

***BILANCIO DI PREVISIONE PER L'ANNO 2014***

***DPR n. 254 del 02.11.2005***

# COM.TUR

Azienda Speciale della Camera di Commercio di Napoli per  
il Commercio, il Turismo e il Terziario

## RELAZIONE ILLUSTRATIVA

The image shows several handwritten signatures and initials in blue ink. At the top right is a signature that appears to be 'A. De...'. Below it, on the left, is a large, dense scribble. To the right of the scribble is a signature that looks like 'P. De...'. Further to the right are two smaller signatures, one of which is a simple 'a'.

La presente proposta di bilancio è stata redatta seguendo la metodologia prevista dal DPR n. 254 del 2 novembre 2005.

Relativamente alle entrate, la previsione per il 2014 tiene conto del contributo della Camera di Commercio di Napoli, per Euro 720.000,00 nonché di interessi attivi, per Euro 500,00.

In relazione alle uscite, la valutazione è stata operata tenendo conto della spesa al 31.12.2013 contenuta nella variazione al bilancio di previsione dell'Azienda approvato dal Consiglio di Amministrazione dell'Azienda nel corso della presente seduta.

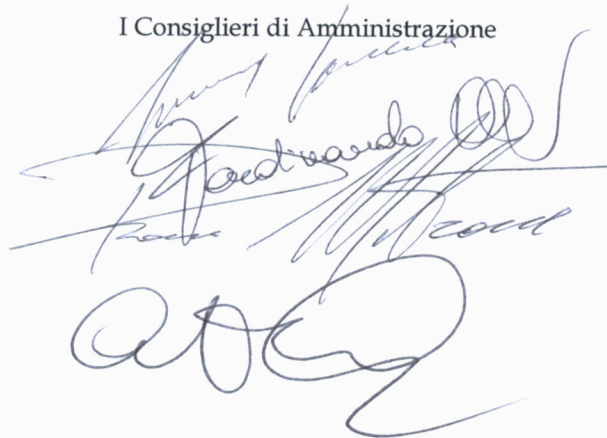
Per quanto concerne le attività promozionali, la posta in bilancio di Euro 386.050,00 per la realizzazione delle iniziative programmate è, così come verificatosi per il 2013, sicuramente suscettibile di aumento specie se considerata globalmente con l'integrazione di ulteriori risorse provenienti da progetti cofinanziabili a valere su fondi locali, regionali, nazionali e comunitari.

Per un esame analitico delle singole poste in bilancio si rimanda all'esame della descrizione dei costi e dei ricavi previsti e al programma di attività.

Il Presidente  
Roberto De Laurentiis



I Consiglieri di Amministrazione



## COM.TUR

Azienda Speciale della Camera di Commercio di Napoli per  
il Commercio, il Turismo e il Terziario

### BILANCIO DI PREVISIONE ANNO 2014

*(Descrizione analitica dei singoli stanziamenti proposti per  
ciascuna voce di ricavi e costi)*





# COM.TUR

Azienda Speciale della Camera di Commercio di Napoli per  
il Commercio, il Turismo e il Terziario

**RICAVI  
ORDINARI**

The image shows several handwritten marks in blue ink. At the top left is a simple signature. To its right is a large, complex scribble consisting of multiple overlapping lines. Below these, there are two more distinct signatures, one on the left and one on the right, both appearing to be cursive or stylized.

**VOCE A.1 - Proventi da servizi:**

Assestato	2013 .....	E.	0
Previsione	2014 .....	E.	0

**VOCE A.2 - Contributo in conto capitale e interessi attivi:**

Assestato	2013 .....	E.	1.822,61
Previsione	2014 .....	E.	500,00

Detta previsione riguarda gli interessi attivi, calcolati sulla base dell'assestato 2013.

**VOCE A.3 - Contributi da organismi comunitari:**

Assestato	2013 .....	E.	0
Previsione	2014 .....	E.	0

**VOCE A.4 - Contributi regionali o da altri enti pubblici:**

Assestato	2013 .....	E.	0
Previsione	2014 .....	E.	0




**VOCE A.5 - Altri contributi:**

Assestato	2013 .....	E.	0
Previsione	2014 .....	E.	0

**VOCE A.6 - Contributo CCIAA di Napoli:**

Assestato	2013 .....	E.	2.541.615,00
Previsione	2014 .....	E.	720.000,00

Detta previsione riguarda il contributo in conto esercizio e in conto capitale della Camera di Commercio di Napoli calcolato sulla base del contributo ordinario concesso per l'anno 2013.

q 6    

# COM.TUR

Azienda Speciale della Camera di Commercio di Napoli per  
il Commercio, il Turismo e il Terziario



**COSTI DI  
STRUTTURA**



**VOCE B.7 - Organi Istituzionali:**

Assestato	2013 .....	E.	65.000,00
Previsione	2014 .....	E.	20.000,00

In base a quanto stabilito dal Consiglio camerale nella seduta N. 1 del 2 agosto 2013, detto stanziamento riguarda i compensi al Collegio dei revisori (comprensivi di oneri contributivi, Cassa, Iva, rimborsi spese e gettoni di presenza) per il periodo gennaio / dicembre 2014 e la corresponsione agli amministratori del solo gettone di presenza per un importo pari a Euro 30,00 / seduta oltre ad eventuali rimborsi spese.

The image shows five handwritten signatures in blue ink, arranged in two columns. The left column contains three signatures, and the right column contains two. The signatures are stylized and cursive.

**VOCE B.8 - Personale:**

Assestato	2013 .....	E.	237.750,00
Previsione	2014 .....	E.	237.750,00

Detto stanziamento riguarda il costo di n. 2 unità assunte a tempo indeterminato e il costo del Direttore calcolato sulla previsione al 31.12.2013. Riguarda, inoltre, gli oneri sociali dipendenti e dirigente, i buoni pasto dipendenti, l'accantonamento annuale per il TFR dei dipendenti e del direttore, i costi sostenuti per i fondi Pastore, Negri, Fasdac, Quas e Est.

The image shows several handwritten signatures and initials in blue ink. There are four distinct marks: a large circular scribble at the top left, a vertical signature at the top right, a large, complex scribble in the middle, and a signature at the bottom.

**VOCE B.9 - Funzionamento:**

Assestato	2013 .....	E.	66.603,66
Previsione	2014 .....	E.	58.700,00

**Specifica:**

	<i>Assestato 13</i>	<i>Previsione 14</i>
B.5.1 Cancelleria e stampati	E. 5.000,00	E. 5.000,00
B.5.2 Sanzioni	E. 821,75	E. 0
B.5.3 Postali, spedizioni, v. bollati	E. 2.500,00	E. 2.500,00
B.5.4 Telefoniche	E. 5.000,00	E. 5.000,00
B.5.5 Assicurazioni	E. 10.803,18	E. 7.900,00
B.5.6 Canoni, manutenzioni	E. 2.152,41	E. 2.200,00
B.5.7 Consulenze fiscali e lavoro	E. 21.774,43	E. 19.000,00
B.5.8 Assistenza software	E. 1.537,30	E. 1.500,00
B.5.9 Spese di rappresentanza e ospitalità	E. 2.500,00	E. 2.100,00
B.5.10 Spese comunicazione ist.	E. 1.000,00	E. 1.000,00
B.5.11 Aggiornamento sito web	E. 11.000,00	E. 10.500,00
B.5.12 Servizio cassa	E. 0	E. 0
B.5.13 Spese missioni, partecipazioni incontri / seminari - Spese varie	E. 2.500,00	E. 2.000,00
B.5.14 Abbuoni	E. 14,59	E. 0

Gli importi sono stati preventivati prendendo in considerazione la variazione al bilancio di previsione al 31.12.2013 al netto delle sanzioni e dei maggiori costi sostenuti nel 2013 per l'indagine conoscitiva dei saldi patrimoniali dei bilanci di esercizio 2011 e per assicurazioni.

**VOCE B.10 - Irap - Ires - Ammortamenti - Oneri finanziari:**

Assestato	2013 .....	E.	17.749,78
Previsione	2014 .....	E.	18.000,00

Detta voce riguarda le presunte imposte IRAP, IRES, ammortamenti materiali / immateriali ed oneri finanziari calcolati sulla base dell'assestato 2013.

Four handwritten signatures in blue ink, arranged in two columns. The top-left signature is a large, stylized loop. The top-right signature is a more linear, cursive script. The bottom-left signature is a complex, multi-lined scribble. The bottom-right signature is a smaller, circular loop with a tail.

## COM.TUR

Azienda Speciale della Camera di Commercio di Napoli per  
il Commercio, il Turismo e il Terziario

**COSTI  
ISTITUZIONALI**

Handwritten scribbles and signatures in blue ink, including a large circular mark, a diagonal line, a complex scribble, a smaller circle, and a vertical scribble.



VOCE C.11 - Spese per progetti e iniziative:

Assestato	2013 .....	E.	2.156.334,17
Previsione	2014 .....	E.	386.050,00

Questa voce comprende i costi per i programmi da attuare nel 2014 di seguito dettagliati:

**A - Promozione settore commercio - Euro 180.000,00**

- Progetto A1 - "Promozione attività commerciali di Napoli e provincia"

Azioni programmate: Organizzazione di sei iniziative promozionali pilota a sostegno di altrettanti territori di Napoli e provincia.

Indicatori e strumenti utilizzati per la misurazione dell'impatto del progetto:

Saranno quantificati il numero di partecipanti ai sei eventi, il numero di strutture commerciali coinvolte, il numero di articoli pubblicati sulla stampa locale ed il numero di servizi televisivi realizzati. Il parametro utilizzato per monitorare e valutare il successo delle sei iniziative consiste nella partecipazione di almeno 3.000 persone / evento, nel coinvolgimento effettivo e diretto di almeno 150 esercizi commerciali / evento e nella raccolta complessiva di almeno 30 articoli / servizi.

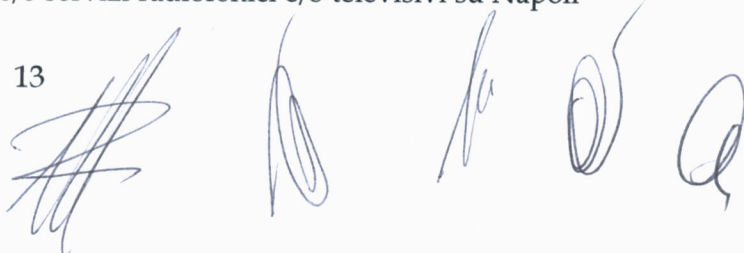
**AB - Promozione commercio e turismo - Euro 5.000,00**

- Progetto AB1 - "Servizi televisivi, giornalistici e/o fotografici 2014"

Azioni programmate: Assistenza ed ospitalità a giornalisti, fotografi, troupe televisive / radiofoniche internazionali che nel corso dell'anno inoltreranno richiesta di effettuare servizi dedicati all'offerta turistica e commerciale di Napoli e della sua provincia.

Indicatori e strumenti utilizzati per la misurazione dell'impatto del progetto:

L'impatto del progetto sarà valutato quantificando il numero di articoli pubblicati e/o servizi televisivi, radiofonici realizzati entro il 31.12.2014. Il parametro utilizzato per monitorare e valutare il successo del progetto consiste nella raccolta di almeno 5 articoli e/o servizi radiofonici e/o televisivi su Napoli



e provincia. Il valore pubblicitario ipotetico dei su richiamati articoli e/o servizi, calcolato sulla diffusione e tiratura media di testate ed emittenti internazionali, è pari a oltre Euro 50.000,00. Saranno, altresì, monitorate e valutate le collaborazioni attivate con le strutture alberghiere e della ristorazione di Napoli e provincia ed i ricavi figurativi derivanti dall'offerta di ospitalità gratuita per i rappresentanti dei media coinvolti. Il parametro utilizzato consiste nell'attivazione di collaborazioni equivalenti ad almeno Euro 3.000,00 in termini di ricavi figurativi.

**B - Promozione dell'offerta turistica di Napoli e provincia - Euro 201.050,00**

- Progetto B1 - "Iniziativa di marketing finalizzate alla promozione dell'offerta turistica, tipica e tradizionale di Napoli e della sua provincia - Roadshow 2014"

Azioni programmate: Il progetto prevede l'organizzazione di un evento informativo / promozionale in una importante capitale europea.

Indicatori e strumenti utilizzati per la misurazione dell'impatto del progetto:

L'impatto del progetto sarà valutato quantificando: il numero di rappresentanti dei media e dei tour operator che parteciperanno all'evento, utilizzando come parametro per monitorare e valutare il successo dell'iniziativa la presenza di almeno 60 ospiti qualificati; il numero di articoli pubblicati e/o servizi televisivi, radiofonici realizzati dai media partecipanti all'evento entro il 31.12.2014, utilizzando come parametro per monitorare e valutare il successo del progetto la raccolta di almeno 3 articoli e/o servizi radiofonici e/o televisivi su Napoli e provincia. Il valore pubblicitario ipotetico dei su richiamati articoli e/o servizi, calcolato sulla diffusione e tiratura media di testate ed emittenti del mercato target, è pari a oltre Euro 50.000,00. Saranno, altresì, monitorate e valutate le collaborazioni attivate con le strutture alberghiere di Napoli e provincia ed il numero di soggiorni omaggio offerti dalle stesse utilizzando quale parametro per valutare il successo del progetto la raccolta di almeno 3 soggiorni omaggio di sei notti con prima colazione ciascuno per due persone equivalenti a circa Euro 5.000,00 in termini di ricavi figurativi. Infine, saranno

Q

14



valutate le collaborazioni attivate con le strutture produttive di Napoli e provincia ed i prodotti omaggio offerti dalle stesse, utilizzando quale parametro per monitorare il successo dell'iniziativa la messa a disposizione di prodotti omaggio equivalenti ad almeno Euro 500,00 in termini di ricavi figurativi.

- Progetto B2 - "Press Tour 2014"

Azioni programmate: Il progetto prevede l'organizzazione di tre press tour, a marzo, maggio e settembre 2014, finalizzati a promuovere l'offerta turistica della città di Napoli, delle tre isole del Golfo e dei "poli" archeologici di Pompei, Ercolano e Campi Flegrei attraverso la pubblicazione, in Italia ed all'estero, di articoli giornalistici e/o servizi televisivi / radiofonici / fotografici.


Indicatori e strumenti utilizzati per la misurazione dell'impatto del progetto:

L'impatto del progetto sarà valutato quantificando il numero di articoli pubblicati e/o servizi televisivi / radiofonici / fotografici realizzati dai giornalisti partecipanti ai tre tour entro il 31.12.2014, utilizzando come parametro per monitorare e valutare il successo del progetto la raccolta di almeno 15 articoli e/o servizi radiofonici / televisivi / fotografici sulla città di Napoli, sulle tre isole del Golfo, su Pompei, su Ercolano e sui Campi Flegrei. Il valore pubblicitario ipotetico dei su richiamati articoli e/o servizi, calcolato sulla diffusione e tiratura media di testate ed emittenti nazionali ed internazionali, è pari ad oltre Euro 150.000,00. Saranno, altresì, monitorate le collaborazioni attivate con le strutture produttive di Napoli e provincia ed i prodotti omaggio offerti dalle stesse, utilizzando quale parametro per valutare il successo dei due tour la messa a disposizione di almeno 40 prodotti omaggio equivalenti ad Euro 1.000,00 in termini di ricavi figurativi.

- Progetto B3 - "Partecipazione Italian Workshop Stoccolma" – 3 aprile 2014

Azioni programmate: Il progetto prevede l'organizzazione di una conferenza stampa di presentazione dell'offerta turistica di Napoli e provincia nonché di una cena a tema in occasione della 33ma edizione dell'Italian Workshop

15





dedicato ai mercati scandinavi e baltici che avrà luogo il 3 aprile 2014 a Stoccolma.

Indicatori e strumenti utilizzati per la misurazione dell'impatto del progetto:

L'impatto del progetto sarà valutato quantificando: il numero di rappresentanti dei media e dei tour operator che parteciperanno alla conferenza stampa, al workshop ed alla cena a tema, utilizzando come parametro per monitorare e valutare il successo dell'iniziativa la presenza di almeno 130 giornalisti e tour operator / agenzie di viaggio provenienti dalla Scandinavia, dai Paesi Baltici e dall'Islanda; il numero di articoli pubblicati e/o servizi televisivi, radiofonici realizzati dai media partecipanti alla conferenza stampa entro il 31.12.2014, utilizzando come parametro per monitorare e valutare il successo del progetto la raccolta di almeno 2 articoli e/o servizi radiofonici / televisivi su Napoli e provincia aventi un valore pubblicitario ipotetico, calcolato sulla diffusione e tiratura media di testate ed emittenti del mercato target, pari a oltre Euro 20.000,00; il numero di contatti registrati durante il Workshop dagli operatori dell'ospitalità e dell'incoming di Napoli e provincia partecipanti al Workshop con rappresentanti dei tour operator / agenzie di viaggio del mercato target, utilizzando quale parametro la registrazione di almeno 100 contatti utili e qualificati. Saranno, altresì, monitorate e valutate le collaborazioni attivate con le strutture alberghiere di Napoli e provincia ed il numero di soggiorni omaggio offerti dalle stesse, utilizzando quale parametro per valutare il successo del progetto la raccolta di almeno 3 soggiorni omaggio di sei notti con prima colazione ciascuno per due persone, equivalenti a circa Euro 4.500,00 in termini di ricavi figurativi. Infine, saranno valutate le collaborazioni attivate con le strutture produttive di Napoli e provincia ed i prodotti omaggio offerti dalle stesse, utilizzando quale parametro per monitorare il successo dell'iniziativa la messa a disposizione di almeno 130 prodotti omaggio equivalenti a circa Euro 1.000,00 in termini di ricavi figurativi.



16



COM.TUR

Azienda Speciale della C.C.I.A.A. di Napoli

**Bilancio di Previsione per l'anno 2014**

-Nota Integrativa-

**- ENTRATE -**

**A) RICAVI ORDINARI**

In questa sezione sono iscritte le voci relative alle entrate dell'Azienda.

A			Ass. 2013	Prev. 2014
A	A.1	Proventi da servizi	€ 0	€ 0
A	A.2	Contributi in conto capitale e interessi attivi	€ 1.822,61	€ 500,00
A	A.3	Contributi da organismi comunitari	€ 0	€ 0
A	A.4	Contributi regionali o da altri enti pubblici	€ 0	€ 0
A	A.5	Altri contributi	€ 0	€ 0
A	A.6	Contributo CCIAA	€ 2.541.615,00	€ 720.000,00

**- USCITE -**

**B) COSTI DI STRUTTURA**

Le voci riportate nel capitolo B riguardano i costi di funzionamento dell'azienda.

B			Ass. 2013	Prev. 2014
B	B.7	Organi Istituzionali	€ 65.000,00	€ 20.000,00
B	B.8	Personale	€ 237.750,00	€ 237.750,00
B	B.9	Funzionamento	€ 66.603,66	€ 58.700,00
B	B.10	Irap - Ires - Ammortamenti - Oneri finanziari	€ 17.749,78	€ 18.000,00

**C) COSTI ISTITUZIONALI**

Le voci riportate nel capitolo C riguardano i costi per progetti e iniziative dell'azienda.

C			Ass. 2013	Prev. 2014
C	C 11	Spese per progetti e iniziative	€ 2.156.334,17	€ 386.050,00





<b>A ) Ricavi ordinari</b>		<b>ASSESTATO</b>	<b>PREVISIONE</b>
		<b>2013 - EURO</b>	<b>2014 - EURO</b>
A.1	Proventi da servizi	0	0
A.2	Contributi in conto capitale e interessi attivi	1.822,61	500,00
A.3	Contributi da organismi comunitari	0	0
A.4	Contributi regionali o da altri enti pubblici	0	0
A.5	Altri contributi	0	0
A.6	Contributo CCIAA	2.541.61500	720.000,00
<b>TOTALE A</b>		<b>2.543.437,61</b>	<b>720.500,00</b>

<b>B) Costi di struttura</b>		<b>ASSESTATO</b>	<b>PREVISIONE</b>
		<b>2013 - EURO</b>	<b>2014 - EURO</b>
B.7	Organi istituzionali	65.000,00	20.000,00
B.8	Personale	237.750,00	237.750,00
B.9	Funzionamento	66.603,66	58.700,00
B.10	Ammortamenti e accantonamenti	17.749,78	18.000,00
<b>TOTALE B</b>		<b>387.103,44</b>	<b>334.450,00</b>

<b>C) Costi Istituzionali</b>		<b>ASSESTATO</b>	<b>PREVISIONE</b>
		<b>2013 - EURO</b>	<b>2014 - EURO</b>
C. 11	Spese per progetti e iniziative	2.156.334,17	386.050,00
<b>TOTALE C</b>		<b>2.156.334,17</b>	<b>386.050,00</b>

Handwritten signatures and initials, including a large stylized 'Q' and several scribbled-out marks.





## PROGRAMMA INIZIATIVE PROMOZIONALI E STRATEGICHE

ANNO 2014

L'obiettivo principale del presente programma consiste, in linea con la strategia attuata nelle annualità precedenti, nel continuare a sostenere lo sviluppo dei settori del commercio e dei servizi e la promozione dell'offerta turistica di Napoli e provincia sui mercati nazionali ed internazionali.

### La congiuntura internazionale, nazionale e regionale

Come nel caso delle precedenti annualità, il programma è stato elaborato confrontandosi con l'evoluzione della congiuntura economica internazionale, nazionale e regionale, ancora pesantemente segnata da un rallentamento della crescita e dalla recessione.

La contrazione del Pil rilevata nel 2012 (-0,6% nella zona euro e -2,4% in Italia) è, infatti, continuata nei primi tre mesi del 2013 e secondo le principali previsioni OCSE e FMI continuerà a perdurare per tutto l'anno, con un calo del Pil del -0,3% nella zona euro e tra il -1,6% ed il -1,8% in Italia. Si tratta di risultati e di scenari preoccupanti che confermano il trend decennale di recessione in cui versa l'economia italiana dove tra il 2007 e il 2013 il Pil è sceso di oltre l'8% ed è tornato ai livelli del 2000. Nessun altro Paese dell'Eurozona sta vivendo una simile caduta, ad eccezione della Grecia.

Il protrarsi dell'andamento recessivo dell'economia italiana determinerà, nell'anno in corso, un peggioramento dei principali indicatori economici e, tra questi, una flessione della domanda interna (-2,5%), una riduzione della spesa delle imprese e delle amministrazioni pubbliche, un aumento della disoccupazione (11,9%) ed una compressione dell'occupazione (-1%) mentre permane anche per quest'anno una moderata crescita delle esportazioni (+2,3%).

Previsioni pessimistiche nel 2013 anche per il turismo, soprattutto per quello interno per il quale si stima un calo pari a circa il 7% (2,7 miliardi di euro in meno) in Italia e a circa l'8,5% in Campania. Sul versante del turismo straniero, i risultati dell'indagine congiunturale del Ciset (Centro Internazionale di Studi sull'economia turistica) condotta ad aprile di quest'anno sulle aspettative degli operatori turistici italiani per il semestre



maggio – ottobre 2013 presenta previsioni negative sia in termini di arrivi stranieri (-1,6%) sia in termini di presenze (-1,8%). I nostri competitor risultano essere, invece, in crescita: la Spagna a maggio 2013 ha registrato il 13,8% in più di pernottamenti rispetto a maggio 2012 con una media di 5 giornate / persona (+1,9%). Più significativa la diminuzione dei flussi di turisti italiani che dovrebbe toccare il -7,6%, mentre le presenze dovrebbero contrarsi del -8,0%. Previsioni pessimistiche anche per l'andamento del fatturato del turismo in Italia (-7,8%) rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Tra i principali mercati di origine della domanda, in leggero aumento i turisti tedeschi, così come gli statunitensi ed i giapponesi, mentre in diminuzione, oltre agli italiani, i francesi ed i britannici. Tra i mercati esteri emergenti, dinamiche fortemente positive sono attese per i turisti provenienti dai paesi BRIC (Brasile, Russia, India e Cina), dall'Europa dell'Est e dall'Argentina. La classifica dei prodotti turistici più gettonati per l'estate 2013 vede, ai primi posti, l'agriturismo ed il turismo verde, il turismo culturale e d'arte ed il turismo fitness e benessere. Nuovamente positivo, nelle opinioni degli intervistati, anche l'andamento del turismo crocieristico. Pressoché stabile il turismo balneare, mentre in leggera flessione il termale tradizionale ed in contrazione quello congressuale.

Le previsioni Unioncamere – Prometeia, che rendono disponibili al 2014/2015 una serie di elaborazioni articolate a livello provinciale e regionale, confermano sostanzialmente uno scenario recessivo per l'economia italiana nel 2013 e deboli segnali di ripresa nel 2014/2015. Per il Mezzogiorno e la Campania il peso della recessione da sopportare appare particolarmente gravoso in quanto si prevede che nel 2013 il valore aggiunto della Campania (-1,9%) e delle regioni meridionali (-2%) si contrarrà più sensibilmente rispetto al dato medio nazionale (-1,4%). Il tasso di disoccupazione previsto per il 2013 è pari, in Campania, al 20,8%, in consistente aumento rispetto a quello registrato nel 2011/2012 (19,3%). Continua invece, in linea con il trend registrato a livello nazionale, a tenere l'export che, seppure limitatamente, segna una crescita in rapporto al valore aggiunto prodotto.

## L'economia della provincia di Napoli

Particolarmente critica, nel 2012, l'evoluzione della **struttura imprenditoriale napoletana** che evidenzia un consistente saldo negativo tra iscrizioni e cessazioni che ha interessato in particolare settori quali l'agricoltura (-504 imprese), l'edilizia (-380), **il commercio all'ingrosso (-448), il commercio al dettaglio (-259) e le attività ristorative (-223)**.

Relativamente al **mercato del lavoro**, nel 2012 si rileva, da un lato, una sostanziale tenuta dell'occupazione ma, dall'altro, un notevole incremento delle persone che dichiarano di essere in cerca di occupazione (+35%) che eleva il tasso di disoccupazione nella provincia al 22,6%.

L'**export** della provincia di Napoli interrompe nel 2012 gli andamenti positivi registrati nel 2010 e nel 2011 e segna un risultato negativo (-3,8%) mentre le altre province campane continuano a mantenere incrementi che vanno dal 4,7% al 5,3% per Avellino e Salerno, ai più contenuti 0,9% e 1,2% per Caserta e Benevento. L'area geografica prevalente di



destinazione delle esportazioni provinciali continua ad essere quella europea (51% del totale) seguita dall'America settentrionale (18,7%) e dal vicino e medio oriente (7,0%). Tra i principali paesi di destinazione delle esportazioni napoletane, la prima posizione spetta agli Stati Uniti (con valori aumentati del 30% rispetto al 2011), seguiti da Francia, Svizzera e Regno Unito. Le più significative merci dell'export sono rappresentate da aeromobili e veicoli spaziali, medicinali e preparati farmaceutici, articoli di abbigliamento, frutta e ortaggi lavorati, prodotti da forno, motori e calzature.

Anche per il **turismo** il 2012, dopo due anni (il 2010 e 2011) particolarmente positivi e segnati da un consistente aumento dei flussi di arrivi (+19,1%) e di presenze (+16,5%) registrate, segna una sostanziale battuta di arresto: in complesso, rispetto al 2011, gli arrivi risultano diminuiti di oltre 60 mila unità (-1,9%) mentre le presenze sono aumentate solo dello 0,9%. Tale contrazione degli arrivi risulta ascrivibile alla sola componente italiana del flusso turistico provinciale che, nel corso del 2012, si è ridotta del 3,5%, perdendo 60 mila arrivi rispetto all'anno precedente e riducendo la permanenza dell'1,6% (89 mila presenze in meno) con particolare intensità durante i mesi della stagione estiva. Va, pertanto, rilevato come la sostanziale tenuta del movimento dei clienti negli esercizi ricettivi della provincia sia dovuta al positivo comportamento della componente turistica straniera che si è mantenuta sugli stessi livelli del 2011 in termini di arrivi registrati (1,440 milioni) ma ha incrementato le presenze del 3,5% (da 5,386 a 5,576 milioni). Interessanti anche gli andamenti mensili del flusso turistico provinciale che evidenziano significative variazioni positive di arrivi e di presenze nei mesi di marzo e aprile (29 mila arrivi e 127 mila presenze in più rispetto al 2011) e di novembre e dicembre (97 mila presenze in più). I dati della Banca d'Italia sul saldo della spesa del turismo internazionale, che risulta raddoppiato nel 2012 rispetto al 2011 (da 146 a 292 milioni di euro), confermano l'apporto economico largamente positivo della componente straniera della domanda turistica provinciale, la cui spesa totale è passata, nel biennio, da 908 a 1.014 milioni di euro. Tuttavia, nel valutare le positive performance dell'economia turistica provinciale registrate negli ultimi anni, occorre tenere debitamente conto delle dinamiche evolutive del turismo internazionale e nazionale che, secondo recenti analisi condotte dalla Banca d'Italia, sono caratterizzate da una serie di fenomeni e tendenze quali la diminuzione della quota mondiale di mercato dell'Italia, il ristagno della spesa turistica, l'arretramento delle aree nazionali a maggiore specializzazione a vantaggio delle città d'arte, la durata media del viaggio in tendenziale flessione in particolare per i turisti italiani e, infine, la dimensione della spesa media giornaliera degli stranieri alloggiati in albergo che, nel Mezzogiorno, è del 20% più bassa rispetto alle altre aree geografiche italiane (in media 95 euro contro 113 euro del Nord e 127,2 euro del Centro). E non dimentichiamo che le previsioni ad oggi registrate a livello nazionale per il 2013, sia per il turismo interno che per quello straniero, non sono affatto positive.

Dai dati sopra riportati e, soprattutto, da quelli relativi alle previsioni per il 2013 a livello nazionale emerge chiaramente la necessità di confermare la strategia, già avviata da COM.TUR nel 2011, di sostegno del comparto turistico e, per suo tramite, vista la forte





presenza in provincia di Napoli di esercizi commerciali al dettaglio localizzati in maniera capillare su tutto il territorio, del commercio al dettaglio.

## **Il programma di COM.TUR**

Alla luce della su richiamata congiuntura economica provinciale, nazionale ed internazionale ed in linea con le precedenti programmazioni dell'Azienda, COM.TUR, nel 2014, concentrerà le proprie risorse sulla programmazione e sulla realizzazione di azioni aventi le seguenti strategie settoriali e tematiche:

### ***Settore commercio e terziario***

Nel 2014 la promozione del comparto del commercio si concentrerà sul sostegno, già avviato nel 2012 e nel 2013, dei territori e coinvolgerà sei ulteriori aree pilota di Napoli città e provincia attraverso l'organizzazione di sei eventi che avranno l'obiettivo di attirare potenziali visitatori (a corto, medio e lungo raggio, anche e soprattutto sfruttando l'appeal turistico del territorio) nei territori individuati, valorizzando così la loro offerta commerciale.

### ***Settore turismo***

Con l'obiettivo di continuare a sostenere un comparto che, malgrado le difficoltà dovute alla pesante contrazione del turismo interno, ha continuato a dimostrare di essere in grado di controbilanciare la performance sostanzialmente negativa dell'economia provinciale e con lo scopo di non disperdere le risorse disponibili, sarà data priorità ad alcuni interventi strategici finalizzati alla promozione di un'immagine "integrata" della provincia di Napoli, comprensiva di arte, cultura, tradizioni, bellezze paesaggistiche, beni di consumo, enogastronomia.

## **Le azioni programmate**

Nel 2014 il programma sopra delineato diventerà operativo attraverso le seguenti azioni:

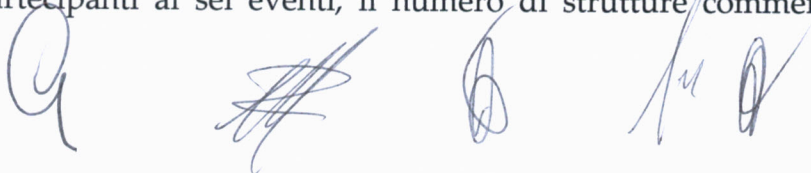
### ***Settore commercio e terziario***

#### *Promozione settore commercio:*

- *Progetto A1* – Promozione attività commerciali di Napoli e provincia.

Azioni programmate: Organizzazione di sei iniziative promozionali pilota a sostegno di altrettanti territori di Napoli e provincia, di cui almeno uno a Napoli città, in grado di catalizzare l'attenzione di potenziali visitatori (a corto, medio e lungo raggio) sull'offerta commerciale delle aree individuate.

Indicatori e strumenti utilizzati per la misurazione dell'impatto del progetto: Saranno quantificati il numero di partecipanti ai sei eventi, il numero di strutture commerciali



coinvolte, il numero di articoli pubblicati sulla stampa locale ed il numero di servizi televisivi realizzati. Il parametro utilizzato per monitorare e valutare il successo delle sei iniziative consiste nella partecipazione di almeno 3.000 persone / evento, nel coinvolgimento effettivo e diretto di almeno 150 esercizi commerciali / evento e nella raccolta complessiva di almeno 30 articoli / servizi.

### **Settore commercio e turismo**

*Promozione dell'offerta commerciale e turistica di Napoli e provincia:*

- *Progetto AB1* - "Servizi televisivi, giornalistici e/o fotografici 2014" finalizzati alla promozione dell'offerta commerciale e turistica del territorio.

Azioni programmate: Assistenza ed ospitalità a giornalisti, fotografi, troupe televisive / radiofoniche internazionali che nel corso dell'anno inoltreranno richiesta di effettuare servizi dedicati all'offerta turistica e commerciale di Napoli e della sua provincia.

Indicatori e strumenti utilizzati per la misurazione dell'impatto del progetto: L'impatto del progetto sarà valutato quantificando il numero di articoli pubblicati e/o servizi televisivi, radiofonici realizzati entro il 31.12.2014. Il parametro utilizzato per monitorare e valutare il successo del progetto consiste nella raccolta di almeno 5 articoli e/o servizi radiofonici e/o televisivi su Napoli e provincia. Il valore pubblicitario ipotetico dei su richiamati articoli e/o servizi, calcolato sulla diffusione e tiratura media di testate ed emittenti internazionali, è pari a oltre Euro 50.000,00. Saranno, altresì, monitorate e valutate le collaborazioni attivate con le strutture alberghiere e della ristorazione di Napoli e provincia ed i ricavi figurativi derivanti dall'offerta di ospitalità gratuita per i rappresentanti dei media coinvolti. Il parametro utilizzato consiste nell'attivazione di collaborazioni equivalenti ad almeno Euro 3.000,00 in termini di ricavi figurativi.

### **Settore turismo**

*Promozione dell'offerta turistica di Napoli e provincia:*

- *Progetto B1* - "Iniziativa di marketing finalizzate alla promozione dell'offerta turistica, tipica e tradizionale di Napoli e della sua provincia – Roadshow 2014".

Azioni programmate: L'iniziativa prevede l'organizzazione, entro la fine di marzo 2014, di un evento informativo / promozionale a Londra. Più in particolare, sarà organizzata una presentazione / serata a tema con la partecipazione di almeno 60 rappresentanti dei media, tour operator / organiser e opinion leader del mercato target.

Indicatori e strumenti utilizzati per la misurazione dell'impatto del progetto: L'impatto del progetto sarà valutato quantificando: il numero di rappresentanti dei media e dei tour operator che parteciperanno all'evento, utilizzando come parametro per monitorare e valutare il successo dell'iniziativa la presenza di almeno 60 ospiti qualificati; il numero di articoli pubblicati e/o servizi televisivi, radiofonici realizzati dai media partecipanti

 5



all'evento eventi il 31.12.2014, utilizzando come parametro per monitorare e valutare il successo del progetto la raccolta di almeno 3 articoli e/o servizi radiofonici e/o televisivi su Napoli e provincia. Il valore pubblicitario ipotetico dei su richiamati articoli e/o servizi, calcolato sulla diffusione e tiratura media di testate ed emittenti del mercato target, è pari a oltre Euro 50.000,00. Saranno, altresì, monitorate e valutate le collaborazioni attivate con le strutture alberghiere di Napoli e provincia ed il numero di soggiorni omaggio offerti dalle stesse utilizzando quale parametro per valutare il successo del progetto la raccolta di almeno 3 soggiorni omaggio di sei notti con prima colazione ciascuno per due persone equivalenti a circa Euro 5.000,00 in termini di ricavi figurativi. Infine, saranno valutate le collaborazioni attivate con le strutture produttive di Napoli e provincia ed i prodotti omaggio offerti dalle stesse, utilizzando quale parametro per monitorare il successo dell'iniziativa la messa a disposizione di prodotti omaggio equivalenti ad almeno Euro 500,00 in termini di ricavi figurativi.

- *Progetto B2* – “Press Tour 2014”.

Azioni programmate: L'iniziativa prevede l'organizzazione di tre press tour dedicati, rispettivamente, all'offerta turistica ed enogastronomica di Napoli città (26/30 marzo 2014), delle sue isole (21/25 maggio 2014) e delle aree di maggiore rilevanza archeologica (Pompei, Ercolano e Campi Flegrei – 9/14 settembre 2014). Ciascun press tour ospiterà 10 giornalisti nazionali ed internazionali.

Indicatori e strumenti utilizzati per la misurazione dell'impatto del progetto: L'impatto del progetto sarà valutato quantificando il numero di articoli pubblicati e/o servizi televisivi / radiofonici / fotografici realizzati dai giornalisti partecipanti ai tre tour entro il 31.12.2014, utilizzando come parametro per monitorare e valutare il successo del progetto la raccolta di almeno 15 articoli e/o servizi radiofonici / televisivi / fotografici sulla città di Napoli, sulle tre isole del Golfo, su Pompei, su Ercolano e sui Campi Flegrei. Il valore pubblicitario ipotetico dei su richiamati articoli e/o servizi, calcolato sulla diffusione e tiratura media di testate ed emittenti nazionali ed internazionali, è pari ad oltre Euro 150.000,00. Saranno, altresì, monitorate le collaborazioni attivate con le strutture produttive di Napoli e provincia ed i prodotti omaggio offerti dalle stesse, utilizzando quale parametro per valutare il successo dei tre tour la messa a disposizione di almeno 40 prodotti omaggio equivalenti ad Euro 1.000,00 in termini di ricavi figurativi.

- *Progetto B3* - “Partecipazione alla 33a edizione dell'Italian Workshop dedicato ai mercati Scandinavi e Baltici” – Stoccolma - 3 aprile 2014

Azioni programmate: La partecipazione delle strutture alberghiere e agenzie di viaggio / tour operator di Napoli e provincia ad un appuntamento leader nel settore della promo commercializzazione del prodotto turistico italiano all'estero organizzato di concerto con la Comitel & Partners e con l'ENIT sarà sostenuta da COM.TUR attraverso l'organizzazione di una conferenza stampa di presentazione dell'offerta turistica di Napoli e provincia nonché di una cena a tema. Parteciperanno al workshop ed alla cena a tema oltre 130 giornalisti e tour operator / agenzie di viaggio provenienti da tutta la





Scandinavia, dalla Finlandia, dai Paesi Baltici e dall'Islanda, specializzati in tutti i prodotti della provincia di Napoli (mare, isole, arte, cultura, terme ed enogastronomia).

Indicatori e strumenti utilizzati per la misurazione dell'impatto del progetto: L'impatto del progetto sarà valutato quantificando: il numero di rappresentanti dei media e dei tour operator che parteciperanno alla conferenza stampa, al workshop ed alla cena a tema, utilizzando come parametro per monitorare e valutare il successo dell'iniziativa la presenza di almeno 130 giornalisti e tour operator / agenzie di viaggio provenienti dalla Scandinavia, dai Paesi Baltici e dall'Islanda; il numero di articoli pubblicati e/o servizi televisivi, radiofonici realizzati dai media partecipanti alla conferenza stampa entro il 31.12.2014, utilizzando come parametro per monitorare e valutare il successo del progetto la raccolta di almeno 2 articoli e/o servizi radiofonici / televisivi su Napoli e provincia aventi un valore pubblicitario ipotetico, calcolato sulla diffusione e tiratura media di testate ed emittenti del mercato target, pari a oltre Euro 20.000,00; il numero di contatti registrati durante il Workshop dagli operatori dell'ospitalità e dell'incoming di Napoli e provincia partecipanti al Workshop con rappresentanti dei tour operator / agenzie di viaggio del mercato target, utilizzando quale parametro la registrazione di almeno 100 contatti utili e qualificati. Saranno, altresì, monitorate e valutate le collaborazioni attivate con le strutture alberghiere di Napoli e provincia ed il numero di soggiorni omaggio offerti dalle stesse, utilizzando quale parametro per valutare il successo del progetto la raccolta di almeno 3 soggiorni omaggio di sei notti con prima colazione ciascuno per due persone, equivalenti a circa Euro 4.500,00 in termini di ricavi figurativi. Infine, saranno valutate le collaborazioni attivate con le strutture produttive di Napoli e provincia ed i prodotti omaggio offerti dalle stesse, utilizzando quale parametro per monitorare il successo dell'iniziativa la messa a disposizione di almeno 130 prodotti omaggio equivalenti a circa Euro 1.000,00 in termini di ricavi figurativi.

A queste azioni sarà affiancata l'attività istituzionale dell'Azienda finalizzata:

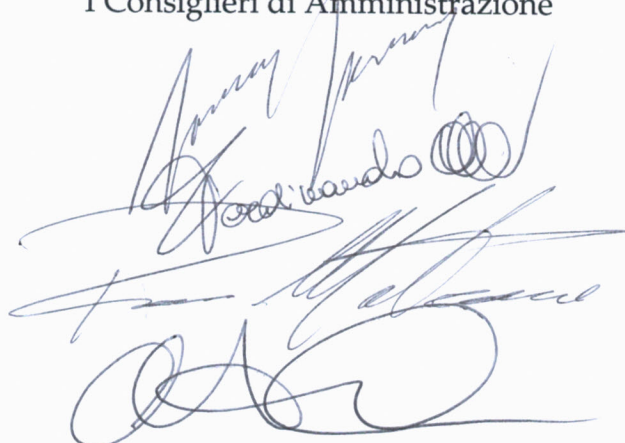
- a) al rafforzamento delle sinergie e delle collaborazioni già avviate con la Camera e con le altre istituzioni operanti sul territorio provinciale e regionale, in primis con l'Assessorato al Turismo della Regione Campania, con l'Assessorato al Turismo della Provincia di Napoli, con l'Assessorato al Turismo del Comune di Napoli e con la Film Commission Campania, al fine di realizzare azioni congiunte e cofinanziate;
- b) alla progettazione di iniziative con finanziabili da fondi comunitari, nazionali e regionali (bandi e/o affidamenti diretti);
- c) alla ideazione / realizzazione e/o ristampa di idoneo materiale promozionale istituzionale per alcune aree turistiche strategiche di Napoli e provincia;
- d) alla progettazione di ulteriori iniziative di sostegno ai settori del turismo, del commercio e del terziario da sottoporre alla valutazione ed al finanziamento integrativo della Camera di Commercio di Napoli con particolare riferimento all'organizzazione di due eventi informativi / promozionali in altrettante città europee, di un evento informativo / promozionale a San Paolo (Brasile) in concomitanza con



l'edizione 2014 della manifestazione fieristica ABAV e di alcune azioni di "scouting" nella Repubblica del Kazakistan, in Cina, in Turchia e nell'Europa dell'Est (Polonia e Ungheria) finalizzate alla realizzazione di incontri con gruppi qualificati, rappresentativi di istituzioni, enti pubblici e/o privati, tour operator, operatori economici, per l'avvio di un'azione promozionale mirata dell'offerta turistica e commerciale di Napoli e provincia nei mercati target.

Il Presidente  
Roberto De Laurentiis

I Consiglieri di Amministrazione

The image shows four distinct handwritten signatures in black ink, arranged vertically. The signatures are stylized and cursive, typical of formal documents. The first signature is the most prominent, followed by three others below it.



VOCI DI COSTO/RICAVO	VALORI COMPLESSIVI		COM.TUR - Quadro di destinazione programmatica delle risorse						
	Preventivo anno 2013	Assestato anno 2013	Preventivo anno 2014	Settore Commercio - Progetto A1 -	Settore Commercio e Turismo - Progetto AB1 -	Settore Turismo - Progetto B1 -	Settore Turismo - Progetto B2 -	Settore Turismo - Progetto B3 -	TOTALE
<b>A) Ricavi Ordinari</b>									
1) Proventi da servizi									
2) Contributo in c/capitale e interessi attivi	1.115,00	1.822,61	500,00						500,00
3) Contributi da organismi comunitari									
4) Contributi regionali o da altri enti pubblici									
5) Altri contributi	200.924,25								
6) Contributo CCIAA	720.000,00	2.541.615,00	720.000,00						720.000,00
<b>Totale (A)</b>	<b>€ 922.039,25</b>	<b>€ 2.543.437,61</b>	<b>€ 720.500,00</b>	<b>€ 367.450,00</b>	<b>€ 30.000,00</b>	<b>€ 75.000,00</b>	<b>€ 156.050,00</b>	<b>€ 92.000,00</b>	<b>€ 720.500,00</b>
<b>B) Costi di Struttura</b>									
7) Organi istituzionali	65.000,00	65.000,00	20.000,00	10.000,00	1.000,00	2.000,00	5.000,00	2.000,00	20.000,00
8) Personale	235.000,00	237.750,00	237.750,00	132.750,00	20.000,00	20.000,00	35.000,00	30.000,00	237.750,00
9) Funzionamento	63.115,00	66.603,66	58.700,00	32.700,00	3.000,00	7.000,00	8.000,00	8.000,00	58.700,00
10) Irap - Ires - Ammortamenti - Oneri fin.	21.000,00	17.749,78	18.000,00	12.000,00	1.000,00	1.000,00	2.000,00	2.000,00	18.000,00
<b>Totale (B)</b>	<b>€ 384.115,00</b>	<b>€ 387.103,44</b>	<b>€ 334.450,00</b>	<b>€ 187.450,00</b>	<b>€ 25.000,00</b>	<b>€ 30.000,00</b>	<b>€ 50.000,00</b>	<b>€ 42.000,00</b>	<b>€ 334.450,00</b>
<b>C) Costi Istituzionali</b>									
11) Spese per progetti e iniziative	537.924,25	2.156.334,17	386.050,00	180.000,00	5.000,00	45.000,00	106.050,00	50.000,00	386.050,00
<b>Totale (C)</b>	<b>€ 537.924,25</b>	<b>€ 2.156.334,17</b>	<b>€ 386.050,00</b>	<b>€ 180.000,00</b>	<b>€ 5.000,00</b>	<b>€ 45.000,00</b>	<b>€ 106.050,00</b>	<b>€ 50.000,00</b>	<b>€ 386.050,00</b>
<b>TOTALE</b>	<b>€ 922.039,25</b>	<b>€ 2.543.437,61</b>	<b>€ 720.500,00</b>	<b>€ 367.450,00</b>	<b>€ 30.000,00</b>	<b>€ 75.000,00</b>	<b>€ 156.050,00</b>	<b>€ 92.000,00</b>	<b>€ 720.500,00</b>

**RELAZIONE DEL COLLEGIO DEI REVISORI  
DELL'AZIENDA SPECIALE DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI NAPOLI  
PER IL COMMERCIO, IL TURISMO E IL TERZIARIO – COM.TUR  
AL BILANCIO DI PREVISIONE ESERCIZIO 2014**

Il presente bilancio di previsione economica, redatto secondo quanto disposto dagli artt. 66 e 67 del Regolamento n°254 del 2 novembre 2005, è stato predisposto dall'organo amministrativo in tempo utile per essere sottoposto alla successiva approvazione della Camera di commercio al fine di allegarlo al preventivo della Camera stessa.

La proposta di bilancio risulta coerente con il programma di iniziative promozionali e strategiche, che espone in forma chiara ed esauriente le azioni programmatiche della Com.tur per il raggiungimento degli obiettivi già predefiniti.

La documentazione relativa al bilancio di previsione 2014 è stata trasmessa, nella prima versione, ai revisori tramite posta elettronica certificata con e-mail del 16 settembre u.s..

Il bilancio di previsione 2014 è stato modificato successivamente al Consiglio di Amministrazione del 24 settembre 2013 per tener conto delle indicazioni della Camera di commercio di Napoli circa una diversa destinazione programmatica delle risorse e, in data odierna, per dare attuazione alla delibera del Consiglio camerale del 2 agosto 2013, approvata nel corso della seduta n. 2 del 14 ottobre 2013.

Con detta delibera si prende atto che in applicazione dell'art.6, comma 2, del Decreto Legge n. 78/2010, convertito dalla Legge n.122/2010, per le Aziende speciali è prevista l'onorificità della Carica di Presidente e Componenti del Consiglio di Amministrazione, ai quali viene riconosciuto unicamente un gettone di presenza pari ad €30.

Vengono di seguito schematizzate le macro voci dei ricavi e dei costi previsti per l'anno 2014 raffrontate con i corrispondenti valori del preventivo assestato 2013.





RICA VO/COSTO	VALORI COMPLESSIVI IN EURO	
	PREVENTIVO ASSESTATO Anno 2013	PREVENTIVO ANNO 2014
A) RICAVI ORDINARI		
1) Proventi da servizi	0,00	0,00
2) Contributo in c/capitale e interessi attivi	1822,61	500,00
3) Contributi da organismi comunitari	0,00	0,00
4) Contributi regionali o da altri enti pubblici	0,00	0,00
5) Altri contributi	0,00	0,00
6) Contributo della Camera di Commercio	2.541.615,00	720.000,00
<b>Totale (A)</b>	<b>2.543.437,61</b>	<b>720.500,00</b>
B) COSTI DI STRUTTURA		
7) Organi istituzionali	65.000,00	20.000,00
8) Personale	237.750,00	237.750,00
9) Funzionamento	66.603,66	58.700,00
10) Ammortamenti e accantonamenti	17.749,78	18.000,00
<b>Totale (B)</b>	<b>387.103,44</b>	<b>334.450,00</b>
C) COSTI ISTITUZIONALI		
11) Spese per progetto e iniziative	2.156.334,17	386.050,00
<b>Totale ©</b>	<b>2.156.334,17</b>	<b>386.050,00</b>
<b>Totale (B+C)</b>	<b>2.543.437,61</b>	<b>720.500,00</b>

## RICAVI

I ricavi ordinari sono indicati per un importo complessivo di €. **720.500,00**.

L'importo è costituito quasi esclusivamente dal contributo in conto esercizio della CCIAA di Napoli, che, in linea con quanto previsto negli esercizi precedenti, è stato indicato in €. 720.000,00.

La previsione è fondata prudenzialmente sul solo contributo ordinario da erogare a copertura dei costi relativi ad eventi già programmati anche se è presumibile che i ricavi, come specificato nella relazione al bilancio di previsione e nel programma di iniziative promozionali e strategiche per l'anno 2014, saranno integrati con i contributi che saranno erogati dalla CCIAA di Napoli a fronte di iniziative promozionali affidate all'azienda successivamente all'approvazione del bilancio di previsione e per eventuali ulteriori risorse a valere su fondi locali, regionali, nazionali e comunitari.

Le integrazioni dei ricavi saranno evidenziate, come negli esercizi precedenti, in sede di assestamento.

## **COSTI**

**I costi di struttura** sono indicati complessivamente in **€ 334.450,00**, inferiori a quelli previsti nell'assestato 2013 di circa €. 52.653,44.

La variazione negativa riguarda:

- i costi degli organi istituzionali a seguito della delibera del Consiglio camerale del 2 agosto 2013, approvata il 14 ottobre 2013, che, come precisato nelle premesse, dà attuazione al Decreto Legge n. 78/2010, convertito dalla Legge n.122/2010;
- i costi di funzionamento considerato che la previsione 2014 è al netto dei costi già sostenuti nel corrente esercizio per sanzioni, premi assicurativi e, in particolare, per l'indagine conoscitiva dei saldi patrimoniali del bilancio di esercizio 2011, commissionata direttamente dalla CCIAA di Napoli e addebitata, pro quota, alle aziende nell'esercizio 2013.

A tale riguardo il Collegio, in osservanza delle disposizioni contenute nelle diverse manovre finanziarie che nell'ultimo triennio hanno interessato il settore pubblico allargato, comprensivo anche delle Camere di commercio, delle loro Associazioni e strutture, ribadisce l'esigenza di porre la massima attenzione al contenimento dei costi di funzionamento, rammentando, tra l'altro, la direttiva del Segretario generale n. 32786 del 5 dicembre 2012 che stabiliva una riduzione del 5% delle spese di gestione rispetto all'anno 2011.

Di seguito si espone il dettaglio dei costi di struttura:

- **€. 20.000,00** afferiscono ai compensi degli organi istituzionali relativi agli Amministratori, limitatamente ai gettoni di presenza nella misura di €. 30 a seduta oltre gli eventuali rimborsi spese, e al Collegio dei revisori.
- **€. 237.750** riguardano lo stanziamento previsto per il personale. Tale importo comprende il costo per stipendi ed oneri accessori, contributi Inps, premi Inail, TFR, fondi integrativi.



L'organico dell'Azienda è composto da 2 dipendenti a tempo indeterminato e del Direttore.

Anche per tale voce è stato riportato, in via prudenziale, lo stesso importo del bilancio assestato 2013, in attesa che vengano impartite precise indicazioni sull'applicabilità degli istituti introdotti con i contratti integrativi.

- **€. 58.700,00** per costi di funzionamento, ridotti di circa il 12% rispetto al preventivo assestato 2013, ma che devono essere costantemente monitorati per garantirne, come sopra precisato, il massimo contenimento.
- **€. 18.000** relativi ad imposte, ammortamenti ed oneri finanziari calcolati sulla base di quelli sostenuti a tale titolo in anni precedenti.

**I costi istituzionali** sono indicati in **€.386.050,00** e si riferiscono a spese per progetti ed iniziative. L'ammontare dei costi istituzionali è stato determinato prudenzialmente dall'azienda che, come negli esercizi precedenti, ha sempre formulato previsioni programmatiche per le quali vengono in evidenza esclusivamente i progetti realizzabili con il contributo di esercizio della CCIAA relativi ad iniziative già definite.

In sede di assestamento si terrà conto dei contributi, storicamente di importo molto più elevato rispetto al contributo ordinario, che vengono erogati con successive delibere della CCIAA.

Come evidenziato anche dalle Amministrazioni vigilanti, una maggiore visione programmatica a monte consentirebbe alle Aziende speciali la predisposizione di un più puntuale bilancio di previsione economica con l'esposizione di contributi iniziali molto più aderenti a quelli effettivamente erogati.

Il Collegio deve ancora una volta rilevare l'assenza, anche in sede previsionale, di proventi da servizi e di contributi comunitari, regionali o di altri enti pubblici, che evidenzia una dipendenza totale dell'Azienda dalla Camera di commercio mentre il DPR n.254/2005, nell'attribuire alle aziende speciali autonomia amministrativa, contabile e finanziaria, pone l'obiettivo

di assicurare, mediante l'acquisizione di risorse proprie, almeno la copertura dei costi strutturali.

Pertanto si richiama ancora una volta l'organo decisionale a porre la massima attenzione nell'individuare attività dalle quali possono scaturire ricavi esterni al sistema al fine di garantire all'azienda fonti di finanziamento proprie.

I progetti previsti in questa sede da realizzare nel 2014, esposti in dettaglio nel programma di iniziative promozionali e strategiche, riguardano in particolare:

- **Promozione settore commercio – € 180.000,00.**  
-Progetto A1 " Promozione attività commerciali di Napoli e provincia"
- **Promozione commercio e turismo - € 5.000,00.**  
-Progetto AB1 " Servizi televisivi, giornalistici e/o fotografici 2014"
- **Promozione dell'offerta turistica di Napoli e provincia – € 201.050,00.**  
-Progetto B1 "Iniziativa di marketing finalizzate alla promozione dell'offerta turistica, tipica e tradizionale di Napoli e della sua provincia - Roadshow 2014"  
-Progetto B2 "Press Tour 2014"  
-Progetto B3 "Partecipazione all'Italian Workshop di Stoccolma".

In relazione a quanto sopra e tenuto conto che le voci di costo e di ricavo esposte nel preventivo 2014 sono da ritenersi attendibili, il Collegio dei revisori, ai sensi del combinato disposto dell'art.30, co. 2, e dell'art.67, co. 1, del D.P.R. n. 254/2005 esprime parere favorevole all'approvazione del bilancio di previsione 2014.

**IL Collegio dei Revisori:**

Dott. PIERO FRANCOLINI

Dott. MAURIZIO DI MARCOTULLIO

DOTT. ALESSANDRO EVANGELISTA

