamento | | |
| | Supportare i processi di aggregazione aziendale in innovazione e internazionalizzazione | risorse umane e per interventi economici | | |
| Ottimizzare il ciclo delle performance per garantire l'efficacia dell'azione camerale | Misurare le performance camerali | risorse umane e di funzionamento | | |
| | Misurare l'outcome prodotto dagli interventi promozionali | risorse umane e di funzionamento | | |



| | | | | |
|-------------------------|---|---|---|--|
| | | CREDITO E FINANZA | | |
| | | Abbattere il costo dei finanziamenti bancari e Migliorare il monitoraggio del sistema finanziario locale per favorire l'accesso al credito per le imprese attraverso il sistema dei Confidi | Erogare contributi abbattimento dei tassi di interesse corrisposti dalle imprese ai Confidi ovvero se possibile, incrementare i fondi di garanzia dei Confidi stessi. | risorse umane e per interventi economici |
| | | Promuovere la diversificazione delle fonti di finanziamento aziendali | Istituire un servizio informativo rivolto alle imprese sui temi della finanza agevolata Sviluppare l'analisi del modello "Equity Based Crowdfunding" | risorse umane e per interventi economici risorse umane e per interventi economici |
| | | CAPITALE UMANO, CULTURA E RESPONSABILITA' SOCIALE D'IMPRESA | | |
| | | Favorire l'apprendimento lungo tutto l'arco della vita | Organizzare eventi di aggiornamento info/formativi | risorse umane e per interventi economici |
| | | Favorire l'equilibrio attuale e futuro del mercato del lavoro | Creare occasioni di incontro scuola /lavoro e/o di placement | risorse umane e per interventi economici |
| | | Ridurre le barriere all'ingresso nel sistema economico locale | Attivare un servizio di orientamento e prima consulenza per aspiranti imprenditori | risorse umane e per interventi economici |
| | | | Promuovere la cultura d'impresa al femminile per superare la discriminazione di genere | risorse umane e per interventi economici |
| | | | Sviluppare e proseguire incubatore partnership Istituto "Enzo Ferrari" di Battipaglia. | risorse umane e per interventi economici |
| | | | Varare la piattaforma digitale "CamerAttiva". | risorse umane e per interventi economici |
| | | Aumentare il capitale sociale del sistema economico locale | Organizzare momenti info/formativi sui temi della responsabilità sociale di impresa | risorse umane e per interventi economici |
| | | | Favorire diffusione in azienda cultura certificazione ambientale, sicurezza, qualità e RSA | risorse umane e per interventi economici |
| | | SVILUPPO DEL SISTEMA TURISTICO E TERRITORIO | | |
| | | Destagionalizzare i flussi turistici | Erogare contributi a TO nazionali ed esteri per l'incentivazione di flussi turistici in periodi di bassa | risorse umane e per interventi economici |
| | | | Erogare contributi a operatori del charter nautico. | risorse umane e per interventi economici |
| | | Aumentare l'attrattività turistica del territorio | Organizzare collettive camerali in seno a manifestazioni fieristiche di settore in Italia e | risorse umane e per interventi economici |
| | | | Sostenere eventi e manifestazioni di particolare rilievo | risorse umane e per interventi economici |
| | | Intercettare il mercato dei turisti individuali | Sviluppare strumenti di promozione a servizio dei turisti attraverso i social media | risorse umane e per interventi economici |
| | | Aumentare l'efficacia e l'efficienza promozionale degli operatori locali | Implementare specifiche azioni tese al miglioramento dell'immagine aziendale | risorse umane e per interventi economici |
| | | SVILUPPO DELLE INFRASTRUTTURE | Aeroporto Salerno-Pontecagnano | risorse umane e per interventi economici |
| | | INNOVAZIONE E COMPETITIVITA' | | |
| | | Aumentare l'interazione tra il mondo della ricerca e quello della produzione | Proseguire nel Tavolo di confronto tra gli attori del mondo della ricerca e della produzione | risorse umane e per interventi economici |
| | | | Sostenere la costituzione di imprese innovative quali le start up e gli spin off | risorse umane e per interventi economici |
| | | Aumentare la capacità di innovazione delle imprese | Predisporre servizi di assistenza/inform. per stimolare comportamenti aziendali innovativi | risorse umane e per interventi economici |
| | | | Istituire, di concerto con l'Università di Salerno, un FabLab | risorse umane e per interventi economici |
| Regolazione dei mercati | Vigilanza sui mercati e sui prodotti, promozione della concorrenza e tutela dei consumatori | TRASPARENZA, TUTELA DEL MERCATO E GIUSTIZIA ALTERNATIVA | | |
| | | Essere il punto di riferimento per il territorio su tutti gli aspetti inerenti la tutela del mercato a garanzia della trasparenza nei confronti di imprese e consumatori | Svolgere attività informativa e promozionale sulla mediazione | risorse umane e di funzionamento |
| | | | Avviare la formazione per conciliatori/mediatori anche con UNISA | risorse umane e per interventi economici |
| | | | Sottoporre a verifica gli strumenti metrici in dotazione alle imprese | risorse umane e di funzionamento |
| | | | Sottoporre a prove di laboratorio i prodotti presenti sul mercato | risorse umane e di funzionamento |
| | | | Effettuare dei prelievi di campioni per una successiva analisi di eventuali non conformità | risorse umane e di funzionamento |
| | | | Ampliare sul sito camerale l'area dedicata alla sicurezza dei prodotti | risorse umane e di funzionamento |
| | | | Garantire piena assistenza ai produttori/importatori | risorse umane e di funzionamento |
| | | | Avviare procedure per commissioni tecniche clausole inique e vessatorie - contratti tipo. | risorse umane e di funzionamento |
| | | | Curare il monitoraggio dei fenomeni che interessano il consumatore anche con UNISA | risorse umane e per interventi economici |



| Missione | Programma | Area Strategica / Obiettivi | Iniziativa | Risorse (*) |
|--|--|--|---|--|
| Commercio internazionale e internazionaliz. del sistema produttivo | Sostegno all'internazionalizzazione e delle imprese e promozione del made in Italy | INTERNAZIONALIZZAZIONE E MARKETING TERRITORIALE PER MEGLIO COMUNICARE E MEGLIO RELAZIONARE | | |
| | | Orientare e assistere le imprese nei processi di internazionalizzazione e fornire servizi di concerto con le Associazioni di categoria | Organizzare progetti innovativi pluriennali | risorse umane e per interventi economici |
| | | | Erogare contributi alle imprese per la partecipazione a mostre e fiere | risorse umane e per interventi economici |
| | | | Organizzare collettive camerali in seno a manifestazioni fieristiche | risorse umane e per interventi economici |
| | | | Organizzare missioni economiche da e per l'estero | risorse umane e per interventi economici |
| | | | Sviluppare e consolidare servizi innovativi di assistenza tecnica e linguistica | risorse umane e per interventi economici |
| | | | Attuare ed implementare percorsi di assistenza specifici per le imprese | risorse umane e per interventi economici |
| | | | Consolidare la rete di Desk esteri | risorse umane e per interventi economici |
| | | | Consolidare collaborazione con Consorzi Camerali ed esplorare possibili collaborazioni | risorse umane e per interventi economici |
| | | | Individuare ed attuare percorsi finalizzati per correlare le risorse in ambito R&S allo sviluppo della competitività internazionale | risorse umane e per interventi economici |
| | | | Intensificare le attività di progettazione tese al conseguimento di risorse finanziarie | risorse umane e per interventi economici |
| | | Favorire la creazione di un Sistema integrato ("SalernoSI") | Organizzare specifici progetti di internaz./MKT territoriale/comunicazione | risorse umane e per interventi economici |
| | | | Istituire un centro di promozione delle eccellenze produttive salernitane | risorse umane e per interventi economici |
| | | | Rafforzare l'azione di progetti di filiera | risorse umane e per interventi economici |
| | | Definire politiche di attrazione degli investimenti esteri | Proseguire il progetto Invest in Salerno | risorse umane e per interventi economici |
| | | Migliorare la comunicazione istituzionale | Rafforzare la comunicazione esterna della holding camerale | risorse umane e per interventi economici |
| | | | Pubblicare materiale informativo assicurando l'autosostenibilità dei costi di produzione | risorse umane e per interventi economici |
| | | Posizionare il territorio nel circuito del turismo congressuale e d'affari | Valorizzare il centro congressuale "Salerno Incontra" | risorse umane e per interventi economici |
| | | | Individuare un maggior numero di attività congressuali espositive con Assoc. categoria | risorse umane e per interventi economici |

(*) per risorse umane, di funzionamento e per interventi economici si intendono le tipologie di Risorse che, alternativamente o congiuntamente, saranno impegnate per la realizzazione delle attività descritte.

Atto sottoscritto con firma digitale ai sensi del D.Lgs. n. 82 del 07/03/2005 e s.m.i.