

# **Relazione sui risultati della performance 2019**

**Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Messina**

## Indice

- I. Presentazione della relazione e Indice
- II. Sintesi delle informazioni di interesse per i cittadini e gli stakeholder esterni
  - II.1 Il contesto esterno di riferimento
  - II.2 L'amministrazione
  - II.3 I risultati raggiunti
  - II.4 Le criticità e le opportunità
- III. Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti
  - III.1 Albero della performance
  - III.2 Obiettivi strategici
  - III.3 Obiettivi e piani operativi
- IV. Risorse, efficienza ed economicità
- V. Pari opportunità e bilancio di genere
- VI. Il processo di redazione della relazione sulla performance
  - VI.1 Fasi, soggetti, tempi e responsabilità
  - VI.2 Punti di forza e di debolezza del ciclo della performance

## I. Presentazione della relazione e Indice

Nell’ottica di una gestione efficiente e trasparente della pubblica amministrazione, il D.lgs n. 150 del 27 ottobre 2009 come modificato dal D.Lgs.n. 74/2017, stabilisce che “ogni amministrazione è tenuta a misurare e a valutare le performance, con riferimento all’amministrazione nel suo complesso, alle unità organizzative o aree di responsabilità in cui si articola e ai singoli dipendenti, secondo modalità conformi alle Direttive impartite dalla Commissione di cui all’art. 13” (Commissione centrale per la Valutazione, la Trasparenza e l’Integrità delle amministrazioni pubbliche - CIVIT).

Alle amministrazioni viene richiesto, quindi, di sviluppare, in maniera coerente con i contenuti e con il ciclo della programmazione finanziaria e di bilancio, il “ciclo di gestione della performance”.

Questo strumento, essenziale per garantire l’attuazione di politiche efficaci e utili per tutti gli stakeholder della P.A., prende avvio dalla definizione degli obiettivi di ciascun ente e si conclude con la “Relazione sulla performance”: una rendicontazione annuale sui risultati raggiunti, da presentare agli organi di indirizzo politico amministrativo, ai vertici delle amministrazioni, agli organi esterni e a tutti gli stakeholder.

La Relazione sulla Performance si inserisce quindi nel percorso di trasparenza e responsabilità attuato in questa Camera di Commercio nel corso degli anni che ha portato il nostro Ente a dotarsi di una struttura trasparente, capace di visione e programmazione, efficiente e meritocratica.

Ma la Relazione rappresenta anche e soprattutto uno strumento di apertura e dialogo con i nostri stakeholder.

Con essa si cerca, infatti, di fornire molte chiavi di lettura sullo stato dei progetti e della struttura camerale, continuando nella scelta mirata di esporsi alla valutazione più ampia da parte dei nostri imprenditori e dei nostri cittadini, ma anche con l’obiettivo di fornire uno strumento prezioso di dialogo costruttivo a tutti quegli

stakeholder che animano quotidianamente le politiche camerali, completando così il passaggio dall'amministrazione isolata all'amministrazione che sceglie la strategia della massima apertura. Dare conto dei risultati complessivamente raggiunti dall'Ente, non risponde soltanto ai bisogni di trasparenza e accountability degli stakeholder ma favorisce anche un processo di apprendimento organizzativo all'interno dell'ente che, a partire dai risultati e dalle criticità rilevate, può ripensare le proprie priorità per il futuro.

Il 2018 è stato un anno particolare per le Camere di commercio, che – durante la “gestazione” della riforma poi attuata con il D.Lgs. n. 219/2016 - si sono trovate “di colpo” oggetto di un processo di valutazione critica, che se all'inizio ha messo in dubbio l'esistenza stessa dell'Ente, per mesi ha generato dubbi e incertezze sul presente e difficoltà oggettive nel delineare e programmare il futuro.

La pesante riduzione del Diritto annuale, operato dalla legge n.114/14 e confermato dal D.Lgs di riforma, attestata al 50% nel 2017, costringe la Camera di Commercio a far fronte ad una situazione di emergenza.

Come ormai risaputo, infatti, l'Ente messinese, così come tutti gli Enti camerali siciliani, è soffocato dal peso delle pensioni dei dipendenti collocati in quiescenza che supera financo la spesa per il personale in servizio ugualmente e naturalmente a carico del medesimo Ente.

Si aggiunga che l'Ente camerale messinese solo dall'agosto di quest'anno ha finalmente superato l'*impasse* istituzionale con l'insediamento degli Organi politici (Consiglio, Giunta e Presidente), dopo quasi un quinquennio di gestione commissariale, ed il riconoscimento della propria identità territoriale da parte del MISE che, nel piano di riordino nazionale delle CCIAA, ha confermato la presenza autonoma della CCIAA di Messina sul territorio provinciale; fatti tutti che contribuiscono a rendere la situazione patrimoniale dell'Ente al quanto meno critica.

In questo complesso scenario, la Camera di commercio di Messina ha comunque operato nel 2018, portando avanti azioni e attività programmate e

consolidate negli anni, seppur riviste al ribasso rispetto al passato, con i risultati di cui si troverà puntuale descrizione nelle pagine successive; allo stesso tempo non si è sottratta dalla ricerca di soluzioni sostenibili per le nuove sfide, iniziando da una radicale azione di razionalizzazione e contenimento delle spese interne, con l'obiettivo di limitare il più possibile il "taglio" degli interventi promozionali a favore delle imprese ed al contempo assicurare il funzionamento dell'Ente e la salvaguardia dei livelli occupazionali così come, tra l'altro, auspicato dal Governo.

Nelle pagine successive vengono illustrate le iniziative e gli interventi di maggior rilievo che hanno caratterizzato il 2019, preceduti - per completezza del quadro - dalla presentazione dello scenario economico della provincia di Messina. A chiusura del documento il prospetto dei risultati rispetto agli obiettivi del Piano della Performance.

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

Il processo di redazione del Piano della Performance si inserisce nell'ambito del più complessivo processo di pianificazione strategica e programmazione operativa dell'Ente.

Il punto di partenza del processo, a livello strategico, è il Programma Pluriennale. Tale programma è elaborato ed approvato dal Consiglio, con il supporto della struttura tecnica della Camera, all'atto del suo insediamento ed ha come orizzonte di pianificazione il mandato dell'organo politico-amministrativo.

In questo documento viene definito il mandato istituzionale, la “*mission*” e la “*vision*” dell'Ente e le priorità strategiche da realizzare nell'ambito del mandato.

Per quanto riguarda l'Ente camerale messinese è da segnalare che gli Organi di rappresentanza politico-amministrativa (Consiglio, Giunta e Presidente) si sono potuti insediare solo nel mese di agosto dopo un lungo periodo di commissariamento.

Tale situazione ha costretto la CCIAA di Messina ad uniformarsi alle linee guida generali fornite da Unioncamere nazionale per la definizione di “*mission*” annuale del Sistema Camerale.

In base a ciò sono state definite le priorità strategiche nel programma pluriennale ed è stato predisposto il Piano della Performance.

Il processo è stato realizzato partendo dai documenti di programmazione (Linee guida UC, RPP, preventivo economico e budget direzionale) e mutuando dagli stessi, con le opportune integrazioni, il Piano della Performance.

## II.1 Il contesto esterno di riferimento – 2019 in pillole.

### Lo stock di imprese

Dati relativi al 2019	TOTALI	SALDO	Anno 2018	Saldo
Iscrizioni	3271		3193	+649
Cessazioni	2655	+616	2544	
	<b>Totali 2019</b>	<b>2018</b>	<b>Saldo</b>	
			<b>2019/2018</b>	
ATTIVE	46059	45829	+230	
TOTALE REGISTRATE	62184	61557	+627	

Dall'analisi dei dati strutturali si evince che il numero delle imprese registrate sul territorio messinese è pari a 62.184 e di queste circa il 74% sono attive e il 32,6% sono stanziate nel comparto produttivo del commercio.

Per ciò che concerne la forma giuridica si nota come il 56,1% delle attività sono imprese individuali, mentre il 25,1% è composto da società di capitali, anche se mentre le prime hanno un tasso di crescita composito pari a 0, le seconde registrano un 4,8.

Analizzando invece il tasso di sopravvivenza, il 68,6% delle imprese resiste al primo anno di vita. Il dato va decrescendo di circa il 2-4% per ogni anno in più di attività e, al terzo anno di vita, sono maggiormente le società di capitali che permangono sul mercato (65,8%), contrariamente alle imprese individuali (60,7%) che registrano una minore sopravvivenza.

Prendendo poi in esame il dato delle unità locali, si nota come la provincia di Messina annoveri 10.819 u.l., le quali per circa la metà sono riferite a società di capitali.

L'analisi si focalizza poi sul dinamismo di nuove figure sociali imprenditoriali, in particolare di come influenzano il mercato le imprese partecipate e/o guidate da figure femminili, giovanili (under 35) e da stranieri. Si rivela una struttura in linea rispetto ai dati nazionali della provincia di Messina per le imprese femminili, mentre quelle giovanili segnano un dato percentuale maggiore e quelle straniere inferiore di circa 4 punti percentuali.

Nel 2019 le imprese registrate a partecipazione e/o guida femminile maggioritaria sono 14.552 e pesano per il 23,4% sul totale delle registrate. La struttura societaria prevalente risulta essere quella di impresa individuale con il 63,11 % delle imprese, mentre le società di capitali contano il 21,94%. La struttura ancor più sbilanciata dell'imprenditoria femminile a favore delle imprese individuali in provincia di Messina riflette comunque un fenomeno tipico della struttura imprenditoriale femminile nazionale dove la percentuale di imprese individuali femminili corrisponde al 62,35% del totale.

Simile lettura si evince nel caso delle imprese registrate a partecipazione e/o guida under 35 maggioritaria: l'imprenditoria giovanile con 7.073 imprese pesa per l'11,6% sul totale registrate nella provincia messinese, un valore superiore al dato nazionale (9,2%), ma leggermente inferiore al dato regionale e del Sud e Isole (11,8% e 11,5% rispettivamente). La struttura societaria risulta ancora nettamente sbilanciata in favore delle imprese individuali con il 69,48% delle imprese guidate da under 35, mentre solo il 21,64% risultano essere le società di capitali.

Le imprese straniere pesano per il 6,7% delle imprese nella provincia di Messina. Il dato risulta inferiore al dato nazionale (10,1%) ed a quello del Sud e Isole (6,8%), mentre è leggermente inferiore il dato regionale (6,0%), evidenziando una



minor capacità attrattiva della provincia per le imprese a guida e/o partecipazione maggioritaria straniera rispetto al resto del Paese. La struttura societaria prevalente è quella delle imprese individuali con l'83,62% delle imprese straniere.

Infine i dati strutturali evidenziano la tipologia occupazionale all'interno delle imprese. Il 71,46% degli addetti è di natura dipendente, valore che, come in quasi tutte le forme giuridiche societarie, rispecchia il valore medio. Fanno eccezione le imprese individuali nelle quali circa il 56% degli addetti sono indipendenti.

Per ciò che concerne i dati economici, si deduce come il valore di produzione delle imprese è pari a circa 3,91 miliardi di euro. Quasi il 44% dell'intero valore della produzione provinciale viene creato dal settore Commercio.

L'analisi degli indici di bilancio delle società in utile evidenzia come il settore dei trasporti costituisca il settore di punta, realizzando un ROI (indicatore della redditività operativa del capitale investito) del 13,3%, seguito dalle Assicurazioni (7,2%), dalle attività manifatturiere, energia e minerarie (5,5%) e dall'Agricoltura (4,9%).

## L'Amministrazione

### Sedi della Camera di Commercio e della sua Azienda Speciale

CCIAA	Indirizzo	Sito Internet	Telefono
MESSINA	Piazza Felice Cavallotti, 3 98122 Messina	<a href="http://www.me.camcom.it">www.me.camcom.it</a>	090.77721
Azienda Speciale "Servizi alle Imprese"	Piazza Felice Cavallotti, 3 98122 Messina	<a href="http://www.aziendaspecielemessina.it">www.aziendaspecielemessina.it</a>	090.7772282

### Personale al 31/12/2019

N. Dipendenti CCIAA	18
N. Dirigenti	0
Segretario Generale	1
N. Dipendenti Az. Speciale "Servizi alle Imprese"	4

### Le Risorse umane della Camera di commercio nel 2019

#### La composizione al 31 dicembre 2019

CCIAA Composizione per profilo professionale		
Profilo professionale	Unità	%
Dirigenti	0	0,00%
Funzionario	15	78,94
Istruttore	4	21,06
Collaboratore	0	0,00
Ausiliario	0	0,00

Azienda Speciale Composizione per profilo professionale		
Profilo professionale	Unità	%
Dirigenti	0	0,00%
Funzionario	4	100,00%
Istruttore	0	0,00%
Collaboratore	0	0,00%
Ausiliario	0	0,00%



Personale camerale in uscita ENTRO il 2020 (previsione)		
Profilo	Unità	%
professionale		
<b>Dirigenti</b>	0	0,00%
<b>Funzionario</b>	5	71,43%
<b>Istruttore</b>	2	28,57%
<b>Collaboratore</b>	0	0,00%
<b>Ausiliario</b>	0	0,00%

Composizione per Anzianità di servizio CCIAA + AS		
Classe di anzianità	Unità	%
<b>6-10</b>	0	0%
<b>11-15</b>	2	8,69%
<b>16-20</b>	2	8,69%
<b>21-25</b>	0	0%
<b>26-30</b>	1	4,36%
<b>31-35</b>	6	26,09%
<b>oltre 35</b>	12	52,17%
<b>TOTALE</b>	23	100

## Struttura degli Uffici

L'Organizzazione della Camera di commercio di Messina è strutturata in aree organizzative come specificato di seguito:

### Staff:

- Ufficio del Segretario Generale
- Ufficio Segreteria Generale
- Ufficio protocollo generale e archivi
- Ufficio relazione con organi istituzionali
- Ufficio contenzioso legale
- Ufficio Presidenza

### Area I

- Ufficio bilancio
- Ufficio provveditorato, contratti, economato e cassa
- Ufficio tributi
- Segreteria collegio dei revisori
- Ufficio trattamento economico del personale in servizio ed in quiescenza, compensi organi collegiali.

### Area II

- Ufficio Metrico
- Ufficio Conciliazione
- Ufficio Contratti tipo e clausole vessatorie
- Ufficio Manifestazioni a premio
- Ufficio Impianti distributori carburanti, turni e pareri

- Ufficio Grandi strutture di vendita
- Ufficio Etichettatura prodotti tessili, giocattoli, materiale elettrico.

### **Area III**

- Ufficio Registro delle imprese
- Ufficio Albo artigiani
- Ufficio Sanzioni amministrative accertamento e verbalizzazione
- Ufficio Commissione provinciale, artigianato e segreteria
- Ufficio Vidimazione registri C.S.R.

### **Area IV**

- Ufficio Statistica
- Ufficio Protesti
- Ufficio C.E.D.
- Ufficio Prezzi e tariffe, deposito listini, visti di conformità.
- Ufficio Funzioni amministrative e attività economiche
- Ufficio Attività ausiliarie e Ruoli
- Uffici Albo vigneti e vini doc
- Ufficio Conducenti veicoli e natanti
- Ufficio per il rilascio di carnet A.T.A.

### *II.3 La progettualità*

Con il D.M. 22 maggio 2017, il Ministro dello Sviluppo Economico ha autorizzato, ai sensi dell'art. 18, comma 10 della L. n.580/93, per le Camere di Commercio l'incremento del 20% della misura del diritto annuale.

Tale incremento è stato vincolato all'adesione a tre linee progettuali, condivise con la Regione, di seguito riportate:

#### **Progetto P.I.D.:**

“I Punti Impresa Digitale sono strutture di servizio localizzate presso le Camere di commercio dedicate alla diffusione della cultura e della pratica della diffusione del digitale nelle MPMI di tutti i settori economici. Servono a fare crescere la consapevolezza “attiva” delle imprese sulle soluzioni possibili offerte dal digitale e sui loro benefici, ma anche sui rischi connessi al suo mancato utilizzo. Per diffondere la consapevolezza sul digitale presso le imprese sono previste attività di informazione ma anche di partecipazione diretta e di assistenza.

I servizi sono raggruppati nelle seguenti categorie

- informativi di supporto al digitale e all'innovazione I4.0 ed Agenda Digitale;
- assistenza, orientamento e formazione sul digitale;
- interazione con i Competence Center e le altre strutture partner nazionali e regionali;
- specialistici per la digitalizzazione in collaborazione con aziende speciali e le altre strutture del sistema camerale.”

Le attività svolte nel 2019 sono consistite in:

- a) percorso formativo della durata di 48 ore, come da programma Unioncamere. Le lezioni sono state seguite sia da n. 4 dipendenti camerale che da n. 4 dipendenti dell'Azienda Speciale Servizi alle Imprese;



- b) - acquisizione del servizio Infocamere “Gestione contributi erogati AGEF” e piattaforma CRM;
- c) - acquisizione del servizio “Digital promoter” da parte della Società di sistema IC Outsourcing, per 20 ore la settimana;
- d) - approvazione e successiva pubblicazione del “Bando voucher digitali I4.0 - Anno 2019” messo a punto da Unioncamere, di confronto con il Ministero dello Sviluppo Economico e con le Associazioni di categoria rappresentative dei Digital Innovation Hub;
- e) - realizzazione di 2 eventi: una conferenza stampa per presentare e promuovere il progetto PID ed un workshop dedicato a focus su specifici settori economici e/o specifiche tecnologie abilitanti.

### **Progetto Orientamento e lavoro:**

Questi gli obiettivi:

- Costituire, in stretta collaborazione operativa con il sistema imprenditoriale del territorio, Uffici Provinciali e Regionali del MIUR, Regione ed Enti Locali, Agenzie regionali per il lavoro, Centri per l’impiego e ANPAL, un network capace di promuovere e sviluppare la filiera che collega la scuola al mondo del lavoro;
- Favorire il matching tra domanda-offerta di percorsi di alternanza scuola-lavoro e domanda-offerta di lavoro;
- incentivare le imprese a collaborare con il sistema scolastico per la progettazione e realizzazione di percorsi di alternanza scuola-lavoro di qualità, attraverso contributi a sostegno delle spese per la formazione dei tutor, per la gestione degli aspetti amministrativi, di sicurezza e sanitari connessi con lo svolgimento delle iniziative di alternanza.

Le attività del 2019:

- a) percorso formativo LINEA 1 “Orientamento al lavoro e alle professioni ” della durata di 71 ore, come da programma Unioncamere. Le lezioni sono state seguite sia

da n. 2 dipendenti camerale che da n. 4 dipendenti dell'Azienda Speciale Servizi alle Imprese;

b) Iniziativa “Alternanza Day” realizzata presso la Camera di Commercio. Sono state coinvolte: le aziende iscritte al RASL, gli Uffici scolastici territoriali, le associazioni imprenditoriali, gli Istituti scolastici. In occasione dell’evento è stato presentato il Premio “Storie di alternanza” ed il bando per l’erogazione dei contributi/voucher alle imprese.

c) approvazione e successiva pubblicazione, giorno 05 ottobre c.a., sia del Regolamento “Premio Storie di alternanza” che del Bando per l’erogazione dei voucher alle aziende che hanno attivato percorsi di alternanza scuola-lavoro;

d) istruttoria delle domande ricevute dagli istituti scolastici per il Premio “Storie di alternanza”; costituzione della Commissione per la valutazione dei video inerenti il premio; invio del verbale di valutazione e dei progetti presentati dagli Istituti tecnici e Licei ad Unioncamere nazionale;

e) Cerimonia del Premio “Storie di alternanza”. Sono stati consegnati n. 3 premi (buoni di elettronica) alle Scuole vincitrici del concorso; n. 6 targhe agli istituti ed i Licei partecipanti al concorso e gli attestati di partecipazione a tutti gli alunni coinvolti nei progetti.

### **“MIRABILIA” – European Network of UNESCO sites**

Il percorso progettuale ha inteso promuovere al turismo italiano ed internazionale, attraverso le Camere di Commercio partner, un’offerta turistica integrata siti UNESCO “meno noti”, che renda visibile e fruibile il collegamento tra territori turisticamente, culturalmente e artisticamente accomunati dal riconoscimento UNESCO con l’obiettivo di incrementare l’attività promozionale e la riconoscibilità presso il grande pubblico. Punto di forza del progetto Mirabilia è il saper mettere in rete i siti UNESCO meno conosciuti e i territori circostanti accomunando tre formidabili traini quali la



cultura, le bellezze naturali e il cibo, creando le condizioni affinché domanda e offerta si incontrino.

I settori di riferimento sono stati CULTURA – TURISMO - FOOD e il target individuato è stato sia lato consumer (il grande pubblico, i turisti italiani e internazionali alla ricerca di nuovi luoghi da scoprire e da amare) sia trade (gli operatori del settore in senso ampio). Obiettivi specifici sono:

- Creare occasioni d'affari tra domanda e offerta nel settore turismo/Food
- Creare un modello, una rete di soggetti imprenditoriali che propone e commercializza sul mercato globale il prodotto Mirabilia.

Le azioni 2019:

a) Due eventi B2B, denominati:

i) “Borsa Internazionale del Turismo Culturale” nel settore turistico riservata agli imprenditori delle Camere aderenti del settore turistico (tour operators, agenzie di viaggio, albergatori, agenzie di incoming, ecc.) operanti nei territori che possono vantare la candidatura o la titolarità di un sito materiale riconosciuto come bene patrimonio dell'umanità dall'UNESCO e ai buyers (operatori incoming, decision manager, buyers luxury travel, giornalisti, opinion leaders, ecc.) provenienti dai Paesi esteri;

ii) Mirabilia Food&Drink nel settore food riservato agli imprenditori italiani del settore (produttori, rappresentanti, aziende operanti nel settore della commercializzazione, consorzi, reti di impresa, ecc) operanti nei territori delle CCIAA partner MIRABILIA e ai buyer provenienti da Paesi esteri

d) Eventi collaterali al turismo: Post tour buyer; a conclusione dell'evento Borsa Internazionale alcuni dei buyer partecipanti al workshop sono stati invitati a partecipare al post tour per permettere ai buyer di visitare luoghi e strutture ricettive adatti al proprio target di riferimento, e per sperimentare gli itinerari turistici messi a punto con

il progetto: visitare il luogo di destinazione nell'ottica proposta dal pacchetto ideato collaudando i servizi, i tempi e la fattibilità dei percorsi proposti.

e) Eventi collaterali al turismo: Press tour In occasione della Borsa del turismo sono stati invitati giornalisti di settore per pubblicizzare l'iniziativa e per invitarli a conoscere i territori coinvolti. A conclusione dell'evento Borsa Internazionale alcuni dei giornalisti partecipanti al workshop sono stati invitati a partecipare al press tour.

f) La strutturazione di percorsi turistici, artistici e culturali di carattere nazionale promossi in un unicum attraverso un brand comune, la cui innovazione attiene la messa in rete di territori diversi per tradizioni e morfologia, ma accumulati dal riconoscimento Unesco. Ciascuna Camera collabora nell'acquisizione di materiale per la creazione di percorsi definendo il tour. Il risultato è stato un flyer di presentazione degli itinerari con l'indicazione del pacchetto breve week end , pacchetto medio e pacchetto 1 settimana.

g) Azioni di valorizzazione dei territori e di promozione delle aziende partecipanti al progetto attraverso la partecipazione a workshop, seminari tematici e momenti di formazione utili e necessari alla promozione del progetto e dei percorsi turistici integrati: è stato progettato ed è in corso di realizzazione un percorso formativo ad hoc su design, management e promozione innovativa dell'offerta turistica esperienziale per gli operatori che intendono proporre nei pacchetti "standard" anche attività di tipo esperienziale/culturale, vendibili e commercializzabili (Experience Lab). I corsi saranno itineranti presso ciascuna provincia partner.

h) Azioni di promozione del progetto.

i) Promozione e sostegno dei processi di integrazione della filiera turistica attraverso la costituzione di una rete formale di imprese, denominata Rete Mirabilia, con l'obiettivo di commercializzare i pacchetti integrati strutturati dal progetto . L'azione rete è stata condivisa con il partenariato e sono stati realizzati incontri presso alcune Camere di commercio per proporre un'offerta completa di prodotti e servizi con particolare riferimento ai settori dell'incoming turistico e della promozione territoriale.

l) Al fine di perseguire l'obiettivo di estendere il progetto a livello europeo, il partenariato si è attivato per definire accordi di collaborazione con le Camere di commercio estere. In occasione della VI Borsa Internazionale del Turismo è stata avviata un'azione tesa a potenziare il tavolo di lavoro europeo invitando le Camere selezionate in ragione delle relazioni in essere con il partenariato italiano e della titolarità di un sito Unesco nel proprio territorio con l'obiettivo di discutere le migliori modalità di coinvolgimento in un progetto che, in prospettiva di medio termine, guarda alla definizione di un partenariato stabile europeo immediata interfaccia di quello italiano. Hanno partecipato 13 Camere estere, ovvero: Italian Chamber of Commerce in Bulgaria, Plovdiv Chamber of Commerce and Industry, European Union Chamber of Commerce in Canada – West, Croatian Chamber of Economy, Commercial and Industrial Chamber of Trikala, Hellenic-Italian Chamber of Commerce of Thessaloniki, Thessaloniki Chamber of Commerce and Industry, Chambres de Commerce et d'industrie du Tarn, Chambre de Commerce et d'Industrie de Dordogne, Chambre de Commerce et d'Industrie de Gard, Chambre de Commerce et d'Industrie de, Tarbes et Hautes-Pyrénées, Chamber of Craft and Small Business of Slovenia. Si è quindi tenuta a Verona il 23 ottobre us l'organizzazione del Meeting for the establishment of the MIRABILIA European network al quale hanno partecipato i rappresentanti istituzionali delle 13 camere estere sopra citate.

m) Azione scuole: ambasciatori città' Unesco. Il progetto Mirabilia ha sperimentato la creazione di un network tra CCIAA e scuole. L'obiettivo è favorire la conoscenza dei territori e delle strutture ricettive delle province aderenti, titolari di un sito materiale riconosciuto bene patrimonio mondiale dell'Umanità dall'Unesco: un'occasione di promozione territoriale rappresentata dal turismo scolastico che costituisce un'azione di stimolo per la conoscenza per i giovani studenti anche attraverso delle lezioni itineranti in ciascuna città di destinazione acquisendo di fatto il ruolo e il titolo di "Ambasciatori di città Unesco". Anche quest'anno il mondo delle scuole è stato coinvolto in particolare nell'accoglienza dei buyer durante il post tour su Verona.

o) Piano di comunicazione di progetto In linea con quanto realizzato negli scorsi anni, è stato progettato e realizzato un piano di comunicazione con l'obiettivo di assicurare visibilità alle attività di progetto e a tutti i partner potenziando tanto la comunicazione on line, in particolare quella social, quanto quella off line.

Attività svolte nell'anno 2019:

p) divulgazione del progetto su canali web, social network

q) conferenze stampa e massima visibilità del progetto su stampa specializzata e media locali e nazionali, nonché internazionali.

## Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

### Grado di raggiungimento degli Obiettivi Strategici pianificati

2019

N° Obiettivi Strategici con target 1° anno raggiunto	N° Obiettivi Strategici con target 1° anno non raggiunto	Soglia per il raggiungimento	N° Totale Obiettivi
15	0	75%	15

Obiettivo Strategico	Performance
Amministrazione Contabilità e Bilancio	80,00%
Formazione e Gestione Progetti	100,00%
Incrementare l' attrattività del territorio provinciale	100,00%
Miglioramento efficacia impiego risorse	92,56%
Miglioramento fruibilità amministrativa dell'Ente	100,00%
Miglioramento gestione delle risorse economiche, finanziarie e patrimoniali	100,00%
Miglioramento gestione risorse umane	100,00%
Miglioramento livelli di qualità servizi CCIAA	100,00%
Regolazione del mercato	100,00%
Semplificazione Amministrativa	100,00%
Servizio Legale	100,00%
Servizio con il pubblico	100,00%
Sostenere l' iniziativa imprenditoriale	92,50%
Sostenere lo sviluppo della competitività delle imprese	90,75%
Valorizzazione e promozione delle eccellenze locali	100,00%



### Albero della Performance

2019

Obiettivo	Performance Obiettivo totale	
	Valore	Valutazione
Amministrazione Contabilità e Bilancio	80,00%	
Formazione e Gestione Progetti	100,00%	
Servizio Legale	100,00%	
Servizio con il pubblico	100,00%	
Incrementare l' attrattività del territorio provinciale	100,00%	
Valorizzazione e promozione delle eccellenze locali	100,00%	
Miglioramento efficacia impiego risorse	92,56%	
Miglioramento fruibilità amministrativa dell'Ente	100,00%	
Miglioramento gestione delle risorse economiche, finanziarie e patrimoniali	100,00%	
Miglioramento gestione risorse umane	100,00%	
Miglioramento livelli di qualità servizi CCIAA	100,00%	



Semplificazione Amministrativa	100,00%	
Regolazione del mercato	100,00%	
Sostenere l' iniziativa imprenditoriale	92,50%	
Sostenere lo sviluppo della competitività delle imprese	90,75%	

### III. Risorse, efficienza ed economicità

Di seguito vengono rappresentati a confronto la previsione di consuntivo relativo al 2019 ed il preventivo del 2020.

VOCI DI ONERI/PROVENTI E INVESTIMENTO	VALORI COMPLESSIVI		Differenza
	Previsione Consuntivo al 31.12 2019	Preventivo Anno 2020	
<b>GESTIONE CORRENTE</b>			
<b>A) Proventi correnti</b>			
1 Diritto Annuale	8.190.214,00	8.008.000,00	-182.214,00
2 Diritti di Segreteria	1.624.850,00	1.591.000,00	-33.850,00
3 Contributi trasferimenti e altre entrate	76.282,00	75.563,00	-719,00
4 Proventi da gestione di beni e servizi	73.811,00	34.000,00	-39.811,00
5 Variazione delle rimanenze	0,00	0,00	0,00
<b>Totale proventi correnti A</b>	<b>9.965.157,00</b>	<b>9.708.563,00</b>	<b>-256.594,00</b>
<b>B) Oneri Correnti</b>			0,00
6 Personale	-5.689.609,00	-5.808.771,00	-119.162,00
7 Funzionamento	-1.365.000,00	-1.408.786,00	-43.786,00
8 Interventi economici	-481.951,00	-385.850,00	96.101,00
9 Ammortamenti e accantonamenti	-4.250.626,00	-3.932.699,00	317.927,00
<b>Totale Oneri Correnti B</b>	<b>-11.787.186,00</b>	<b>-11.536.106,00</b>	<b>251.080,00</b>
<b>Risultato della gestione corrente A-B</b>	<b>-1.822.029,00</b>	<b>-1.827.543,00</b>	<b>-5.514,00</b>
<b>C) GESTIONE FINANZIARIA</b>			0,00
10 Proventi finanziari	-	-	0,00
11 Oneri finanziari	-15.000,00	-20.000,00	-5.000,00
<b>Risultato della gestione finanziaria</b>	<b>-15.000,00</b>	<b>-20.000,00</b>	<b>-5.000,00</b>
<b>D) GESTIONE STRAORDINARIA</b>			0,00
12 Proventi straordinari	-	-	0,00
13 Oneri straordinari	-	-	0,00
<b>Risultato della gestione straordinaria</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>0,00</b>
14 Rivalutazioni attivo patrimoniale	-	-	0,00
15 Svalutazione attivo patrimoniale	-	-	0,00
Differenze rettifiche attività finanziarie	-	-	0,00
<b>Disavanzo/Avanzo economico esercizio A-B -</b>	<b>-1.837.029,00</b>	<b>-1.847.543,00</b>	<b>-10.514,00</b>
<b>C -D</b>			0,00
<b>PIANO DEGLI INVESTIMENTI</b>			
<b>E) IMMOBILIZZAZIONI IMMATERIALI</b>		5.000,00	5.000,00
<b>Totale immobilizzazioni immateriali (E)</b>		<b>5.000,00</b>	<b>5.000,00</b>
<b>F) IMMOBILIZZAZIONI MATERIALI</b>		138.000,00	138.000,00
<b>Totale immobilizzazioni materiali (F)</b>		<b>138.000,00</b>	<b>138.000,00</b>
<b>G) IMMOBILIZZAZIONI FINANZIARIE</b>			0,00
14) Partecipazioni e quote			0,00
15) Altri investimenti mobiliari			0,00
<b>Totale immobilizzazioni finanziarie (G)</b>		<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>TOTALE INVESTIMENTI (E+F+G)</b>		<b>143.000,00</b>	<b>143.000,00</b>



## IV. Pari opportunità e bilancio di genere

Nel 2019 la Camera di Commercio di Messina non ha individuato obiettivi in riferimento alle pari opportunità e al bilancio di genere.

Entrambe le tematiche rappresentano delle aree di miglioramento delle quali l'ente dovrà tener conto nella definizione futura delle priorità strategiche.

## V. Il processo di redazione sulla performance

### VI.1 Fasi, soggetti, tempi e responsabilità

L'introduzione del D.lgs.150/2009 ("Decreto Brunetta") prevede una modalità di gestione che pone al centro le performance dell'Ente e quella individuale.

Come recita l'art.4 capo secondo del predetto decreto:

*<< il ciclo della performance si articola nelle seguenti fasi:*

- ✓ *definizione ed assegnazione degli obiettivi che si intendono raggiungere, dei valori che si intendono raggiungere, dei valori attesi di risultato e dei rispettivi indicatori;*
- ✓ *collegamento tra gli obiettivi e l'allocazione delle risorse*
- ✓ *monitoraggio in corso di esercizio e attivazione di eventuali interventi correttivi;*
- ✓ *misurazione e valutazione della performance, organizzativa e individuale;*
- ✓ *utilizzo di sistemi premianti, secondo criteri di valutazione del merito;*
- ✓ *rendicontazione dei risultati agli organi di indirizzo politico-amministrativo, ai vertici delle amministrazioni, nonché ai competenti organi esterni, ai cittadini, ai soggetti interessati, agli utenti e ai destinatari dei servizi.>>*

È quindi stato opportuno che la Camera di Commercio di Messina si dotasse di strumenti e procedure adeguate per presidiare le varie fasi del ciclo, che si possono quindi sintetizzare come segue:

- Redazione del piano della performance (con relativi obiettivi, KPI e target).
- Valutazione del raggiungimento degli obiettivi per la quantificazione degli incentivi.

- Redazione della relazione sulla gestione della performance relativa sia all'ente che individuale.
- Erogazione degli incentivi nel corso dell'anno 2020, sulla base dei risultati conseguiti nel 2019.

Il presente programma di lavoro della CCIAA di Messina non ha previsto una singola attività, ma un insieme di azioni, che collegate fra loro hanno sviluppato nel tempo e portato la Camera di Commercio, alla piena gestione del Ciclo della Performance, sia relativamente al rispetto della normativa di riferimento, sia per ciò che concerne un'attenta pianificazione e controllo periodico interno dei risultati raggiunti.

L'articolazione delle fasi è stato quindi modulare ed è stato composto nello specifico dai seguenti stadi:

- ✓ *Colloqui preliminari con il personale della Camera di Commercio e dell'Azienda Speciale.*
- ✓ *Predisposizione del Piano della Performance 2019.*
- ✓ *Monitoraggio della performance e produzione della reportistica relativa.*
- ✓ *Misurazione della performance individuale.*
- ✓ *Relazione sulla performance.*

*Colloqui preliminari con il personale della Camera di Commercio e dell'Azienda Speciale.*

L'attività è stata effettuata per pianificare e valutare l'attività dei singoli dipendenti e dell'Ente in generale.

Il fine ultimo è stato stabilire, in base alle esigenze istituzionali, su indicazioni del Segretario Generale, obiettivi ed eventuali implementazioni atte al miglioramento delle procedure interne all'Ente.

#### *Predisposizione Piano della Performance 2019*

Questa fase, di competenza dirigenziale, successiva ai colloqui preventivamente effettuati, ha previsto la costruzione dell'albero della performance per il triennio 2016 - 2019 e la produzione delle schede sia strategiche che operative.

Il tutto integrato con l'associazione degli indicatori per la misurazione della performance e le risorse economiche ed umane impiegate.

#### *Monitoraggio della performance e produzione della reportistica relativa*

E' stato effettuato il monitoraggio della performance strategica ed operativa dell'Ente.

### *Misurazione della performance individuale*

Riguarda l'erogazione degli incentivi e sarà stata effettuata nel mese di dicembre 2020 a consuntivo dell'intera annualità 2019.

### *Relazione sulla performance*

E' consistita nella predisposizione del presente documento, così come stabilito dalla normativa D.lgs. 150/2009 come modificato dal D.Lgs.n. 74/2017.

## ***VI.2 Punti di forza e di debolezza del ciclo della performance***

### **PUNTI DI FORZA**

- Una visione globale e complessa dell'intero ciclo della performance e quindi dei risultati raggiunti in termini di performance e della valutazione in termini di performance di struttura e individuale.
- Adozione da parte di tutto il personale delle logiche che animano la c.d. "riforma Brunetta", e comportamento orientato alla definizione e condivisione degli obiettivi e dei risultati individuali ma anche di Ente.
- Maggiore trasparenza nei confronti degli stakeholder esterni e verso l'interno della struttura mediante inserimento e consultazione delle informazioni sul sito camerale.

### **PUNTI DI DEBOLEZZA**

- La scarsa dotazione organica dell'ente continua a gravare con notevoli carichi di lavoro sul personale in servizio che si trova a dover coprire più servizi con il medesimo orario di lavoro.