



AUTOMOBILE CLUB LECCE

Relazione sulla performance 2011

30 giugno 2012

INDICE

-
- 1. PRESENTAZIONE DELLA RELAZIONE E INDICE**

 - 2. SINTESI DELLE INFORMAZIONI DI INTERESSE PER I CITTADINI E GLI STAKEHOLDER ESTERNI**
 - 2.1 IL CONTESTO ESTERNO DI RIFERIMENTO**

 - 2.2 L'AMMINISTRAZIONE**

 - 2.3 I RISULTATI RAGGIUNTI**

 - 2.4 LE CRITICITA' E LE OPPORTUNITA'**

 - 3. OBIETTIVI: RISULTATI RAGGIUNTI E SCOSTAMENTI**
 - 3.1 ALBERO DELLA PERFORMANCE**

 - 3.2 OBIETTIVI STRATEGICI**

 - 3.3 OBIETTIVI E PIANI OPERATIVI**

 - 3.4 OBIETTIVI INDIVIDUALI**

 - 4. RISORSE, EFFICIENZA ED ECONOMICITA'**

 - 5. PARI OPPORTUNITA' E BILANCIO DI GENERE**

 - 6. IL PROCESSO DI REDAZIONE DELLA RELAZIONE SULLA PERFORMANCE**
 - 6.1 FASI, SOGGETTI, TEMPI E RESPONSABILITA'**

 - 6.2 PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA DEL CICLO DELLA PERFORMANCE**
-

ALLEGATI

-
- ALLEGATO 1**: PROSPETTO RELATIVO ALLE PARI OPPORTUNITA' E AL BILANCIO DI GENERE
-
- ALLEGATO 2**: TABELLA OBIETTIVI STRATEGICI
-
- ALLEGATO 3**: TABELLA DOCUMENTI DEL CICLO DI GESTIONE DELLA PERFORMANCE
-

1. PRESENTAZIONE DEL PIANO

PREMESSA

La presente relazione, predisposta ai sensi e per gli effetti dell'articolo 10, comma 1, lettera b), del decreto legislativo 27 ottobre 2009, n.150, evidenzia a consuntivo, con riferimento all'anno 2011, i risultati organizzativi e individuali raggiunti rispetto ai singoli obiettivi programmati ed alle risorse, con rilevazione degli eventuali scostamenti, e il bilancio di genere realizzato.

RIFERIMENTI NORMATIVI

I riferimenti normativi principali relativi al Piano della Performance sono contenuti in alcuni articoli del titolo 1 del Decreto 150/09 che ne delineano le modalità di redazione e le finalità.

In particolare si sono seguiti i criteri previsti dalla **Delibera n. 5/2012 della Civit, dal titolo:**

Linee guida ai sensi dell'art. 13, comma 6, lettera b), del D. Lgs. n. 150/2009, relative alla struttura e alla modalità di redazione della Relazione sulla performance di cui all'art. 10, comma 1, lettera b), dello stesso decreto

Le linee guida contenute nella direttiva sono rivolte alle amministrazioni indicate nell'art. 2 del D. Lgs. n. 150/2009, nei limiti di cui all'art. 16 del D. Lgs. n. 150/2009 e salvi i protocolli già stipulati da CiVIT con ANCI, UPI agli enti territoriali, nonché alle Camere di commercio sulla base del protocollo stipulato tra CiVIT e Unioncamere.

La disciplina del ciclo della *performance*, inoltre, contenuta nelle disposizioni richiamate dal comma 2, dell'art. 74, sopra citato, costituisce diretta attuazione dell'art. 97 della Costituzione ed enuncia principi generali ai quali si devono adeguare regioni ed enti locali, anche per quanto riguarda gli enti del servizio sanitario nazionale.

Le indicazioni contenute nelle linee guida possono costituire, infine, un parametro di riferimento per i soggetti pubblici, anche per quelli non contemplati dal D. Lgs. n. 150/2009 e per tutti i soggetti che svolgono funzioni amministrative.

La Relazione deve essere predisposta entro il 30 giugno e deve essere trasmessa entro il 15 settembre, unitamente al documento di validazione predisposto dall'Organismo indipendente di valutazione, a questa Commissione e al Ministero dell'economia e delle finanze.

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

L'Automobile Club risente, a livello locale, della situazione generale di forte caduta dei livelli di produzione, redditi e consumi che si è estesa anche al settore dell' "auto motive". In particolare la saturazione del mercato di riferimento e gli alti costi a carico degli utenti consumatori, sia in fase di acquisto che di uso e gestione dell'auto, sia in termini di prezzi e tariffe (carburanti/assicurazioni/autostrade) sia, soprattutto, in termini di carico fiscale che grava sul mezzo privato (IPT, tassa automobilistica – accise sui carburanti etc.), hanno determinato una significativa battuta di arresto della domanda di autoveicoli.

E' stato calcolato da ACI che quella per l'automobile è la terza voce di spesa delle famiglie italiane, dopo la casa e l'alimentazione. Il prelievo fiscale incide per circa un terzo. Nel 2009 gli italiani hanno speso circa 165 miliardi di euro e sono stati versati nelle casse del fisco 57,5 miliardi. Secondo i dati dell'Annuario statistico ACI, nel 2009 sono aumentate sei voci di spesa sulle complessive otto: per l'acquisto di automobili e gli interessi sul capitale se ne sono andati 58,2 miliardi di euro (+0,4%), per la manutenzione 25,4 miliardi (+2%), per gli pneumatici 7,3 miliardi (+0,2%), per i parcheggi 8,1 miliardi (+1%) e per la tassa automobilistica 5,5 miliardi (+0,5%). L'ultimo posto della classifica per voce di spesa sostenuta è occupato dai pedaggi autostradali con 4,1 miliardi di euro (+0,8%).

Tale situazione comporta la necessità di rivedere il tradizionale modello di mobilità (soprattutto in ambito urbano), basato prevalentemente sull'uso dell'auto privata, e di concentrare la propria azione nel prossimo triennio su nuove strategie, ruolo, caratteristiche e tecniche di mercato dell'automobile.

In particolare la situazione rilevabile nel territorio della provincia Lecce.

Gli scenari di sviluppo regionali

La definizione dello scenario di sviluppo – a livello nazionale e internazionale - per la seconda parte dell'anno e per il 2011 risulta molto difficile in considerazione del carattere ancora fragile della ripresa, disomogenea tra le aree e condizionata da diversi elementi d'incertezza (progressivo esaurirsi dell'impatto positivo dovuto alla ricostituzione delle scorte e alle manovre temporanee di stimolo monetario e fiscale, fragilità del mercato del lavoro, ecc.), il cui impatto fin da ora appare diverso da paese a paese.

Come già evidenziato, segnali di recupero hanno, fino ad oggi, interessato in maniera particolare le aree emergenti (specie quelle asiatiche), della cui crescita hanno beneficiato, attraverso le relazioni commerciali, anche molte economie avanzate.

Dalla ripresa attesa nel 2010 a livello internazionale trae vantaggio anche il nostro Paese, il cui Pil è tornato a crescere, come accennato, già nel primo trimestre dell'anno (+0,5% rispetto al trimestre precedente secondo la stima preliminare dell'Istat diffusa il 12 maggio).

In effetti, gli indicatori qualitativi (clima di fiducia delle imprese, giudizi sugli ordini, aspettative a 3 mesi) segnalano un miglioramento per l'economia italiana, corroborando la stima di un recupero dell'attività produttiva.

Tenuto conto di tali indicazioni, e coerentemente con le informazioni contenute nel Programma di Stabilità dell'Italia e nella Nota di aggiornamento 2009-2012, Unioncamere e Prometeia hanno elaborato alcuni possibili scenari di sviluppo economico.

Le dichiarazioni espresse dalle nostre imprese circa gli andamenti recenti del loro business e le prospettive a breve termine, hanno consentito di formulare un possibile andamento dei diversi aggregati (in primo luogo il PIL).

Lo scenario elaborato prospetta per l'Italia, così come per l'economia mondiale, una ripresa ancora relativamente debole per il 2010, con un aumento dell'1,1% del Pil nazionale, cui seguirà una crescita più intensa nel biennio 2011-2012 (+2,0%). La ripresa dell'economia italiana dovrebbe beneficiare particolarmente dalla componente estera connessa al rafforzamento della domanda mondiale, specie di quella proveniente da Brasile, Russia, India e Cina.

La fonte d'incertezza maggiore dello scenario sinteticamente descritto risiede, tuttavia, nel mercato del lavoro che, risentendo ancora degli effetti della crisi della domanda sperimentata tra il 2008 e il 2009, evidenzierà miglioramenti più significativi solo nel prossimo anno.

Il recupero atteso nel 2010 risulta quindi trainato in primo luogo dalla componente estera, in conseguenza di un nuovo slancio del commercio internazionale. Le esportazioni nell'anno in corso dovrebbero crescere del 2,5%, per accelerare al 3,7% nel 2011 e a tassi superiori al 4% nel biennio seguente, in corrispondenza di un più robusto consolidamento della ripresa a livello globale.

Sul versante della domanda interna, l'attesa di un incremento del reddito disponibile in termini reali nel 2010 contribuisce a stimare una crescita della spesa per consumi delle famiglie pari allo 0,7%, mentre per il triennio seguente si dovrebbe realizzare un aumento compreso tra l'1,9% e il 2,1%. Su tale previsione, tuttavia, potrebbe incidere negativamente l'eventuale perdurare delle difficoltà in cui versa il mercato del lavoro, che solo dal 2011 dovrebbe vedere una variazione delle unità di lavoro nuovamente positiva.

Per gli investimenti fissi si stima un aumento dell'1,4%, agevolato da alcuni interventi volti al rafforzamento del tessuto produttivo italiano, specialmente nel comparto delle piccole e medie imprese. Grazie ad una fase espansiva più ampia e una buona dinamica dell'export, per gli investimenti si prevede una crescita del 2,7% nel biennio 2011-2012.

A livello territoriale, le indicazioni delle indagini concorrono a delineare per il 2010 una ripresa che, pur non evidenziando eccessive disparità, dovrebbe interessare maggiormente il Nord-Ovest (caratterizzato da una crescita dell'1,3%) e di meno il Mezzogiorno (+0,8%), mentre le altre due ripartizioni si posizionano attorno alla media nazionale (1,1%).

L'andamento relativamente migliore del Nord-Ovest nel 2010 è favorito sia dalla spesa per consumi delle famiglie che dagli investimenti, evidenziando entrambi un incremento superiore alla media nazionale.

La ripresa del commercio internazionale dovrebbe avere un impatto più forte sulla crescita nelle aree del Nord-Est e del Centro (rispettivamente +2,9% e +3,2% l'export di beni nel 2010), mentre il Sud appare penalizzato soprattutto dalla dinamica degli investimenti fissi lordi, più debole di quella stimata per le altre ripartizioni. A guidare la crescita a livello regionale sarebbero la Lombardia (1,3%), la Liguria e l'Emilia Romagna (entrambe 1,2%). All'estremo opposto, la ripresa risulterebbe più debole nel 2010 in alcune regioni meridionali: l'Abruzzo (anche a causa degli impatti del terremoto dell'aprile 2009) e il Molise non dovrebbero andare oltre lo 0,2%, la Calabria e la Basilicata oltre lo 0,7%. L'Umbria dovrebbe attestarsi al 1,1%, in linea con la media nazionale. La ripresa più intensa dell'attività economica si riverbera a livello territoriale in una maggiore dinamicità nel biennio 2011-2012 delle regioni del Nord-Est, la cui crescita dovrebbe superare di circa 0,3 punti percentuali la media nazionale.

In linea con quest'ultima (+2,0%) dovrebbe posizionarsi l'incremento del Pil del Nord-Ovest, poco al di sotto quello del Centro (1,9%) e del Mezzogiorno (1,7%). Dal lato della domanda, il prossimo biennio dovrebbe vedere uno sviluppo più intenso del Nord-Ovest nelle esportazioni e negli investimenti, mentre Nord-Est e Centro presentano una crescita relativamente più sostenuta nella spesa per consumi delle famiglie.

In vetta alla classifica regionale della crescita nel prossimo biennio si dovrebbero trovare Emilia Romagna (2,4%) e Veneto (2,3%), seguite da Lombardia, Trentino Alto Adige e Friuli Venezia Giulia (tutte attorno al 2,2%). Come stimato per il 2010, dovrebbero crescere più lentamente Abruzzo, Molise e Calabria.

Nel complesso lo scenario territoriale evidenzia, dunque, come siano le regioni settentrionali a guidare la graduale ripresa dell'economia italiana. Al contrario, il Mezzogiorno fatica a svincolarsi dalle fragilità strutturali che ne indeboliscono l'economia, ostacolandone la capacità di guadagnare competitività, soprattutto nella prospettiva, innescata dalla crisi, di un'accelerazione dei cambiamenti in atto sui mercati internazionali.

Le previsioni di sviluppo a medio termine (anni 2010-2013) dell'economia leccese

Unioncamere-Prometeia hanno elaborato per ciascuna delle 103 province italiane gli scenari previsionali al 2013, stimando l'andamento di alcuni indicatori economici.

Sulla base di tali stime il tasso di crescita del valore aggiunto dell'economia leccese nel biennio 2010-2011 dovrebbe attestarsi intorno allo 0,9% sei decimi di punto in meno rispetto a quello della regione Puglia (1,5) e di otto decimi di punto più basso rispetto al dato nazionale (1,7%). Il valore aggiunto però dovrebbe migliorare nel biennio 2012-2013 attestandosi all'1,6%, su base regionale si dovrebbe attestare intorno all'1,8%, su base nazionale al 2,1%

L'occupazione nel biennio 2010-2011 dovrebbe registrare una crescita pari a zero, dopo un calo dell' 1,4% del periodo precedente (2007-2009). La situazione dovrebbe migliorare nel biennio 2012-2013 con un aumento dell'occupazione dello 0,7%, variazione in linea con quella pugliese (0,8%), ma al di sotto della media nazionale (1,1%).

Il tasso di occupazione dovrebbe migliorare in prospettiva passando dal 29,8% al 30,1% del biennio 2012-2013, in linea con quello della regione Puglia (30,7%) ma più contenuto rispetto al tasso medio nazionale (38,6%). Specularmente dovrebbe diminuire il tasso di

disoccupazione passando dal 15,8% al 15,3% (2012-2013), che rimane in ogni caso più elevato rispetto al dato medio regionale (12,9%) e soprattutto nazionale (7,7%).

Nel biennio 2012-2013 il tasso di apertura all'estero (rapporto tra esportazioni e valore aggiunto) dovrebbe attestarsi al 6%, migliorando rispetto al dato attuale del 4,9% (2010-2011) e soprattutto rispetto al periodo pregresso, rimane il fatto però che permane piuttosto basso soprattutto se confrontato con quello pugliese (11%) e quello nazionale (22,4%).

Alla fine del 2011 il valore aggiunto per abitante nella provincia di Lecce dovrebbe essere 11.200 euro, portandosi a 11.600 euro alla fine del 2013. In Puglia invece tale valore, alla fine del prossimo anno dovrebbe essere pari a 12.100 euro, per aumentare fino a 12.500 euro nel 2013. I valori nazionali sono di gran lunga più elevati: 18.300 euro nel 2012, 19.000 euro nel 2013. Infine il valore aggiunto per occupato della provincia di Lecce passerà da 37.300 euro (2010-2011) a 38.000 (2012-2013), valore sempre più bassi rispetto al valore regionale che nel biennio 2012-2013 dovrebbe essere intorno ai 39.000 euro mentre quello medio nazionale 46.400 euro.

Il punto di vista delle imprese sulla situazione economica della provincia di Lecce

A distanza di un anno dal dispiegarsi della crisi, risulta interessante cogliere la percezione, ossia il "sentiment" delle imprese leccesi su una possibile ripartenza dell'economia locale. Si è, pertanto, proceduto ad effettuare un'indagine nell'ultima settimana di marzo 2010 su un panel di 100 imprese attive nella provincia che operano nei settori agroalimentare, tessile, abbigliamento, cuoio, pelli e calzature e negli altri comparti manifatturieri.

La rapidità di realizzazione dell'indagine ha consentito di cogliere appieno il "clima attuale" vissuto dagli operatori economici provinciali, e di fornire in "tempo reale" una valutazione qualitativa (comunque significativa) del trend congiunturale dei primi mesi del 2010, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, le prospettive di breve periodo, le conseguenze dell'attuale crisi economica e finanziaria sulle principali variabili aziendali ed economiche, e le strategie da porre in essere per rilanciare la propria competitività.

L'indagine condotta sulle imprese leccesi mette innanzitutto in evidenza l'ampiezza delle ripercussioni della crisi sull'economia provinciale, che ha colpito, all'interno dei settori oggetto di analisi, gran parte del tessuto imprenditoriale. Solamente il 10% delle imprese, infatti, dichiara di non aver risentito di effetti negativi legati alla crisi, mentre il 90% delle imprese ha subito delle ripercussioni, più o meno gravi, sulla propria attività economica.

Va, inoltre, evidenziato che, al momento dell'intervista, per la maggior parte delle imprese gli effetti negativi della crisi non si sono ancora esauriti (solo l'1% delle imprese ha già superato nel 2009 la fase negativa) ed i tempi di uscita appaiono molto incerti: solo il 13%, infatti, prevede di poter "agganciare la ripresa" entro la fine del 2010 ed un ulteriore 2% prevede di dover aspettare fino al 2011, mentre l'ampia maggioranza degli imprenditori (poco meno dei $\frac{3}{4}$) è ancora incerto sulla durata della crisi.

Leggermente meno esposto rispetto agli altri risulta il settore dell'agroalimentare, al cui interno il 13% circa delle imprese non ha riscontrato ripercussioni negative sulla propria attività. Al contrario il più sensibile rispetto alla crisi è stato il settore del tessile, abbigliamento, pelli, cuoio e calzature, dove il 93% circa delle imprese lamenta conseguenze negative.

Molto colpite, inoltre, sono state sia le imprese artigiane (88,5%) sia quelle non artigiane (92% circa), con un lieve vantaggio a favore delle prime; tuttavia, ciò che contraddistingue le imprese artigiane dalle altre è soprattutto un maggiore ottimismo circa i tempi di ripresa. Risulta interessante, inoltre, evidenziare che la dimensione dell'azienda ha avuto una certa rilevanza nel determinare il grado di esposizione e la capacità di far fronte alla congiuntura sfavorevole: la quasi totalità delle imprese "micro" (con meno di 10 addetti), infatti, ha risentito degli effetti della crisi (93% circa), mentre le imprese più strutturate, sebbene molto colpite (85% circa), sono riuscite in un maggior numero di casi (15% circa) a rimanere "esterne" alle ripercussioni negative.

Secondo la maggior parte degli imprenditori (il 53%) l'attuale crisi ha avuto ripercussioni molto forti sul proprio settore di attività, mentre per poco più di un terzo degli imprenditori (35%) l'intensità delle ripercussioni è stata media e solamente per il 12% si è mantenuta debole.

Le ripercussioni più forti hanno colpito il settore del tessile-abbigliamento, pelli, cuoio e calzature, che già prima del manifestarsi della crisi, risultava indebolito dalla concorrenza dei prodotti dei Paesi a basso costo del lavoro: oltre $\frac{3}{4}$ delle imprese di tale comparto manifatturiero, infatti, giudicano molto forte l'incidenza della crisi e solo il 4% la ritiene, invece, debole. Si è chiesto, inoltre, alle imprese quali fossero le strategie da attuare per rilanciare l'economia del territorio e il 51% delle imprese ritiene sia cruciale l'offerta di servizi da parte della Pubblica Amministrazione. In una congiuntura economica difficile emerge ancor più chiaramente che l'utilizzo efficiente delle risorse pubbliche allo scopo di assicurare un'offerta di servizi di qualità da parte della Pubblica Amministrazione risulta un elemento fondamentale per la competitività di un territorio. Tale tipo di fattore è ritenuto importante soprattutto dalle imprese del tessile-abbigliamento (63% circa) e dell'agroalimentare (57%), nonché dalle imprese "micro" (56% circa).

Per tali imprese, infatti, la creazione di un rapporto semplificato e più efficace con la Pubblica Amministrazione potrebbe determinare una riduzione dei costi e, quindi, un recupero importante di competitività.

Un altro fattore strategico per poter sfruttare la ripresa è rappresentato dalla qualità delle risorse umane a disposizione delle imprese: il 45% delle imprese, infatti, sottolinea l'importanza della disponibilità di manodopera e di profili professionali qualificati per rilanciare l'economia del territorio. Questo è ritenuto il fattore più importante per il rilancio dalle imprese degli "altri comparti del manifatturiero" (dove viene indicato dal 49% circa degli imprenditori) e risulta di fondamentale importanza anche nel settore agroalimentare (50% degli imprenditori). La necessità di manodopera e profili professionali qualificati, inoltre, è avvertita maggiormente dalle imprese più strutturate (54% circa del totale) piuttosto che dalle "micro" imprese (39% circa).

Inoltre $\frac{1}{3}$ circa delle imprese indica il miglioramento della dotazione infrastrutturale fra i fattori che possono facilitare il rilancio dell'economia; l'utilità di un tale tipo di intervento è avvertito in particolar modo dalle imprese del settore agro-alimentare (40%) e dalle imprese di dimensione "micro" (39% a fronte del 26% circa di quelle con 10 o più addetti).

Al campione di imprese è stato chiesto di confrontare il valore del fatturato realizzato nel 2009 rispetto a quello realizzato nel 2008 in modo da misurare in maniera più precisamente l'intensità delle ripercussioni della crisi sull'economia provinciale, confermando quanto in precedenza osservato: nel 2009 oltre la metà delle imprese

manifatturiere leccesi (il 57%) ha subito una contrazione del valore delle vendite rispetto al 2008, mentre il 28% ha mantenuto invariati i livelli di fatturato; non è trascurabile, tuttavia, la quota di imprese (13% del totale) che è riuscita, nonostante la crisi, a migliorare i propri risultati in termini di fatturato.

Nel 2010, le imprese si attendono un attenuamento della fase recessiva (le imprese che prevedono una riduzione del fatturato scendono dal 41% al 28%), ma non è previsto ancora l'avvio di una ripresa significativa: solo il 12% delle imprese prevede di riuscire ad ampliare il proprio fatturato (l'1% in meno rispetto al 2009), mentre la metà degli imprenditori si aspetta stabilità dei risultati.

Particolare attenzione meritano, inoltre, le scelte attuate dalle imprese con riferimento all'impiego di lavoratori; la contrazione della domanda di beni e servizi, infatti, non ha determinato solamente un peggioramento del fatturato delle imprese, ma, inducendo una riduzione dei volumi di attività da parte delle imprese, si è ripercossa sui livelli occupazionali.

Nel 2009 il 41% delle imprese manifatturiere leccesi ha ridotto il personale impiegato, mentre solamente il 9% lo ha aumentato. Va comunque evidenziato lo sforzo effettuato da una parte consistente delle imprese leccesi nel ridurre al minimo le ripercussioni sui livelli occupazionali: difatti la metà delle imprese ha mantenuto invariato il numero di addetti impiegati.

Secondo le previsioni degli imprenditori, nel 2010 le ripercussioni della crisi sul mondo del lavoro dovrebbero attenuarsi: la percentuale di imprese che prevedono "tagli al personale" infatti scende al 28%. Non si attende tuttavia una inversione di tendenza in quanto solamente l'8% delle imprese prevede a priori di ampliare il proprio organico, mentre la maggior parte (64%) prevede di mantenerlo invariato.

Nel 2009 le ripercussioni maggiori in termini di posti di lavoro persi si sono avuti nell'industria tessile, abbigliamento, pelli, cuoio e calzature, dove oltre la metà delle imprese (52% circa) ha ridotto il numero di addetti (per un saldo fra casi di aumento e di riduzione del -45%).

Più contenute invece sono state nel settore agroalimentare e negli altri comparti del manifatturiero, dove poco più di 1/3 delle imprese ha ridotto il personale ed i saldi negativi sono stati meno accentuati. In questi due settori, per il 2010, prevalgono le attese di stabilità (oltre il 70% dei casi) ed è atteso un attenuamento delle ripercussioni negative sull'occupazione

Le previsioni degli imprenditori leccesi circa i volumi di investimenti da effettuare nel 2010, che rispecchiano da vicino il clima di fiducia e le attese circa la ripresa economica, sottolineano ancora la presenza di un clima di incertezza, pur facendo emergere alcuni segnali positivi.

Nel complesso poco meno di ¼ delle imprese manifatturiere della provincia di Lecce prevede di effettuare investimenti nell'anno in corso; tale percentuale è superiore alla media nel settore agroalimentare, mentre appare più ridotta negli "altri comparti del manifatturiero" (19% circa). Va evidenziato, tuttavia, come elemento positivo che oltre la metà degli imprenditori che effettueranno investimenti aumenteranno le risorse impiegate a questo scopo (il 52% circa), mostrando quindi di attendersi una ripresa della crescita

economica. Solo il 4% circa, invece, ridurrà le risorse finanziarie destinate agli investimenti.

La struttura imprenditoriale della provincia di Lecce

Nell'analizzare le performance più recenti dell'economia leccese, cercando di evidenziare, in particolare, il modo in cui le diverse componenti del sistema economico provinciale siano state toccate dagli effetti della crisi economica internazionale, appare utile prendere in considerazione le dinamiche relative al tessuto imprenditoriale.

Difatti, la variazione del numero di imprese attive nell'anno appena trascorso, se confrontato con un trend di medio periodo, che tenga conto delle trasformazioni in atto al di là dell'attuale difficile fase congiunturale, può fornire una prima importante informazione circa l'intensità con cui la crisi si è ripercossa sull'economia provinciale.

Va richiamato che in provincia di Lecce già nel corso del 2008 il rallentamento e poi la contrazione delle principali componenti della domanda si sono rispecchiati, anche se in misura limitata, sulle dinamiche del tessuto imprenditoriale, determinando una lieve riduzione del numero di imprese attive (-0,5%). Nel 2009, per effetto del protrarsi della recessione e per l'incertezza dei segnali di ripresa, la dinamica negativa del tessuto imprenditoriale si è accentuata, facendo registrare una diminuzione di 654 imprese attive nella provincia (da 63.118 a 62.464), pari ad una riduzione dell'1%.

Tale riduzione è stata sostanzialmente in linea con quanto registrato in Puglia (- 1,2%) e leggermente più accentuata di quella registrata a livello nazionale (-0,6%). Se si prende in considerazione un orizzonte di medio periodo (2003-2009) , tuttavia, si può rilevare che anche negli anni precedenti alla crisi il tessuto imprenditoriale leccese è stato caratterizzato da una crescita piuttosto modesta.

Difatti, a fine 2009 il numero di imprese attive nella provincia di Lecce risulta sostanzialmente invariato rispetto a quello rilevabile a fine 2003 (+0,1%), mentre a livello nazionale ha mostrato, nonostante la contrazione dell'ultimo anno, un incremento del 6% circa fra il 2003 ed il 2009.

Appare, quindi, utile svolgere l'analisi con un maggior dettaglio settoriale, in quanto il sistema produttivo leccese è interessato da un processo di graduale trasformazione, che si può rilevare proprio nelle dinamiche molto diversificate che contraddistinguono i diversi settori di attività (di sviluppo del tessuto imprenditoriale in alcuni e di contrazione in altri).

In generale, osservando le variazioni dell'ultimo anno e confrontandole con il trend di medio periodo (2003-2009), si può affermare che, con poche eccezioni, la crisi non ha modificato le linee di tendenza rilevabili nei vari settori nell'intero periodo 2003-2009.

Fra il 2003 ed il 2009 l'espansione più veloce del numero di imprese si è riscontrata nella produzione e distribuzione di energia elettrica, acqua e gas. Si tratta di un settore in cui, per effetto della liberalizzazione, il numero di operatori (pari ad 11 nel 2003) è velocemente aumentato, più che raddoppiando fra il 2003 ed il 2009 (+154,5%). Si tratta di una crescita ancora più sostenuta di quella registrata a livello nazionale (+62,5%) e nella regione (+119% circa).

Anche nel corso del 2009 l'ampliamento del numero di operatori del settore non si è arrestato, facendo registrare un incremento di 8 imprese attive (pari al +40%). Nonostante gli incrementi percentuali estremamente elevati, che evidenziano le profonde trasformazioni in atto in tale settore per effetto del mutato regime di mercato, si tratta, tuttavia, di un settore che conta un numero limitato di imprese (28 a fine 2009).

Più significativa, invece, in termini assoluti è la veloce espansione registrata da diversi settori dei servizi. Sempre considerando l'intero periodo 2003-2009, va evidenziato, innanzitutto, l'incremento del numero di imprese attive nei servizi a carattere sociale rivolti alle persone: nella sanità ed altri servizi sociali le imprese sono passate da 256 a 358, facendo segnare un incremento del 40% circa, nell'istruzione si contano a fine 2009 258 imprese, il 29% in più del 2003; anche negli altri servizi pubblici, sociali e personali (che contano a fine 2009 oltre 3.170 imprese) si è registrato un aumento del 16,5% del numero di imprese.

L'ampliamento di tali settori, che sta avvenendo a ritmi sostenuti su tutto il territorio nazionale, in quanto legato a cambiamenti sociali di tipo strutturale in atto nel nostro Paese, non è stato compromesso dalla crisi, ma ha mantenuto buoni ritmi anche nel 2009 (rispettivamente del 7% circa nella sanità, del 5% circa nell'istruzione e del 2,4% negli altri servizi pubblici, sociali e personali).

Oltre ai servizi sociali alle persone, anche alcune tipologie di servizi orientati alle imprese o comunque a contenuto più strettamente economico hanno mostrato una significativa espansione: infatti, accanto alla sanità, i servizi che hanno visto l'ampliamento più veloce sono quelli immobiliari, di noleggio, informatica e R&S, in cui il numero di imprese attive è aumentato fra il 2003 ed il 2009 di quasi 1.000 unità (pari ad una variazione del 36% circa). Anche in questo settore, nel 2009, si è mantenuto un andamento positivo, sebbene leggermente più lento di quello registrato in media nel periodo (+3,6% rispetto ad un incremento medio annuo del 5,2%). Grazie al veloce sviluppo registrato negli ultimi anni, le imprese attive in tale settore a fine 2009 in provincia di Lecce risultano oltre 3.600, rappresentando il 5,8% del totale provinciale, un'incidenza che, seppure in aumento, risulta ancora decisamente inferiore alla media nazionale (11,7%).

Da evidenziare, inoltre, la crescita registrata nel 2009 dal numero di imprese alberghiere e della ristorazione (+1,6%), che risulta in linea con il buon ritmo di sviluppo registrato in tale settore fra il 2003 ed il 2009 (+25% circa), a conferma dell'importanza e delle potenzialità di tale settore per l'economia provinciale.

Gli unici settori dei servizi in cui, fra il 2003 ed il 2009, si è registrata una contrazione del tessuto imprenditoriale sono il commercio (-2,9%) ed i trasporti e magazzinaggio (-1,9%); in entrambi questi settori gran parte della contrazione registrata è attribuibile alla dinamica seguita nell'ultimo anno (quando si sono avute riduzioni rispettivamente del -1,1% e -1,7%).

Va, inoltre, evidenziato che, nonostante la riduzione del numero di imprese attive, il commercio resta il settore economico provinciale dove si concentra il maggior numero di imprese (oltre 21 mila) ed assume, inoltre, un peso notevolmente superiore a quello medio nazionale (del 34% circa rispetto al 27% circa).

Un'inversione di tendenza rispetto ad un trend positivo di medio periodo (+12% rispetto al 2003) si è, invece, registrata nel 2009 nel settore dell'intermediazione monetaria e finanziaria (-0,4%). Anche nel settore edile, caratterizzato nel medio periodo da una crescita sostenuta (+27,6%), in linea con quella registrata a livello nazionale, l'aumento si è praticamente arrestato nel 2009 (+0,5%). Si tratta, infatti, di due settori particolarmente esposti agli effetti della crisi.

Va, infine, evidenziato, come accanto al rilevante processo di ampliamento registrato nella maggior parte dei servizi e nelle costruzioni, la struttura imprenditoriale leccese sia stata interessata, in linea con un processo di trasformazione che interessa tutto il territorio nazionale, dal progressivo ridimensionamento del numero di imprese manifatturiere, diminuite fra il 2003 ed il 2009 dell'8% circa (da 8.475 a 7.802).

Tale processo ha subito, nel 2009, per effetto della crisi, un'accelerazione (-2,8%). All'interno dell'industria manifatturiera le maggiori riduzioni hanno interessato alcuni dei settori tradizionali di specializzazione dell'industria provinciale (nel tessile abbigliamento, a fine 2009, si contano 1.204 imprese, 456 in meno rispetto al 2003; nell'industria del legno e delle fabbricazioni in paglia il numero di imprese attive si è ridotto di 279 unità).

Decisamente più veloce è la riduzione nel numero di imprese in atto nel settore primario: in particolare fra il 2003 ed il 2009 le imprese attive nell'agricoltura, silvicoltura e pesca sono diminuite di circa 1/5, attestandosi poco sotto le 10.500 imprese, pari al 17% del totale provinciale (rispetto al 21% circa del 2003).

Prendendo, infine, in considerazione la composizione per forma giuridica delle imprese si può osservare che, fra il 2003 ed il 2009, in provincia di Lecce, così come a livello nazionale, si è avuta una progressiva modificazione delle caratteristiche del tessuto imprenditoriale che si è andato orientando verso forme giuridiche più strutturate ed in particolare verso la forma di società di capitali.

Il numero delle società di capitali attive a livello provinciale è aumentato, infatti, progressivamente fra il 2003 ed il 2009 (+61% circa), raggiungendo un'incidenza sul tessuto imprenditoriale provinciale del 10,5% rispetto al 6,6% del 2003. Anche le società di persone, il cui numero è aumentato del 21% circa fra il 2003 ed il 2009, hanno incrementato la propria incidenza nel tessuto imprenditoriale provinciale (dal 7,7% al 9,2%). Si tratta in questo caso di una tendenza contraria a quella rilevabile a livello nazionale (dove sono scese dal 17,8% al 17,4% del totale).

Va, tuttavia, evidenziato, che, in provincia di Lecce, nonostante sia in atto un processo di diffusione delle forme d'impresa societarie, il tessuto imprenditoriale resta ancora caratterizzato da un'altissima presenza di ditte individuali, che rappresentano il 78% circa delle imprese attive (circa 15 punti percentuali in più della media italiana).

Il mercato del lavoro

Forze di lavoro Il trimestre 2010 – Il mercato del lavoro italiano e pugliese

Nel secondo trimestre 2010 il numero di occupati risulta pari a 22.915.000 unità segnalando un aumento rispetto al trimestre precedente rispetto allo 0,1%.

Rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente la riduzione è stata pari allo 0,8% (-195.000), a sintesi di una sostenuta riduzione della componente italiana (-366.000 unità) e

di una significativa crescita di quella straniera (+171.000). Persiste, nel confronto tendenziale, la forte riduzione del numero degli occupati nell'industria in senso stretto, soprattutto nel nord: al sensibile calo dei dipendenti a tempo pieno si contrappone l'ulteriore incremento dell'occupazione a orario ridotto. Il tasso di occupazione è pari al 57,2% con una flessione di sette decimi di punto percentuale rispetto al secondo trimestre del 2009.

Il numero delle persone in cerca di occupazione raggiunge 2.136.00 unità, con un aumento dell'1,1% rispetto al primo trimestre (+24.000 unità). Rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente l'aumento è del 13,8%.

Il tasso di disoccupazione è pari all'8,5% con un aumento di 0,1 decimi di punto rispetto al primo trimestre e di 1,0% punti rispetto al secondo trimestre 2009. In Puglia nel trimestre considerato gli occupati sono 1.234.000, rispetto al secondo trimestre 2009 sono diminuiti di 12.000 unità, viceversa le persone in cerca di occupazione sono 191.000, sono aumentate rispetto all'analogo periodo del 2009 di 16.000 unità. In percentuale il tasso di occupazione pugliese è passato dal 45,2% al 44,7%, il tasso di disoccupazione dal 12,3 al 13,4%. Il tasso di occupazione nazionale è del 57,2% ben 12,5 punti in più rispetto a quello pugliese; mentre quello di disoccupazione è dell'8,3%, ben 5,1 punti percentuali più basso rispetto a quello regionale.

I fabbisogni occupazionali dell'industria e dei servizi

Il bilancio occupazionale previsto per il 2010 rimane negativo, in entrambi i macro settori si osserva una contrazione delle imprese che prevedono di assumere, di 1,6 punti percentuali per l'industria (passata dal 26,5% al 24,9%) e di 4,4 punti percentuali per i servizi (dal 21,7% al 17,3%).

Tutti i comparti industriali presi in considerazione dall'indagine mantengono prospettive occupazionali negative. Saldi positivi si registrano esclusivamente nell'industria del legno e dei mobili (2,0%). Saldi meno negativi della media (-2,3%) si riscontrano nell'industria alimentare (-0,8%), nelle public utilities (-0,8% energia, gas, acqua, ambiente) e nell'ambito delle costruzioni (-2,1%).

Saldi più marcatamente negativi, invece, si riscontrano in particolar modo nell'industria tessile e dell'abbigliamento (-0,5%), in quella della fabbricazione di macchinari e apparecchiature (-3,4%), nell'industria dei metalli, chimicoplastica. Complessivamente anche le attività terziarie registrano un saldo negativo (-1,9%) in quasi tutti i comparti: il commercio (-4,4%) e i servizi di informazione e servizi avanzati alle imprese (-4,7%) più accentuati rispetto alla media, viceversa i trasporti (-1,7%), i servizi finanziari e operativi (-0,8%) e i servizi alle persone (-0,2%) registrano saldi occupazionali inferiori al dato medio settoriale (-1,9%). Il comparto alberghiero ristorativo e i servizi correlati registrano invece un saldo occupazionale positivo (+3,3%) come pure i servizi sanitari privati (+3%).

Analizzando i valori assoluti, le imprese salentine prevedono nel corso dell'anno un saldo negativo di 1.850 lavoratori, di questi 950 sono riconducibili all'industria e 919 ai servizi. Sempre considerando i valori assoluti le perdite di posti di lavoro nell'ambito dell'industria si prevedono nell'edilizia (-340), nell'industria tessile e abbigliamento (-290) nell'industria dei metalli, chimica-plastica (-170). Tra i comparti presi in esame dall'indagine, si registra un saldo positivo di 30 unità esclusivamente nell'industria del legno e dei mobili.

Nell'ambito dei servizi è il commercio a subire le perdite più importanti con -7780 lavoratori, seguito dai servizi di informazione e servizi avanzati alle imprese (-240). Più che positivo, considerando l'andamento degli altri comparti, il saldo occupazionale del settore alberghiero-ristorativo

Il commercio estero

Gli scambi commerciali fra paesi a livello mondiale si sono mostrati molto sensibili rispetto al peggioramento della congiuntura economica internazionale e al deterioramento del clima di fiducia determinatosi a partire dalla seconda metà del 2008 per effetto della crisi. Anche in provincia di Lecce la componente delle esportazioni all'estero ha risentito in misura particolarmente intensa degli effetti della crisi internazionale: nel 2009, infatti, si è assistito ad una riduzione del 45% circa del valore delle vendite di prodotti e servizi provinciali all'estero. Tale contrazione risulta decisamente superiore non solo a quella registrata a livello nazionale (-21,4%), ma anche nelle altre province pugliesi.

Di conseguenza in provincia di Lecce la crisi ha accentuato sensibilmente una riduzione già in atto fra il 2003 ed il 2008: il valore delle esportazioni provinciali risulta, nel 2009, più che dimezzato (-54,9%) rispetto all'inizio del periodo (2003).

Considerando i soli prodotti manifatturieri, che rappresentano, nel 2009, il 96% circa delle esportazioni provinciali si evidenzia che la dinamica negativa registrata dall'export leccese fra il 2003 ed il 2009, è in gran parte riconducibile alle crescenti difficoltà incontrate sui mercati esteri dai prodotti tessili, di abbigliamento, pelle ed accessori in cui le esportazioni provinciali risultavano fortemente concentrate.

Già fra il 2003 e il 2008 le esportazioni di tali prodotti si erano più che dimezzate (da quasi 500 milioni a 216 mln circa), la crisi si è innestata in questa situazione di difficoltà, determinando un ulteriore dimezzamento del valore delle vendite di questi prodotti, che di conseguenza nell'intero periodo 2003-2009, si è ridotto di oltre $\frac{3}{4}$ (-79,5%).

Le vendite di macchinari ed altri apparecchi n.c.a., che già nel 2003 rappresentavano la seconda voce di esportazione provinciale, incidendo per il 9% sulle esportazioni di prodotti manifatturieri, hanno mostrato uno sviluppo estremamente rilevante fra il 2003 ed il 2008, periodo durante il quale sono più che triplicate.

Anche il processo di veloce crescita che ha interessato tali prodotti, tuttavia, ha subito, nel 2009, un forte contraccolpo a causa della crisi (-61% circa), che non ha comunque invertito completamente il trend di medio periodo (2003-2009) di tali prodotti, che resta positivo (+35% circa).

Vanno segnalati, inoltre, numerosi altri prodotti che, nel periodo 2003-2009, hanno mostrato una buona capacità di penetrazione sui mercati esteri, contribuendo positivamente al riorientamento dell'export provinciale.

Le esportazioni di apparecchi elettrici, nonostante la contrazione del 21% subita nell'ultimo anno, sono più che triplicate rispetto al 2003 (da 4,3 a 14 milioni di euro). Una crescente capacità di penetrare nei mercati esteri si è riscontrata anche per i metalli di base e prodotti in metallo (+88% circa, nonostante la riduzione di $\frac{1}{3}$ circa subita nell'ultimo anno.

Va, inoltre, evidenziata l'espansione registrata fra il 2003 ed il 2009 nelle esportazioni di prodotti farmaceutici e botanici (+19,3%) e della gomma, plastica e prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi (+33%), prodotti questi ultimi le cui vendite hanno mantenuto una dinamica decisamente positiva anche nel 2009 (+10%), risultando, nel 2009, la terza voce di esportazione provinciale.

Infine, le vendite all'estero di mezzi di trasporto e di computer ed apparecchi elettronici ed ottici, che fra il 2003 ed il 2008 hanno visto una crescita notevole (rispettivamente del 50% circa ed 85% circa), hanno risentito, nel 2009, in maniera decisamente accentuata della riduzione della domanda mondiale, subendo una contrazione rispettivamente del 31% e 45% circa, che ha compensato quasi completamente l'incremento registrato negli anni precedenti.

Al di là dei risultati registrati nell'ultimo anno, che sono stati fortemente condizionati dalla contrazione della domanda estera causata dalla crisi, l'analisi di medio periodo evidenzia lo svolgersi di un processo di profonda trasformazione della configurazione dei rapporti commerciali della provincia leccese con l'estero. La forte concentrazione e specializzazione dell'export provinciale nei prodotti del tessile-abbigliamento-pelli ed accessori (ed in particolare delle calzature) destinati prevalentemente a Paesi ad economia matura ha visto un veloce ridimensionamento negli ultimi anni (2003-2009), a causa delle difficoltà di far fronte alla concorrenza di produttori a più basso costo; tale contrazione è stata, tuttavia, controbilanciata, anche se non completamente, dal rilevante sviluppo delle esportazioni di altri prodotti.

I settori

Analizzando i dati settoriali dell'export salentino si osserva che la perdita più consistente l'ha subita il calzaturiero, il quale rispetto al primo trimestre 2009 ha avuto un tracollo di quasi il 50%; le merci esportate ammontano a un valore di 8,8 mln di euro: basti pensare che nel primo trimestre 2008 il comparto esportava merci per oltre 37 milioni di euro. Più contenuta la perdita del comparto abbigliamento con -3,4% e un export di 12,4 milioni, nel medesimo periodo del 2008 l'export era pari a 23 milioni di euro.

Anche il settore macchinari e apparecchiature ha subito nel primo trimestre una variazione di -15% per un valore di merci vendute all'estero pari a 19,8 milioni; nel 2008, sempre nei prime tre mesi, il settore aveva esportato beni per un valore di oltre 55,2 milioni di euro. Performance negativa anche per gli altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi, il cui comparto registra una variazione negativa pari a -44% e merci esportate per un valore di oltre 6 milioni di euro. Segnali positivi, invece, nelle esportazioni dei prodotti agricoli che chiudono il trimestre con un + 49%; positiva anche la variazione dei prodotti alimentari (+19,3%) e del tessile (+5,6%).

Per quanto concerne le importazioni complessivamente sono diminuite del 26,6%; considerando i settori che "pesano" economicamente sull'import, si registrano variazioni negative del 27,4% degli articoli in pelle con un valore di beni importati di 10,8 milioni di euro e degli articoli di abbigliamento -0,7% con un valore di 9,6 milioni di euro. Le importazioni di prodotti alimentari nel trimestre considerato sono aumentate di circa il 10%, analogamente i prodotti agricoli, che registrano un incremento del 6,5%. Da evidenziare una crescita esponenziale delle importazioni di prodotti in metallo che, con un valore di 12,6 milioni di merci importate, rispetto ai 530 mila del primo trimestre del 2009, hanno registrato una crescita notevole.

Il contributo delle imprese leccesi alla creazione di ricchezza

Allo scopo di delineare in misura ancor più dettagliata l'evoluzione della congiuntura economica nel territorio leccese e cogliere in maniera diretta l'intensità con cui la crisi economica si è ripercossa a livello provinciale, appare utile osservare le variazioni del prodotto interno lordo, che misura il valore dei beni messi a disposizione della collettività e del reddito creato dall'economia di un dato territorio.

L'analisi dell'evoluzione del Pil in termini reali (depurata cioè degli effetti dell'inflazione) permette di evidenziare che già nel corso del 2008 l'attività produttiva a livello provinciale ha risentito degli effetti della crisi, mostrando, a seguito del deteriorarsi della congiuntura economica ed alle tensioni presenti nel mercato mondiale, una "reattività" superiore all'economia regionale e nazionale: il Pil leccese, infatti, nel 2008, ha subito una rilevante contrazione in termini reali (-3,9%), superiore a quella registrata in Puglia (-0,6%) ed in Italia (-1,3%).

Nel 2009, poi, in provincia di Lecce, il Pil ha mostrato un'ulteriore riduzione, inferiore, tuttavia, a quella del Pil regionale e nazionale: infatti, mentre in Italia ed in Puglia la recessione si è accentuata, determinando una riduzione del Pil rispettivamente del -5,0% e -5,9%, in provincia di Lecce il tasso di riduzione è rimasto pari a quello registrato nel 2008 (-3,9%). Nel complesso il succedersi di due anni di contrazione dell'attività produttiva nella provincia di Lecce ha determinato una riduzione reale del Pil provinciale del 7,6%, leggermente superiore a quella complessivamente riscontrabile in Puglia ed in Italia (rispettivamente -6,4% e -6,5%), dove, come evidenziato, le ripercussioni della crisi sull'attività produttiva hanno assunto una intensità notevole solamente nel 2009.

Allargando l'orizzonte temporale di osservazione si nota che anche nel 2007, prima del manifestarsi della crisi, l'economia provinciale aveva mostrato una scarsa dinamicità e la crescita del Pil si era mantenuta decisamente contenuta (+0,5% rispetto ad una media regionale e nazionale del +1,5%). La performance rilevata nel 2007, tuttavia, si contrappone agli incrementi notevoli registrati nel 2002, 2005 e 2006; nel periodo 2003-2007 complessivamente considerato, infatti, l'economia provinciale, nonostante una notevole variabilità dei risultati, ha mostrato un trend di crescita più sostenuto rispetto all'economia nazionale e regionale, crescendo ad un tasso medio annuo dell'1,4% (rispetto al +0,5% della Puglia ed al +1% dell'Italia). Oltre all'analisi dell'andamento del Pil appare utile considerare le dinamiche del valore aggiunto, che consentono di acquisire importanti informazioni circa il contributo fornito da ciascun settore di attività alla creazione di ricchezza, evidenziando le peculiarità della struttura produttiva di ciascun territorio e, in termini dinamici, i cambiamenti che la stanno interessando.

La scomposizione settoriale del valore aggiunto prodotto nel 2008 nella provincia di Lecce fa emergere la particolare rilevanza assunta dal settore terziario, che contribuisce per $\frac{3}{4}$ circa alla produzione di ricchezza rispetto ad una media italiana del 71%. L'elevata incidenza di tale settore, che contraddistingue anche altre province pugliesi (fra cui in particolare Foggia e Bari), è riconducibile in provincia di Lecce soprattutto allo sviluppo dell'attività turistica e commerciale, nonché dei servizi della Pubblica Amministrazione, mentre, come emerso anche dall'analisi relativa alla struttura imprenditoriale, risultano meno sviluppati i servizi alle imprese. Il valore aggiunto prodotto dal settore terziario, inoltre, ha mostrato, a livello provinciale, una buon trend di crescita, aumentando, fra il

2003 ed il 2008, in termini nominali del 20,5%, a ritmi, cioè, più sostenuti della media regionale e nazionale (+18% circa).

Risulta, invece, più ridotto rispetto alla media italiana il peso dell'industria in senso stretto nell'economia provinciale: nonostante la presenza di alcune importanti produzioni manifatturiere (fra cui spicca quella delle calzature, localizzata nel distretto di Casarano-Lecce, dell'abbigliamento, ma anche dell'agroalimentare), il contributo complessivamente fornito da questo settore alla creazione del valore aggiunto provinciale risulta pari al 13,3%, circa 8 punti percentuali in meno rispetto alla media italiana (21% circa).

La rilevanza in termini percentuali dell'industria in senso stretto, d'altronde, resta notevolmente inferiore alla media nazionale anche nelle altre province pugliesi, nonostante la presenza di importanti insediamenti industriali nell'area tra Taranto, Brindisi e Bari (province queste ultime dove l'incidenza supera il 15%) .

Così come in Puglia ed in Italia, anche nella provincia di Lecce, fra il 2003 ed il 2008, il valore aggiunto prodotto dall'industria in senso stretto è cresciuto più lentamente che nelle costruzioni e nei servizi, perdendo pertanto peso rispetto a questi settori (in linea con un processo di trasformazione della struttura economica in atto anche a livello nazionale e regionale).

Fra il 2003 ed il 2008, il settore più dinamico in provincia di Lecce è stato proprio quello delle costruzioni, il cui valore aggiunto è incrementato di oltre 1/3, mostrando pertanto una crescita superiore a quella, comunque sostenuta, registrata in Puglia (23% circa) ed in Italia (+29%). Come effetto di tale performance molto positiva l'incidenza del settore nella formazione del valore aggiunto provinciale ha raggiunto il 9,7% (rispetto all'8,5% del 2003), la quota più elevata a livello regionale.

Il valore aggiunto del settore primario, contraddistinto da una notevole variabilità fra un anno e l'altro, ha mostrato, fra il 2003 ed il 2008, una riduzione del 4,1%, comunque più contenuta di quella registrata a livello regionale (-16%). Nel 2008 nell'economia leccese l'agricoltura e la pesca hanno contribuito per il 2,4% alla creazione di valore aggiunto, assumendo, pertanto, un peso di poco superiore alla media nazionale (2,0%) e più ridotto rispetto a quanto registrato nel complesso in Puglia (3,7%), dove spiccano, in particolare, le province di Foggia (7,2%) e Taranto (4,4%).

2.2.a Cosa facciamo

L'Automobile Club di Lecce esplica sul territorio le attività dell'Ente federante di cui all'art.4 dello Statuto e quindi, in particolare, cura la gestione dei c.d. servizi associativi resi a favore della propria compagine sociale; le attività di assistenza automobilistica; le attività istituzionali di istruzione, sicurezza stradale ed educazione alla guida, nonché quelle di collaborazione con le Amministrazioni locali nello studio e nella predisposizione degli strumenti di pianificazione della mobilità nella gestione della sosta; le attività assicurative, con particolare riferimento al ramo RCA, quale agente generale della SARA - Compagnia Assicuratrice dell'ACI -; le attività di promozione dello sport automobilistico; le attività per lo sviluppo turistico.

1) Servizi associativi

L'AC Lecce, come Club degli automobilisti, è impegnato ad offrire ai Soci e alle loro famiglie in viaggio l'opportunità di muoversi in sicurezza, sia in Italia che all'estero, anche grazie agli accordi ed alle collaborazioni da sempre in essere con gli altri Club europei.

Nella gamma dei servizi offerti al Socio, che mirano a garantire un'assistenza completa per tutto l'anno e non più limitata alla specifica emergenza del soccorso stradale, si collocano, tra gli altri, i seguenti servizi:

- ✓ medico pronto per l'associato e i suoi familiari;
- ✓ tutela e consulenza legale;
- ✓ interventi a domicilio in situazioni di emergenza, di falegname, fabbro, idraulico ed elettricista;
- ✓ rivista sociale;
- ✓ soccorso stradale gratuito;
- ✓ servizi aventi una natura più spiccatamente commerciale che, in virtù del vincolo associativo che lega il socio all'AC, vengono proposti a speciali condizioni di favore e privilegio rispetto alle tariffe normalmente praticate sul mercato, quali il **nolegg***io di autovetture*, la gestione di **parcheeggi** (di proprietà od in concessione) e la gestione di **scuole guida**.

Allo scopo di sviluppare l'associazionismo, l'Automobile Club è impegnato inoltre nell'iniziativa di integrazione strategica "FacileSarà", deliberata dall'ACI e finalizzata a valorizzare le sinergie esistenti a livello di Federazione per uno sviluppo integrato del business associativo e assicurativo. L'obiettivo è quello di migliorare e favorire la distribuzione di prodotti e servizi sul territorio, attraverso un sistema bipolare basato sulla promozione e diffusione delle tessere ACI verso gli Assicurati Sara non Soci e, viceversa, delle polizze Sara nei confronti dei Soci non assicurati Sara.

L'AC con la sua rete di delegazioni è canale prioritario di rilascio della tessera sociale e di gestione del rapporto associativo, con una offerta di servizi e prestazioni aggiuntive in ambito locale che integrano l'offerta associativa nazionale.

L'AC svolge quindi, costante attività di gestione del rapporto associativo ponendo in essere iniziative espressamente destinate ai propri soci in diversi ambiti di interesse non solo riferiti direttamente al settore automobilistico.

Alla data del 31 dicembre 2011, il n. dei soci dell'AC Lecce, che automaticamente sono soci anche dell'Automobile Club d'Italia ai sensi dell'art. 42 dello Statuto, è pari a 14.363

2) Attività di assistenza automobilistica

Fermo restando che la gestione del servizio del Pubblico Registro Automobilistico è svolta esclusivamente dall'ACI e dalla sua organizzazione diretta rappresentata dagli Uffici Provinciali, l'Automobile Club è rispetto al PRA semplice utente e svolge con la propria rete diretta ed indiretta l'attività di consulenza e assistenza automobilistica ai sensi della L.264/91, operando quindi in condizioni di piena concorrenza ed assoluta parità rispetto agli altri operatori del settore.

L'attività di assistenza automobilistica è volta a fornire una completa assistenza nei confronti dei cittadini - e dei soci a condizioni più vantaggiose - per il disbrigo di qualsiasi pratica automobilistica presso il Pubblico Registro Automobilistico e il Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti.

In tal senso, con la sua rete diretta e indiretta, l'Automobile Club Lecce aderisce al progetto di semplificazione "Sportello Telematico dell'Automobilista – STA, previsto dal DPR n.358/2000, per fornire servizi di qualità e tempestività, con rilascio immediato e contestuale ai cittadini della carta di circolazione e delle targhe.

Relativamente alla gestione delle tasse automobilistiche, l'Automobile Club Lecce svolge attività di diversa natura, anche riferite ai servizi di assistenza specialistica ai contribuenti e di controllo sull'assolvimento dell'obbligo tributario, in relazione al contenuto della legge Regionale n. 31 /1998 che ha affidato il servizio all'ACI.

La rete delle delegazioni dell'Automobile Club concorre poi, unitamente agli altri soggetti previsti dalla legge, all'attività di **riscossione del tributo** sulla base di procedure informatiche specificamente previste.

In particolare, l'AC effettua:

- attività di riscossione bollo auto;
- periodici controlli sulla correttezza e sulla qualità del servizio erogato al pubblico dalle proprie delegazioni, anche mediante interviste o distribuzione di questionari agli utenti;
- coordinamento, monitoraggio e rilevazione dell'andamento della riscossione mediante sportello bancomat ATM.

3) Attività istituzionali: istruzione; sicurezza stradale ed educazione alla guida; collaborazione con le altre Amministrazioni nel settore della mobilità.

L'impegno dell'Ente in tale contesto è volto a generare e diffondere la *cultura della mobilità in sicurezza*, attraverso la tutela delle persone in movimento e la rappresentazione ai vari livelli istituzionali delle loro esigenze, la realizzazione di studi e ricerche applicati alla mobilità sostenibile, nonché mediante azioni nel campo della sicurezza e dell'educazione stradale.

Si collocano in tale ambito tutte le iniziative idonee ad affermare il ruolo dell'Automobile Club quale referente istituzionale in ambito locale nelle materie della mobilità, sicurezza ed educazione stradale, come gli accordi e i tavoli tecnici realizzati in collaborazione con le altre amministrazioni locali al fine di proporre soluzioni nell'ambito della mobilità sostenibile e formulare piani di intervento sul territorio.

Di forte interesse sociale in tale contesto sono gli interventi di sensibilizzazione che coinvolgono tutte le categorie di *mouvers* appartenenti alle diverse fasce di età sul tema della prevenzione dell'incidentalità stradale, attraverso attività mirate a stimolare l'assunzione di comportamenti consapevoli e rispettosi delle regole poste dal Codice della Strada.

Sinteticamente, si descrivono di seguito le specifiche aree di intervento dell'AC con riferimento a tale settore di attività:

- giornate dedicate alla sicurezza stradale;
- corsi di guida sicura;

- corsi per il conseguimento del patentino, corsi per il recupero dei punti patente e corsi di formazione per docenti;
- convegni ed incontri sull'educazione stradale;
- studi sull'incidentalità, mobilità e ambiente;
- concorsi, eventi, campagne pubblicitarie, laboratori, percorsi didattici
- osservatori stradali.

4) Attività assicurativa

Sempre in coerenza con le finalità istituzionali, l'Automobile Club agisce quale agente generale della SARA Assicurazioni, gestendo con la propria rete il portafoglio SARA per offrire, in conformità al dettato statutario, un'ampia gamma di prodotti destinati a soddisfare tutte le esigenze di sicurezza degli individui e delle famiglie, non solo in relazione all'auto, ma anche alla casa, al tempo libero, alle attività professionali, alla previdenza per il futuro, con condizioni particolarmente vantaggiose per i Soci ACI.

5) Attività sportiva

ART. 4

Per il conseguimento degli scopi di cui all'art. 1, l'A.C.I.:

- a) studia i problemi automobilistici, formula proposte, dà pareri in tale materia su richiesta delle competenti Autorità ed opera affinché siano promossi e adottati provvedimenti idonei a favorire lo sviluppo dell'automobilismo;*
- b) presidia i molteplici versanti della mobilità, diffondendo una cultura dell'auto in linea con i principi della tutela ambientale e dello sviluppo sostenibile, della sicurezza e della valorizzazione del territorio;*
- c) nel quadro dell'assetto del territorio collabora con le Autorità e gli organismi competenti all'analisi, allo studio ed alla soluzione dei problemi relativi allo sviluppo ed alla organizzazione della mobilità delle persone e delle merci, nonché allo sviluppo ed al miglioramento della rete stradale, dell'attrezzatura segnaletica ed assistenziale, ai fini della regolarità e della sicurezza della circolazione;*
- d) promuove e favorisce lo sviluppo del turismo degli automobilisti interno ed internazionale, attuando tutte le provvidenze all'uopo necessarie;*
- e) promuove, incoraggia ed organizza le attività sportive automobilistiche, esercitando i poteri sportivi che gli provengono dalla Fédération Internationale de l'Automobile - F.I.A.; assiste ed associa gli sportivi automobilistici; è la Federazione sportiva nazionale per lo sport automobilistico riconosciuta dalla F.I.A. e componente del CONI;*
- f) promuove l'istruzione automobilistica e l'educazione dei conducenti di autoveicoli allo scopo di migliorare la sicurezza stradale;*
- g) attua le forme di assistenza tecnica, stradale, economica, legale, tributaria, assicurativa, ecc., dirette a facilitare l'uso degli autoveicoli; h) svolge direttamente ed indirettamente ogni attività utile agli interessi generali dell'automobilismo.*

Altro settore in cui l'Automobile Club è tradizionalmente impegnato è quello dello sport automobilistico, operando in veste di organizzatore di eventi di interesse nazionale .

Nel settore dell'automobilismo sportivo, in particolare, l'Automobile Club Lecce promuove un ricco calendario di manifestazioni, mediante l'organizzazione diretta o congiunta con scuderie locali, sponsorizzazioni, collaborazioni o semplice patrocinio delle stesse manifestazioni.

La più importante manifestazione sportiva locale è il "Rally del Salento".

Altre manifestazioni sportive molto seguite nel Salento nel 2011 sono:

4 RALLY DI CUI:

- 1 CIR

- 2 CHALLENGE
- 1 RONDE

Sono state autorizzate poi sul territorio 6 gimkane e raduni che hanno avuto un forte impatto partecipativo locale

L'Automobile Club è impegnato inoltre nelle attività di rilascio delle licenze e di organizzazione dei corsi di prima licenza.

Alla data del 31.12.2011, il numero di licenze rilasciate era pari a 475.

6) Attività in materia turistica

Forte è anche l'impegno dell'Ente nelle attività volte ad ampliare la propria presenza nel settore turistico locale.

In tale ambito si collocano tutte le iniziative volte a favorire nuove forme di partecipazione turistica sostenibile, assistendo i viaggiatori e promuovendo nel territorio di competenza itinerari importanti sotto il profilo artistico e culturale.

L'Automobile Club di Lecce è un Ente pubblico non economico senza scopo di lucro, a base associativa, riunito in Federazione con l'ACI.

Da una ricerca storica condotta, si è potuto riscontrare all'interno del Libro "50 anni Auto e Sport", una pubblicazione dell'ACI, risalente al 1948, che l'Automobile Club Lecce è stato fondato nel 1931.

E' riconosciuto - con i D.P.R. 16 giugno 1977, n. 665, e 1° aprile 1978, n. 244, emanati in attuazione della legge n. 70/75 - "ente necessario ai fini dello sviluppo economico, civile, culturale e democratico del Paese" ed inserito nella stessa categoria di "enti preposti a servizi di pubblico interesse" in cui la citata legge n. 70/75 ha compreso l'ACI.

L'Automobile Club è rappresentativo, nell'ambito della circoscrizione territoriale di propria competenza, di interessi generali in campo automobilistico, e - ai sensi dell'art. 38 dello Statuto ACI - svolge, nella propria circoscrizione ed in armonia con le direttive dell'Ente federante, le attività che rientrano nei fini istituzionali dell'ACI stesso (art.4 Statuto), presidiando sul territorio, a favore della collettività e delle Istituzioni, i molteplici versanti della mobilità.

Tenuto conto dell'omogeneità degli scopi istituzionali, pur essendo Ente autonomo con propri Organi, un proprio patrimonio, un proprio bilancio e proprio personale, è legato all'ACI dal vincolo federativo, che si estrinseca attraverso:

- la partecipazione del Presidente dell' AC all'Assemblea dell'ACI;
- l'approvazione da parte degli Organi dell'ACI sia del bilancio preventivo e del conto consuntivo dell'AC che del Regolamento elettorale;
- il potere dell'Ente federante di definire indirizzi ed obiettivi dell'attività dell'intera Federazione;

- le modalità di pianificazione delle attività dell'AC, che prevedono che il Comitato Esecutivo dell'ACI verifichi la coerenza dei programmi/obiettivi definiti annualmente dal Consiglio Direttivo dell'AC con gli indirizzi strategici della Federazione;
- il ruolo di raccordo svolto dal Direttore dell'AC, come di seguito più ampiamente illustrato.

Nel quadro di questo assetto federativo, l'AC è posto sotto la vigilanza del Dipartimento per lo Sviluppo e la Competitività del Turismo; è inoltre assoggettato al controllo della Corte dei Conti.

Sono Organi dell'AC: l'Assemblea dei Soci, il Presidente e il Consiglio Direttivo.

Il controllo generale dell'amministrazione è affidato ad un Collegio dei Revisori dei Conti composto da tre revisori effettivi e un supplente.

La struttura organizzativa dell'AC prevede, ai vertici dell'amministrazione, la figura del Direttore dell'Ente.

Il Direttore, ai sensi dello Statuto, è funzionario appartenente ai ruoli organici dell'ACI, con qualifica C5 ed è nominato dal Segretario Generale dell'ACI, sentito il Presidente dell'AC.

Il Direttore assicura la corretta gestione tecnico-amministrativa dell'AC, in coerenza con le disposizioni normative e con gli indirizzi ed i programmi definiti dagli Organi dell'ACI in qualità di Federazione degli stessi AC.

In particolare, nell'ambito della propria competenza territoriale, il Direttore garantisce, sulla base degli indirizzi strategici definiti dagli Organi, delle direttive del Segretario Generale e delle linee di coordinamento del Direttore Regionale – il cui ruolo è di seguito descritto – la puntuale attuazione degli indirizzi strategici, dei programmi, degli obiettivi e dei piani di attività in materia dei servizi e prestazioni rese dalla Federazione ai Soci ed agli automobilisti in genere, ed assicura il rispetto degli accordi di collaborazione posti in essere nell'interesse della Federazione stessa. Il Direttore garantisce, inoltre, l'attuazione degli ulteriori programmi definiti dal Consiglio Direttivo dell'AC.

L'AC partecipa a livello regionale al Comitato Regionale, composto dai Presidenti degli Automobile Club della Regione Puglia, che cura i rapporti con la stessa Regione ed ha competenza esclusiva per tutte le iniziative di valenza regionale in materia di sicurezza ed educazione stradale, mobilità, trasporto pubblico locale, turismo e sport automobilistico. Le funzioni di segretario del Comitato Regionale sono assolte dal Direttore Regionale, figura prevista dall'Ordinamento dell'ACI.

Il Direttore Regionale svolge funzioni di raccordo tra gli AC della Regione e le Strutture Centrali dell'ACI, di coordinamento degli AC nella regione di competenza nonché di attuazione e gestione di obiettivi, priorità, piani, programmi e direttive generali definiti dal Comitato Regionale. In tale ambito svolge il ruolo primario di interlocutore con le Pubbliche Amministrazioni operanti sul territorio per le materie di competenza.

Al fine di assicurare la massima capillarità sul territorio dei servizi resi e venire incontro alle esigenze dell'utenza, l'Automobile Club offre assistenza ai propri Soci, e agli automobilisti in generale, attraverso la rete delle proprie delegazioni dirette e indirette (queste ultime sono studi di consulenza automobilistica disciplinate dalla L.264/91,

appositamente convenzionate con lo stesso AC, che erogano servizi di assistenza con utilizzo del Marchio sotto precise condizioni di impiego e funzionamento e secondo standard predefiniti).

Per il perseguimento dei propri fini istituzionali, l'AC si avvale inoltre della Società ACI Service Tre Mari srl, società strumentale collegata, che cura, per conto ed al servizio dell'AC, la gestione di attività e/o servizi interni o esterni e l'erogazione di prestazioni ai soci ed gli automobilisti in generale.

2.2.b Come operiamo

L'Automobile Club Lecce è un Ente pubblico non economico con un unico centro di responsabilità, individuato nel Direttore del Sodalizio.

L'AC Lecce è articolato in strutture indirette costituite da n. 24 Delegazioni, che assicurano la capillarità del servizio nel territorio di competenza, dislocate nei seguenti Comuni: Lecce, Lecce Zona Rudiae, Aradeo, Campi Salentina, Carmiano, Casarano, Cavallino, Copertino, Cutrofiano, Galatina, Galatone, Gallipoli, Leverano, Maglie, Matino, Monteroni, Nardò, Racale, Salice Salentino, Squinzano, Taurisano, Trepuzzi, Tricase, Veglie.

Per il conseguimento degli scopi istituzionali, si avvale delle seguenti strutture operative collegate, costituite sotto forma di Società di cui l'Ente detiene la partecipazione totalitaria o maggioritaria, che concorrono all'erogazione di prestazioni e servizi nei confronti degli utenti automobilisti, delle Pubbliche Amministrazioni con cui l'Ente collabora e dei Soci.

Tali Società strumentali assicurano la piena funzionalità, efficacia ed economicità dell'azione dell'Ente, fornendo servizi di qualità in regime di "in house providing" e risultano quindi determinanti e necessarie per il conseguimento delle finalità istituzionali dell'AC.

Con delibera presidenziale del 21 Dicembre 2010 ratificata dal Consiglio Direttivo in data 31/01/2011, l'AC ha già provveduto alla ricognizione di tali società collegate ai sensi della L.24 dicembre 2007 n.244 e successive modificazioni e integrazioni (art.3, commi 27, 28 e 29).

Si riporta di seguito l'indicazione delle principali società collegate strumentali al conseguimento delle proprie finalità.

L'Automobile Club Lecce ha una quota pari al 12,34% nell'ACI Service Tre Mari Srl; tale società ha per oggetto sociale: fornire servizi agli Automobile Clubs provinciali nel campo degli approvvigionamenti, della promozione dell'associazionismo, dello studio, dell'organizzazione, realizzazione e gestione di servizi e/o manifestazioni inerenti o collegate alla loro attività istituzionale; promuovere, organizzare e gestire iniziative per il perfezionamento della guida automobilistica, per la prevenzione di infortuni stradali, il soccorso e l'assistenza degli automobilisti e degli autoveicoli durante la circolazione; promuovere, organizzare e gestire gare e manifestazioni sportive nel campo motoristico,

promuovere e partecipare ad iniziative di sostegno dello sport motoristico, anche mediante l'acquisto e/o la gestione di impianti sportivi, autodromi, ecc.; studiare, organizzare, realizzare e gestire servizi di supporto alla motorizzazione ed alla circolazione veicolare.

L'AC dispone di un proprio sito istituzionale (www.aclecce.eu rieditato per motivi tecnici)

2.3 I RISULTATI RAGGIUNTI

Al 31.12.2011, l'Ente ha raggiunto un numero complessivo di Soci tra Sede e Delegazioni di n°14.363, che, raffrontato con lo stesso dato relativo all'annata 2010 di 13.533 associazioni, ha fatto registrare un incremento di +830 Soci pari al +6,1 %.

Analizzando la produzione associativa al netto della produzione Acì Global e Facile Sara, l'Ente ha raggiunto un numero complessivo di Soci di n°11.194 che a fronte dell'obiettivo massimo assegnato di n°10.779 associazioni determina comunque un incremento di +415 Soci pari al +3,85%.

Ad avvalorare il suddetto risultato è da precisare che l'A.C. Lecce al 31/12/2011, registrando un incremento associativo pari al +3,85% rispetto al 2011 al netto della produzione associativa Acì Global e Facile Sarà, ha ottenuto un importante risultato a confronto con il dato nazionale che invece, sempre al netto della produzione su indicata, rileva un decremento percentuale del -3%.

Quanto all'obiettivo inerente l'emissione di Tessere Multifunzione la produzione del 2011 ha consolidato 4.118 tessere pari al +245,26%. Per quanto riguarda invece il numero di attivazioni delle stesse, si sono registrate solo 58 attivazioni pari al 1,40% del totale multifunzione prodotto.

La qualità del portafoglio soci (Gold + Sistema) è di 8.168 sul totale di 11.194 pari al 72,97%, e per la Club è di 196 sul totale di 11.194 pari al solo 1,75%, più 556 tessere emesse centralmente per un totale di 752 Club. Buoni risultati sono stati conseguiti anche nel collocamento delle tessere anche per il tramite della nostra rivista sociale "La Voce dell'Automobilista" e della brochure allegata che hanno validamente contribuito al raggiungimento dell'importante risultato.

In supporto all'impegno della Sede, che da sola vanta il 44.88 % del parco Soci dell'A.C. Lecce la presenza sul territorio provinciale di ben 26 delegazioni ha contribuito ad allargare le potenzialità di inserimento del prodotto associativo nella compagine locale, recuperando, nonostante le sempre più crescenti difficoltà di un mercato caratterizzato da una pluralità di offerenti servizi automobilistici, livelli di produzione precedentemente penalizzati.

L'Ente e le sue delegazioni continuano ad avvalersi per le attività di marketing dei servizi di ACIRETE.

La realizzazione della rivista sociale “La Voce dell’Automobilista” edizione 2011, oltre ad adempiere al suo compito primario di informare, veicolare le iniziative e le convenzioni dell’Ente, creare lo spirito di appartenenza al “Club” dei Soci dell’A.C. Lecce, ha da diversi anni assunto un ruolo importante nella gestione associativa in quanto la vendita di un “pacchetto” composto da uno spazio pubblicitario e da tessere ACI da consegnare gratuitamente alla migliore clientela dell’acquirente-inserzionista consente contemporaneamente di accrescere la base associativa e di creare una fitta rete di esercizi commerciali che riservano ai Soci sconti ed agevolazioni sui loro acquisti.

Anche quest’anno la realizzazione di una brochure “GUIDACI”, allegata alla rivista, con la raccolta degli esercizi convenzionati distinti per aree di appartenenza e rispettive delegazioni sul territorio, ha munito il Socio ACI di una guida in più sulle opportunità commerciali legate all’associazionismo.

E’ stato confermato nel corso del 2011 il servizio dei monitors al plasma 42’’ finalizzati all’intrattenimento del pubblico con notizie istituzionali dell’Ente, con notiziario TGcom e spazi pubblicitari riservati agli inserzionisti presso la sede dell’A.C. e presso le delegazioni dell’Ente dislocate sul territorio.

Particolare impulso è stato dato all’attività di riscossione delle tasse automobilistiche a favore dei Soci attraverso il consolidamento del sistema “bollo sereno” che prevede l’addebito diretto della tassa automobilistica alla scadenza sul c/c bancario indicato dal socio stesso; un’iniziativa sicuramente di primaria importanza ai fini della fidelizzazione dei Soci, che risulta di grande utilità all’utenza contro il rischio di mancati o ritardati versamenti.

Costantemente si è perseguita la “valorizzazione dell’A.C.I. in quanto Club” contribuendo allo sviluppo della sua immagine e presenza nelle varie iniziative locali con particolare riguardo a quelle di contenuto turistico - culturale e in materia di sicurezza stradale.

L’automobile Club Lecce ha organizzato manifestazioni automobilistiche quali “Donna da ricordare: Antonietta De Pace, Eroina dell’Unità”, itinerario in auto d’epoca realizzato in collaborazione con la prima Scuderia Femminile Auto Moto d’Epoca di Lecce. La manifestazione, inserita nel calendario dell’iniziativa benefico culturale “Itinerario Rosa” del Comune di Lecce, si è tenuta domenica 27 marzo 2011.

Nell’anno 2011, sono state confermate le convenzioni con l’Università degli Studi di Lecce per il “tirocinio didattico” per gli studenti dei Corsi di Laurea di Scienze della Comunicazione, Economia e Commercio e Giurisprudenza. E’ in progetto l’estensione della convenzione con altri corsi di laurea.

In base a tale collaborazione diversi studenti laureandi dei corsi sopra indicati hanno effettuato degli stages formativi presso l’Automobile Club Lecce, contribuendo a rafforzare l’immagine di un Ente sempre interessato ad allargare i propri orizzonti e a coinvolgere le nuove generazioni. Lo stesso obiettivo ed interesse rivolto sui giovani universitari si auspica di

riscontrare nell'ambito della "Formazione Lavoro" e nel coinvolgimento delle classi più giovani del 3°, 4° e 5° anno scolastico a seguito della partecipazione, con proprio stand, alla giornata dello studente tenutasi a Lecce nel mese di dicembre u.s. con l'organizzazione del Comune di Lecce e la Società Lupiae Servizi ove si sono incontrate le scolaresche per raccogliere eventuali adesioni e disponibilità ad effettuare presso la nostra struttura il periodo di stage previsto dal progetto.

Inoltre, ancora in ambito universitario, l'Ente ha concesso il proprio patrocinio a sostegno del progetto "Salento Racing Team" (progettazione, realizzazione e partecipazione di una vettura monoposto per competizioni Formula SAE) e sviluppato dal Dipartimento di Ingegneria dell'Innovazione dell'Università del Salento.

Sempre nell'ottica di un dialogo aperto tra Amministrazioni, non a caso, il Direttore dell'Ente è componente dell'Osservatorio per la Prevenzione e la Sicurezza Stradale presso la Prefettura, tavolo permanente di studio dei problemi inerenti la mobilità e la sicurezza stradale, promotore di progetti, iniziative e campagne di sensibilizzazione.

L'accordo, oltre ad auspicare gli obiettivi di controllo e riduzione dell'incidentalità, ha portato alla costituzione di uno specifico Osservatorio presso l'Ufficio Territoriale di Governo di Lecce che ha sviluppato un programma di interventi ed iniziative nelle quali l'Automobile Club Lecce ha assunto un ruolo rilevante.

L'Osservatorio è costituito, oltre che dalla PROVINCIA di Lecce, da ANAS, DTT, ACI, COMUNE di LECCE, FORZE di POLIZIA, UNIVERSITA' degli STUDI, ASSOCIAZIONI di categoria. In particolare, l'A.C. Lecce ha continuato a promuovere il progetto "Campagna Mobile per la Sicurezza Stradale 2008-2011", patrocinato da regione Puglia, Provincia di Lecce e Prefettura di Lecce. Nel corso dell'anno le FIAT "500" istituzionali ACI/SARA continuano ad esporre sulle fiancate delle autovetture apposite calcomanie in tema di sicurezza stradale. Nell'occasione è stata ufficializzata l'adesione al progetto da parte della STP, Società Trasporti di Terra d'Otranto, che a partire dal 2009 ha esposto slogan sugli autobus provinciali, molto frequentati dai giovani.

Continua l'adesione dell'Automobile Club Lecce, per il tramite del sottoscritto, all'Osservatorio Provinciale di Lecce istituito per sovrintendere anch'esso a problematiche in tema di prevenzione e sicurezza stradale sul territorio provinciale del Salento.

Tra le numerose iniziative in materia di sicurezza stradale del 2011 di evidenza l'ideazione e realizzazione della Campagna "AscoltAci Bene-Guida in Sicurezza", promossa in collaborazione con la Provincia di Lecce e con "Fonudito" Centro Acustico specializzato in convenzione con ASL e INAIL, per sensibilizzare gli automobilisti sulla consapevolezza dei limiti psico-fisici dovuti in particolare ai disturbi dell'udito attraverso screening di controllo gratuiti.

L'A.C. Lecce, anche per il 2011 ha aderito e partecipato alla "Giornata Mondiale del ricordo delle vittime della strada" promossa dall'Associazione Italiana Familiari Vittime della Strada Onlus sotto l'egida della FEVR (Federazione Europea Vittime della Strada). Inoltre, ha promosso, sempre in collaborazione con la Provincia di Lecce e con il Cesiss (Centro Studi indipendente sulla sicurezza stradale) l'iniziativa "TrasportAci Sicuri", campagna di informazione sui corretti sistemi di ritenuta dei bambini in auto rivolta ai genitori automobilisti. Nel luglio 2011, ha fatto tappa a Lecce la campagna nazionale itinerante "Divertiti responsabilmente" per la promozione e la sensibilizzazione sui temi dell'alcool e della guida sicura patrocinata dal Ministero della Gioventù. Sempre nell'intento di una reciproca collaborazione tra Enti ed Amministrazioni Locali, continua l'adesione dell'A.C. LECCE al programma di messa in rete dei vari Uffici URP della Provincia di Lecce, progetto denominato R.I.S.O., che, oltre alla pubblicazione di schede informative sulle attività d'istituto ed i servizi dell'Ente, garantisce pubblicità ed aggiornamenti in ordine ai servizi delegati. Lo spirito che anima il progetto è quello di una sempre più stringente collaborazione interistituzionale con Provincia, Comune di Lecce, ANAS ed altre Pubbliche Amministrazioni operanti sul territorio.

Inoltre, le continue implementazioni offerte dalla rete RISO alimentano implicitamente il numero dei contatti e le potenzialità di utilizzo dei servizi ACI offrendo, di converso, facile accesso, in un ottica di reciprocità, anche alla rete R.I.S.O. tramite il sito dell'Ufficio Provinciale ACI di Lecce.

L'Ente ha curato la pubblicazione periodica di una pagina istituzionale informativa sul settimanale locale, di ampia diffusione, "Salento in Tasca" e alcuni spazi redazionali in tema di sicurezza stradale sul "Nuovo Quotidiano di Puglia", quotidiano locale a maggiore diffusione.

Con lo scopo di promuovere l'immagine istituzionale dell'Ente, l'A.C. Lecce ha inserito una pagina istituzionale a pagamento sulla rivista "Lu Furgularu", numero unico dedicato alla Festa de "La Focara" di Novoli-il falò più grande del mondo-, evento di tradizione molto importante e sentito nel territorio. In ambito sportivo è stata patrocinata e supportata la realizzazione della 45° Edizione del "Rally del Salento", prova valida per il Campionato Italiano Rallies.

In occasione della manifestazione l'A.C. ha realizzato lo specifico periodico "Informarally, di n. 48 pagine, che rappresenta ogni anno un valido strumento di informazione e promozione della gara e dell'immagine stessa dell'ACI, come ente promotore.

In termini di collaborazione professionale organizzativa e con l'ausilio dei nostri Ufficiali di Gara sono state realizzate le seguenti manifestazioni:

Gare automobilistiche:

- (1) 45° Rally del Salento (Campionato Italiano Rallies)
- (2) 18° Rally Città di Casarano (Coppa Challenge 7° zona coeff. 1,5)
- (3) 3° Rally dei 4 Comuni (Coppa Challenge 7° zona)
- (4) 1° Rally del Barocco Talentino (Ronde)

Gare amatoriali:

- Club Azzurro 1° edizione (Gimkana Cutrofiano)
- Ass.ne Amici della Gimkana (Gimkana Maglie)
- Ass.ne Bolidi Rossi (Raduno Ferrari)
- Ass.ne Galateo (Raduno Auto d'epoca)
- Club Azzurro 2° edizione (Gimkana Cutrofiano)

L'AC Lecce ha inoltre confermato la propria partecipazione al circuito ACI Golf, ospitando una tappa del Campionato Italiano riservato ai Soci ACI, l'14 agosto, presso l'Acaya Golf Club.

Il tutto a ribadire l'importanza che si continua a riservare allo scopo istituzionale dello sport automobilistico.

L'Automobile Club Lecce ha operato anche nel campo della solidarietà, confermando per il 7° anno consecutivo l'adesione al Progetto Salento Solidarietà "Cuore Amico". In collaborazione con la Federazione Nazionale dei Maestri del Lavoro, nel mese di gennaio 2011 ha ospitato il salvadanaio per la raccolta dei fondi destinati ai bambini portatori d'handicap della provincia di Lecce. Ha inoltre donato le tessere associative alle auto speciali di Cuore Amico.

Nel settore delle attività delegate l'A.C., tramite tutte le postazioni esattoriali, ha rilasciato n° 258.004 quietanze di pagamento relative alla tassa di possesso dei veicoli contro le n° 241.249 bollette dell'anno 2010 registrando pertanto un aumento percentuale rispetto al dato consuntivo dell'anno precedente pari al +6,95%.

Nel campo dell'attività di assistenza automobilistica sono state totalizzate n° 1.700 operazioni. Sono state espletate n° 740 pratiche di esenzioni tasse disabili, n° 160 pratiche di esenzioni veicoli storici, n° 441 esenzioni tasse concessionari (targhe tot. Inserite n° 4.999), n° 363 pratiche di istanza di rimborso tasse automobilistiche e, infine, n° 2.981 avvisi bonari.

Si allega una scheda di sintesi delle attività svolte dall'Automobile Club Lecce nel corso dell'anno 2011.

2.4 LE CRITICITA' E LE OPPORTUNITA'

In questo capitolo si darà conto di quelle che sono state le maggiori criticità riscontrate rispetto alla programmazione effettuata in sede di Piano della *Performance* 2011-2013, nonché delle azioni poste in essere per superare le criticità riscontrate.

Preme sottolineare al riguardo che le criticità non hanno riguardato la realizzazione degli obiettivi strategici: infatti questi, sono stati portati avanti adeguatamente dall'amministrazione rispetto all'anno di riferimento, benché le risorse finanziarie e umane non siano sufficientemente tarate.

Le criticità riscontrate sono state soprattutto di carattere tecnico: considerato che il Piano della *Performance* 2011- 2013 rappresenta la prima implementazione del ciclo di gestione della *performance* nell'Automobile Club Lecce, si sono riscontrate delle difficoltà nella misurazione annuale degli *outcome*.

Infatti alcuni indicatori sono ottenibili come sintesi di un set più esteso di valutazioni effettuate da gruppi definiti di *stakeholder*.

I tre esempi principali di questo tipo indicatori sono:

- Indice di soddisfazione *stakeholder*,
- Indice di soddisfazione del personale,
- Indice del livello di competenze.

Per rendere operativa e standardizzata la rilevazione è necessario progettare le modalità di calcolo e di alimentazione della valutazione, particolarmente attraverso una attiva collaborazione con gli *stakeholder*.

Nel corso del 2011, ciò non è stato possibile al 100%. Nel corso del 2011 l'Ente ha condiviso con gli *stakeholder* principali i risultati della fase di pianificazione strategica e di rendicontazione sociale che sono stati presentati in occasione della Assemblea dei Soci, primo momento di incontro con i nostri principali *stakeholder*.

Fermo restando che l'AC Lecce intrattiene relazioni stabili con i vari *stakeholder* del settore di riferimento, cercando di dedicare a tutti la medesima attenzione, nel 2011 l'Ente ha individuato un gruppo di *stakeholder* strategici o chiave allo scopo di implementare un'attività di coinvolgimento degli stessi nella pianificazione strategica, al fine di migliorare la propria *performance* organizzativa anche in termini di impatto sugli *stakeholder*.

Il **Socio** è lo *stakeholder* che meglio rappresenta il beneficiario del sistema dei nostri servizi.

Per l'anno 2012, consapevoli della problematica, si è programmato un maggiore coinvolgimento degli *stakeholder* esterni ed interni anche attraverso la somministrazione di questionari di valutazione.

Ulteriore importante aspetto, sempre di carattere tecnico, da implementare nel corso del 2012, concerne una migliore identificazione delle risorse umane e finanziarie per ciascun progetto connesso agli obiettivi operativi, al fine di poter correlare in maniera più definita e compiuta il Piano della *performance* con il Bilancio Preventivo dell'Ente.

Altro aspetto delicato è rappresentato dalla impossibilità ovvero grave difficoltà di raggiungere gli obiettivi strategici inerenti l'acquisizione di nuove risorse umane e finanziarie volte a sostenere le iniziative strategiche dell'AC Lecce; tale difficoltà è legata alla già accennata difficoltà di reperire nuove risorse considerati i provvedimenti legislativi di carattere restrittivo che hanno caratterizzato le recenti manovre finanziarie.

3.OBIETTIVI: RISULTATI RAGGIUNTI E SCOSTAMENTI

3.1 Albero della Performance

Viene di seguito rappresentato, attraverso l'albero della performance, il collegamento tra il mandato istituzionale e le priorità politiche/mission come sopra descritte con le aree strategiche in cui si colloca l'azione dell'Ente nel triennio 2011-2013.

Nella rappresentazione grafica dell'albero della performance dell'Automobile Club Lecce le aree strategiche sono state articolate, laddove possibile, secondo il criterio dell'outcome, al fine di rendere immediatamente intelligibile agli stakeholder (cittadini, utenti, imprese, pubbliche amministrazioni) la finalizzazione dell'attività dell'Ente rispetto ai loro bisogni e aspettative.

Outcome Attività Soci (art 8 Dlgs. 150/2009 –lettere b-e-f-g):

- A) Migliore visibilità dei servizi/offerte
- B) Semplificare l'offerta ed implementare il canale web
- C) Integrazione Reti degli Automobile Clubs
- D) Incremento segmento Soci

Outcome Attività di Educazione Stradale (art 8 Dlgs. 150/2009 lett g):

- A) Miglioramento della consapevolezza e delle capacità di guida dei giovani
- B) Aumento della sicurezza dei bambini trasportati in automobile

Outcome Attività Mobilità e Sicurezza stradale (art 8 Dlgs. 150/2009 – lett. e):

- A) Sensibilizzazione della collettività sulle tematiche della mobilità e della sicurezza Stradale e tutela per la giusta applicazione delle norme del codice della Strada

Outcome Attività Internazionalizzazione (art 8 Dlgs. 150/2009 – lett.a-g):

- A) Promuovere l'immagine e la presenza dell'Ente a livello internazionale
- B) Migliorare l'informazione turistica anche internazionale e l'assistenza agli automobilisti (soci e non soci)

Outcome Attività Sociale(art 8 Dlgs. 150/2009 lett. a -g):

- A) Migliorare la sicurezza stradale, la mobilità e la qualità dell'ambiente e del territorio
- B) Migliorare l'informazione sulla viabilità stradale per i cittadini
- C) Miglioramento per le fasce deboli dell'accessibilità ai servizi connessi alla mobilità

Outcome Attività Organizzativa Interna (art 8 Dlgs. 150/2009 lett. b- c-d -e - g- h):

- A) Partecipazione dei cittadini al miglioramento del servizio
- B) Miglioramento della qualità erogata
- C) Monitoraggio del grado di attuazione dei piani e programmi dell'Ente
- D) Modernizzazione e miglioramento qualitativo dell'organizzazione e delle competenze professionali
- E) Raggiungimento degli obiettivi di promozione delle pari opportunità
- F) Rilevazione del grado di soddisfazione dei destinatari delle attività e dei servizi anche attraverso modalità interattive

Si definiscono stakeholder tutti quei soggetti, siano essi individui, gruppi o organizzazioni, che hanno con l'Ente relazioni significative che coinvolgono i loro interessi diretti o indiretti, in ragione delle relazioni di scambio che intrattengono con essa o perché ne sono a vario titolo influenzati.

L'individuazione dei propri stakeholder è il primo momento di assunzione di responsabilità sociale da parte di un ente, che individua i propri principali interlocutori sulla base del coinvolgimento e delle conseguenze delle attività svolte, definisce regole e modalità di relazione con essi e si assume la responsabilità di rendicontare loro, in modo trasparente e costante nel tempo, la propria performance in ambito economico e sociale.

Il Piano delle Performance è stato studiato per consentire a tutti gli stakeholder di valutare l'Automobile Club di Lecce in relazione agli aspetti di loro interesse.

Gli stakeholder sono rappresentati da:

- **Enti locali territoriali** (Regione Puglia, Provincia di Lecce, Comuni appartenenti al territorio);
- **Istituzioni** (Enti Locali e Statali), con cui sono sviluppati rapporti continui per contribuire a soddisfare le esigenze del territorio;
- **Fruitori del servizio:** i Soci e loro rappresentanti (per esempio: i soci, associazioni dei consumatori; disabili), con cui si intrattengono rapporti saltuari ancora in modo non strutturato;
- **Dipendenti e loro rappresentanti sindacali**, con cui il rapporto è continuo;
- **Fornitori**, con cui il rapporto è continuo,

L'impegno verso gli stakeholder si esprime attraverso:

- La sottoscrizione di convenzioni che comportino vantaggi ai soci;
- Lo sviluppo di un rapporto di collaborazione con i rappresentanti degli utenti mirato al miglioramento del servizio;
- La sottoscrizione e l'applicazione dei Contratti di Lavoro collettivi nazionali e di quelli integrativi aziendali e lo sviluppo di un rapporto improntato alla correttezza e alla trasparenza, tenendo presenti i limiti che derivano dalla necessità utilizzare al meglio le risorse che l'Ente dispone;
- La massima trasparenza, nei confronti dei soci, che consiste:
 1. nella fornitura di tutte le informazioni connesse all'andamento economico-finanziario;
 2. nella garanzia del rispetto dei requisiti della legge;
 3. nel controllo contabile svolto dal Collegio dei Revisori.
- Lo sviluppo di iniziative a fini sociali;
- La costruzione di un rapporto di partnership basato sulla correttezza e trasparenza reciproca verso i fornitori.

3.2 OBIETTIVI STRATEGICI

Si descrive di seguito sinteticamente il processo che ha portato alla definizione degli obiettivi strategici dell'Ente per il triennio 2011-2013.

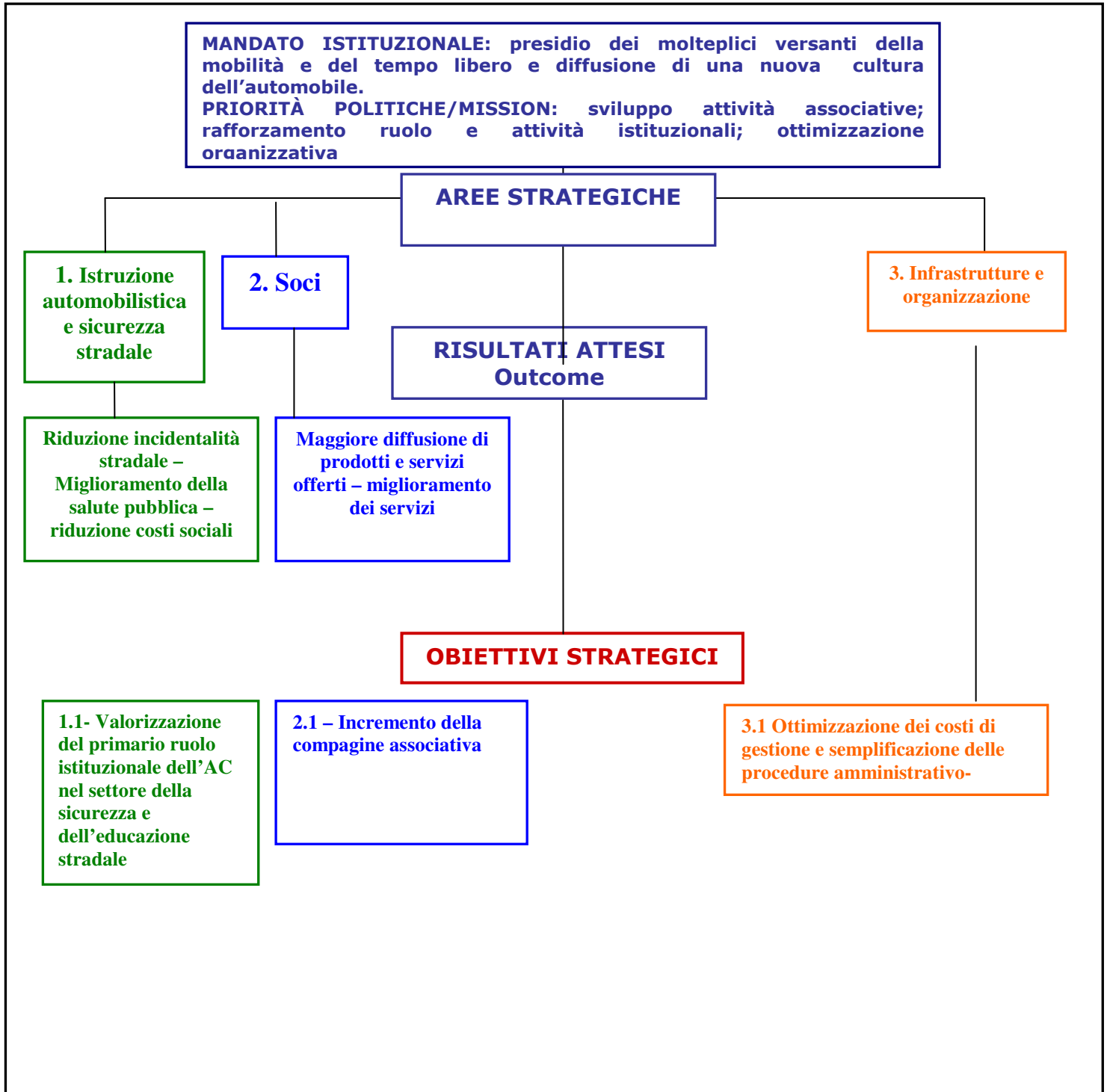
Nel mese di aprile 2010, l'Assemblea dell'ACI ha emanato le Direttive generali contenenti gli indirizzi strategici per il triennio cui si riferisce il presente piano. -Allegato 1-

Nel periodo maggio – settembre, previa comunicazione da parte del Segretario Generale dell'ACI delle citate Direttive Generali e l'eventuale individuazione da parte del Consiglio Direttivo dell'Automobile Club di ulteriori priorità politiche locali, si è svolto il processo di pianificazione strategica dell'Automobile Club, con la definizione dei piani e programmi di attività da realizzare nell'anno successivo. Il ciclo di programmazione strategica si è svolto in parallelo a quello di programmazione finanziaria, al fine di assicurare l'assoluta coerenza tra entrambi i cicli.

Segue la descrizione del processo di definizione degli obiettivi operativi, sulla base degli obiettivi strategici come sopra riportati..

RAPPRESENTAZIONE GRAFICA DEGLI OBIETTIVI STRATEGICI

Gli obiettivi strategici di seguito rappresentati sono quelli definiti dalle “direttive generali in materia di indirizzi strategici dell’Ente”, deliberate dall’Assemblea dell’ACI. Per quanto riguarda le risorse finanziarie a supporto degli obiettivi indicati si specifica che esse trovano capienza nei singoli budget annuali approvati dagli organi dell’Ente.



3.3. OBIETTIVI E PIANI OPERATIVI

Nel mese di ottobre, il Consiglio Generale dell'ACI, sulla base delle Direttive generali deliberate dall'Assemblea nel mese di aprile, ha approvato il documento "Piani e programmi di attività dell'Ente per l'anno 2011" che ha definito il portafoglio di obiettivi operativi di Federazione.

Parallelamente, il 14 novembre 2011 con delibera n. 14 il Consiglio Direttivo dell'AC Lecce ha approvato il Piano delle attività dell'Ente che comprende gli obiettivi operativi di Federazione derivanti dal sopra citato Piano di attività dell'Automobile Club. Tale documento, realizzato per l'anno 2011 secondo le metodologie di pianificazione al momento vigenti e deliberato dal Consiglio Direttivo del 29.10.2010, per completezza di esposizione è riportato in allegato al presente piano. - Allegato 2-

Il portafoglio dei progetti e delle attività dell'Ente è stato successivamente trasmesso, per il tramite del Direttore Regionale - che nell'esercizio del proprio ruolo di coordinamento ha provveduto a raccogliere la documentazione degli AC di competenza ed a corredarla da propria relazione - all'Automobile Club d'Italia ed è stato sottoposto al Comitato Esecutivo dell'Ente, per la prescritta verifica di coerenza rispetto alle linee di indirizzo della Federazione.

Sempre nella stessa seduta di Consiglio Direttivo, quale ulteriore momento di coerenza tra il ciclo di pianificazione strategica e quello economico-finanziario, il Consiglio Direttivo ha approvato il budget annuale dell'Ente per l'anno 2011.

A conclusione del ciclo di performance come sopra descritto, vengono evidenziati gli obiettivi di performance organizzativa dell'Ente per l'anno 2011. - Allegato 3 –

Detti obiettivi tengono conto della più generale pianificazione attivata a livello di Federazione ACI e ripropongono, quindi, sotto il profilo della performance organizzativa dell'AC, gli obiettivi individuali legati alle progettualità di interesse generale attribuite dall'ACI stesso al Direttore del sodalizio.

3.4 OBIETTIVI INDIVIDUALI

Il Direttore dell'Automobile Club, come già descritto è funzionario appartenente ai ruoli organici dell'ACI. Pertanto gli obiettivi di performance individuale del Direttore per l'anno 2011 sono stati assegnati dall'Automobile Club d'Italia e formano parte integrante del Piano della Performance dello stesso ACI .

Scheda consuntivo degli obiettivi

SCHEDA VALUTAZIONE FINALE PERFORMANCE ORGANIZZATIVA DELL'AUTOMOBILE CLUB LECCE

ANNO ...2011.....

VALUTAZIONE FINALE

1) OBIETTIVI DI PERFORMANCE ORGANIZZATIVA LEGATI ALLA PROGETTUALITA'

PESO 1):

23

A	B	C	D	E	F	G	H	I = (G/F) x 100	L = I x H	M = L x PESO 1)
MISSIONE	PRIORITA' POLITICA	AREA STRATEGICA	ATTIVITA'	INDICATORI	TARGET ASSEGNATO	TARGET DI FINE ANNO	PESO RELATIVO	% conseguimento obiettivo rispetto al target	Punteggio	Punteggio ponderato
MENTO RUOLO E ATTIVITA' ISTI	RAFFORZAMENTO RUOLO E ATTIVITA' ISTITUZIONALI	ITOMOBILISTICA E SICURE	NETWORK AUTOSCUOLE A MARCHIO ACI (READY2GO)	N. CONTRATTI ACI	1	0	100,00%	0,00%		
totale										

2) OBIETTIVI DI PERFORMANCE ORGANIZZATIVA LEGATI AI PIANI DI MIGLIORAMENTO GESTIONALE

PESO 2):

75

A	B	C	D	E	F	G	H	I = (G/F) x 100	L = I x H	M = L x PESO 2)
MISSIONE	PRIORITA' POLITICA	AREA STRATEGICA	ATTIVITA'	INDICATORI	TARGET ASSEGNATO	TARGET DI FINE ANNO	PESO RELATIVO	% conseguimento obiettivo rispetto al target	Punteggio	Punteggio ponderato
MENTO RUOLO E ATTIVITA' ISTI	SVILUPPO ATTIVITA' ASSOCIATI	SOCI	INCREMENTO DELLA PRODUZIONE	PRODUZIONE TESSERE	10.779	11.194	30,00%	100,00%		
	SVILUPPO ATTIVITA' ASSOCIATI	SOCI	EQUILIBRIO DEL PORTAFOGLIO	COMPOSIZIONE %	>=5.928	8.168	5,00%	100,00%		
	SVILUPPO ATTIVITA' ASSOCIATI	SOCI	EQUILIBRIO DEL PORTAFOGLIO	TESSERE CLUB	<=431	196	5,00%	100,00%		
	SVILUPPO ATTIVITA' ASSOCIATI	SOCI	EMISSIONE TESSERE MULTIFUNZIONE	TESSERE MULTIFUNZIONE	1.670	4118	15,00%	100,00%		
	SVILUPPO ATTIVITA' ASSOCIATI	SOCI	TESSERE FACILE SABA	TESSERE FACILE SABA PIN	3.790	2970	10,00%	0,00%		
OTTIMIZZAZIONE ORGANIZZATIVA	OTTIMIZZAZIONE ORGANIZZATIVA	INFRASTRUTTURE E ORGANI	% DI SCOSTAMENTO TRA RISULTATI	SCOSTAMENTO	>=0-10%	-46,14%	10,00%	0,00%		
totale										

TOTALE 1) E 2)

PESO TOTALE


11+23

100,00%

4. RISORSE, EFFICIENZA ED ECONOMICITA'

La tabella seguente riporta i dati che caratterizzano l'AC Lecce dal punto di vista economico-finanziario:

AUTOMOBILE CLUB LECCE

 CONTO ECONOMICO	Consuntivo Esercizio 2011 (A)	Consuntivo Esercizio 2010 (B)
D - RETTIFICHE DI VALORE DI ATTIVITA' FINANZIARIE		
18) Rivalutazioni	0,00	0,00
19) Svalutazioni	0,00	0,00
TOTALE RETTIFICHE DI VALORE DI ATTIVITA' FINANZIARIE (18+19)	0,00	0,00
E - PROVENTI E ONERI STRAORDINARI		
20) Proventi Straordinari	0,00	58.005,55
21) Oneri Straordinari	61.117,98	64.070,84
TOTALE PROVENTI E ONERI STRAORDINARI (20+21)	-61.117,98	-6.065,29
RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE (A-B+C+D+E)	-16.915,91	43.838,25
22) Imposte sul reddito dell'esercizio	15.112,57	12.531,13
PERDITA D'ESERCIZIO	-2.028,78	81.307,12

2 di 2

5. PARI OPPORTUNITA' E BILANCIO DI GENERE

Il decreto legislativo 27 ottobre 2009 n. 150, nell'ottica della ottimizzazione della produttività del lavoro pubblico, inserisce tra gli interventi oggetto della riforma organica della disciplina della rapporto di lavoro pubblico, la promozione delle pari opportunità quale fattore rilevante per il miglioramento dell'efficienza organizzativa e della qualità dei servizi resi.

La legge n. 183/2010 (c.d. Collegato lavoro), apportando alcune importanti modifiche agli articoli 1, 7 e 57 del decreto legislativo n. 165/2001 prevede all'articolo 21 la costituzione all'interno di tutte le pubbliche amministrazioni senza nuovi o maggiori oneri per la finanza pubblica, del Comitato unico di garanzia per le pari opportunità, benessere organizzativo ed assenza di discriminazione.

Tale normativa prevede che "le amministrazioni di piccole dimensioni abbiano la possibilità di associarsi" (punto 3.1.1 della direttiva emanata dal Dipartimento della Funzione Pubblica e dal Dipartimento per le Pari Opportunità della PCM del 4 marzo 2011).

Con deliberazione del Presidente ACI n. 7306 del 21 luglio 2011 l'ACI Italia ha costituito il CUG ACI attribuendo alla Dott.ssa Beatrice Bisogni e al Dott. Roberto Caruso il ruolo di Presidente titolare e Presidente supplente.

Con email del 16 gennaio 2012 del CUG ACI sono state comunicate le modalità di adesione in forma associata e pertanto, il Presidente dell'Ente, ing. Angelo Sticchi Damiani, ha deliberato in data 24 gennaio 2012 l'adesione al CUG ACI.

L'avvio della partecipazione al CUG ACI ha comportato che nel 2011 non siano state fatte particolari attività, ma nel corso dell'anno 2012 si procederà allo sviluppo di un'apposita

sezione sul sito dell'Ente al fine di elevare il Comitato a punto di riferimento ed incoraggiare una interazione con i possibili stakeholder interni.

Nella tabella seguente si riportano alcuni dati relativi alla distribuzione di genere del personale dell'AC Lecce:

Genere ed età per categoria personale dipendente a tempo indeterminato - anno 2011

AREA DI INQUADRAMENTO	GENERE		ETA'	ANNI DI ESPERIENZA PROFESSIONALE MATURATA
	M	F		
C3	x		49	26
B3	x		59	29
B3	x		45	24
PORTIERE	x		55	22

6. IL PROCESSO DI REDAZIONE DELLA RELAZIONE SULLA PERFORMANCE

6.1 FASI, SOGGETTI, TEMPI E RESPONSABILITA'

Il processo di redazione della Relazione sulla *performance* prende il via dalla adozione del Piano in quanto durante il ciclo di misurazione e valutazione della *performance* si acquisiscono i dati che saranno oggetto di analisi e rendicontazione sociale nella redazione della Relazione.

La Relazione rileva lo stato di realizzazione degli obiettivi, identificando gli eventuali scostamenti, le relative cause e gli interventi correttivi adottati, allo scopo di valutare l'adeguatezza delle scelte compiute in sede di elaborazione ed attuazione dei piani, programmi e altri strumenti di determinazione dell'indirizzo politico.

Si riporta di seguito uno schema esemplificativo delle attività propedeutiche alla redazione della Relazione:

Dal Piano della *Performance* alla Realizzazione

ID	ATTIVITA'	MODALITA'	RESP.	OGGETTO	DESCRIZIONE	TERMINI
1	ASSEGNAZIONE OBIETTIVI ANNUALI AL DIRETTORE	Nel mese di Gennaio il Segretario Generale formalizza gli obiettivi al Direttore con la sottoscrizione della scheda assegnazione obiettivi	SG	A) Obiettivi personale Dirigente	Gli obiettivi sono attribuiti attraverso l'apposita scheda e corredati da una lettera formale del Segretario Generale	Entro 28 Febbraio
2	MONITORIING TRIMESTRALE	Il Direttore provvede ad effettuare il <i>monitoring</i> dei progetti, lo stato di avanzamento delle attività sulla base delle <i>milestone</i> di progetto. Entro il giorno 10 del mese successivo al trimestre provvede ad elaborare un report complessivo da presentare all'OIV che evidenzia lo stato di avanzamento dell'insieme dei progetti	direttore	C) Rapporto trimestrale	Il report trimestrale specifica per ogni progetto avviato lo stato di avanzamento in termini % di realizzazione	Entro il 10 del mese successivo al trimestre
3	CHIUSURA PROGETTI	Entro la fine del mese di dicembre di ogni anno viene prodotto a cura del Direttore un report sullo stato di avanzamento dei progetti da presentare all'OIV.	direttore	D) Report annuale	Il report annuale specifica per ogni progetto avviato lo stato di avanzamento in termini % di realizzazione	Dicembre
4	VALUTAZ. OBIETTIVI e COMPORAMENTI	Il Direttore dell'AC Bari provvede a trasmettere Le schede con una relazione, compilate in ogni loro parte al Comitato di	direttore	E) Schede di valutazione personale	Le schede e le modalità di valutazione sono definite dal sistema di misurazione e valutazione della <i>performance</i>	31 Gennaio

		Valutazione e all'OIV entro il mese di gennaio dell'anno successivo a quello di valutazione.			approvato	
5	ELABORAZIONE RELAZIONE SULLA PERFORMANCE	Entro il 30 giugno dell'anno successivo al periodo di valutazione, il Direttore provvede alla elaborazione della Relazione della <i>Performance</i> evidenziando il grado di realizzazione dei progetti annuali e il conseguimento degli obiettivi	direttore	F) Relazione sulla <i>Performance</i>	La Relazione sulla <i>performance</i> , secondo le disposizioni del decreto 'Brunetta' e le direttive della CIVIT, riporta il risultato dell'attività relativamente al Piano della <i>Performance</i> approvato nell'anno precedente	30 Giugno

La Relazione sulla *performance*, riferita all'anno trascorso, è elaborata dal Direttore e mette a confronto i dati relativi ai risultati organizzativi e individuali raggiunti, con i relativi obiettivi programmati e con i dati economici previsionali.

Il Direttore presenta la Relazione sulla *performance* al Consiglio direttivo per la sua adozione e successiva trasmissione all'OIV entro il 30 giugno di ogni anno.

L'OIV valida la Relazione sulla *performance*, utilizzando anche la diretta interlocuzione con l'amministrazione per acquisire le informazioni necessarie (elementi probativi). Tale interlocuzione consente all'OIV di arrivare all'esito finale attraverso un costruttivo confronto con i vertici dell'amministrazione al fine di evitare eventuali contenziosi derivanti dalla errata acquisizione di informazioni.

L'OIV elabora e "formalizza" il documento di validazione nei contenuti individuati nel modello contenuto nell'allegato B della delibera CIVIT n. 6/2012; tale documento viene inviato dall'OIV al Direttore e, per conoscenza alla CIVIT.

Il Direttore provvede, entro il 15 settembre, ad inviarlo, unitamente alla Relazione, alla CIVIT e al Ministero dell'economia e delle finanze.

La Relazione è pubblicata, unitamente al documento di validazione, sul sito istituzionale dell'amministrazione www.acilecce.eu nella sezione "Trasparenza, valutazione e merito" per assicurarne la visibilità. L'OIV verifica l'adempimento.

La Relazione evidenzia a consuntivo, con riferimento all'anno precedente, i risultati organizzativi e individuali raggiunti rispetto ai singoli obiettivi programmati ed alle risorse, con rilevazione degli eventuali scostamenti, e il bilancio di genere realizzato.

La validazione della Relazione sulla *performance* da parte dell'OIV è condizione inderogabile per l'accesso agli strumenti per premiare il merito.

6.2 PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA DEL CICLO DELLE PERFORMANCE

Nell'Automobile Club Lecce, il sistema della Performance è strettamente collegato al ciclo della programmazione economica, finanziaria e di bilancio sia sotto il profilo dei contenuti (ovvero delle risorse attribuite a ciascun progetto/attività), sia in termini di coerenza dei tempi in cui si sviluppano i due processi.

Occorre premettere che, a partire dall'anno 2011, l'ACI e la Federazione degli Automobile Club hanno adottato un sistema contabile di natura economico/patrimoniale in luogo del previgente sistema di contabilità finanziaria. Il budget è strutturato, pertanto, in tre documenti: il budget economico, il budget degli investimenti/disinvestimenti e il budget di tesoreria.

A partire dalla fase della predisposizione dei progetti e dei piani di attività di Federazione e locali, il Direttore dell'AC predispone una scheda per ogni progetto/attività indicando anche le relative risorse del budget economico e degli investimenti. Tale valorizzazione avviene sulla base del piano dei conti dell'Automobile Club seguendo la classificazione per "natura" del piano dei conti di contabilità generale (conto/sottoconto) nonché la classificazione per "destinazione" (attività e centro di costo) tipica della contabilità analitica.

In tal modo è possibile verificare in fase di programmazione l'insieme delle risorse attribuite al progetto/attività mentre in fase di gestione è possibile misurare periodicamente il grado di utilizzo di tali risorse.

Nella fase di consolidamento dei progetti/attività da effettuarsi a settembre e nella successiva fase di approvazione del Piano delle Attività dell'Ente da parte del Consiglio Direttivo, le suddette schede di budget per progetto/attività seguono gli altri documenti di progetto in modo da dare evidenza della coerenza dei contenuti tra la fase della programmazione e quella del budget.

Il Direttore, in quanto unico Centro di Responsabilità dell'Automobile Club, ha piena responsabilità di tutte le risorse assegnate al proprio progetto/attività, gestisce l'acquisizione dei beni/servizi necessari al progetto/attività. I processi di variazione del budget di progetto/attività sono sottoposti all'iter autorizzativo previsto per le rimodulazioni di budget.

Durante la fase di monitoraggio periodico della performance organizzativa, le predette schede contabili (budget economico e investimenti) sono aggiornate con le variazioni intervenute in corso d'anno evidenziando lo scostamento tra le risorse assegnate e quelle

utilizzate; tali schede sono trasmesse dal Direttore ai soggetti incaricati della misurazione della performance organizzativa dell'Automobile Club.

Di seguito si riporta il quadro delle interrelazioni tra i due processi (programmazione e budget) che rende chiara la coerenza dei tempi delle diverse fasi e della reportistica di supporto.

Tempi	Ciclo di pianificazione e programmazione(PPC) ANNO N + 1		Processo di budget e di reporting economico ANNO N + 1	
	Fasi	Output	Fasi	Output
Gennaio/Aprile anno n	Pianificazione strategica di Federazione	Priorità politiche e direttive generali emanate dall'Assemblea dell'ACI Linee indirizzo della Federazione trasmesse dal Segretario Generale		
Maggio anno n	Pianificazione strategica dell'AC	Priorità politiche e direttive generali dell'AC emanate dal Consiglio direttivo in coerenza con le direttive di Federazione		
Giugno / Dicembre anno n	Programmazione operativa e budgeting n+1	Predisposizione attività e progettualità locali da parte del Direttore AC Schede impatto economico Schede investimenti progetti Progetti strategici di Federazione trasmessi dal Segretario Generale Approvazione Consiglio Direttivo portafoglio progetti / attività di Federazione e locali Verifica coerenza progetti da parte del Comitato esecutivo ACI Piani operativi di dettaglio progetti / attività locali Assegnazione ai direttori AACC da parte del Segretario Generale degli obiettivi di performance individuale e definizione del relativo peso Definizione Consiglio Direttivo obiettivi di performance organizzativa AC in base ai progetti della Federazione e a quelli locali Predisposizione piano della performance AC	Valorizzazione budget dei progetti Valorizzazione budget economico gestionale Valorizzazione budget degli investimenti Approvazione budget annuale	Proposta di budget economico gestionale Proposta di budget investimenti Proposta di budget dei progetti Budget annuale Budget di gestione
Gennaio anno n+1		Adozione piano della performance AC da parte del Consiglio Direttivo		

Il Piano delle *Performance* 2011-2013 rappresenta la prima implementazione del ciclo di gestione della *performance* presso l'AC Lecce. Come tutte le prassi, nel loro primo esercizio di adozione esso risente di alcune limitazioni che andranno superate con la sua evoluzione e messa a regime.

Il modello adottato per la redazione del Piano 2011-2013 è, nella sua struttura ed in particolare nella forma dell'albero delle *performance*, già articolato in modo conforme alla normativa ed alle macro esigenze dell'Ente. L'area di miglioramento si riferisce alla evoluzione di singoli contenuti del Piano rispetto alla prima versione pubblicata.

Il modello base del *monitoring*, che vede abbinato ad ogni obiettivo un indicatore ed un target con orizzonte temporale a un anno, è stato sviluppato nel Piano 2011-2013.

Molti degli sviluppi sopracitati sono stati avviati con il ciclo di pianificazione 2012-2014; la tempistica di completamento sarà invece determinata in funzione della collocazione temporale dei progetti necessari per realizzarli. Tali progetti devono inserirsi coerentemente nel piano di evoluzione dei sistemi informativi.

Secondo un approccio di continuo *tuning* e miglioramento, si sta procedendo alla implementazione di miglioramenti sia in termini metodologici che di processo.

Nel corso del 2011 sono state intraprese molteplici attività volte a migliorare la pianificazione operativa, ovvero lo sviluppo dei progetti locali, alla stima dei tempi e delle risorse. A tal fine la stessa Federazione ha avviato un ciclo di interventi formativi indirizzati ai responsabili di struttura in materia di project management.

Per l'anno 2012 il percorso di miglioramento si sta incentrando sull'implementazione di un coinvolgimento del corpo del personale dell'Ente nella fase di pianificazione operativa che tenga conto della gestione economica dei progetti basato su un modello di valutazione degli stessi secondo il loro coefficiente di rapporto costo-beneficio correlato al loro contributo alle strategie complessive dell'Ente.

Questo permetterebbe di avere la produzione di soluzioni progettuali concentrate in un momento specifico dell'anno, agosto-settembre, che potranno entrare o meno nel piano operativo del periodo di riferimento, ovvero che potranno rimanere in *stand by* ed essere attivate sulla base di cambiamenti di scenario o di strategie o nel caso in cui altre iniziative risultino impossibili da perseguire.

Questa valutazione potrà permettere di definire l'adeguato rapporto costo-beneficio di ogni iniziativa definendo un criterio comune per la prioritizzazione dei progetti e l'assegnazione delle risorse umane e finanziarie.

L'insieme delle idee progettuali proposte è ciò che viene definito *pipeline*. Attraverso il processo di selezione si genererà il "portafoglio" progetti formato dall'insieme dei progetti in corso, ovvero approvati e da inserire nel piano operativo annuale.

I parametri che potranno essere tenuti in considerazione a questo scopo saranno coerenti alle seguenti fattispecie:

1 Contribuzione strategica: ogni progetto dovrà specificare il grado di contribuzione alla realizzazione di una azione strategica attraverso una scala graduata di valori tra alto e basso.

2 Impegno/Assorbimento di risorse ogni progetto dovrà specificare il più analiticamente possibile l'ammontare di risorse umane e finanziarie dell'ente necessarie per il conseguimento dell'obiettivo.

3 Priorità di implementazione: ad ogni progetto potrà essere abbinata una priorità di azione per esprimere il grado di priorità nell'arco di piano e/o la propedeuticità assegnata all'azione strategica a cui contribuisce. Tale giudizio aiuterà a discriminare tra progetti per soddisfare il vincolo di risorse di budget finite. Così potranno pertanto distinguersi differenti categorie di progetti del tipo: obbligatorio, critico, di completamento (ovvero proseguimento di iniziative avviate nell'anno precedente), propedeutico (ovvero che implica una priorità poiché bloccante rispetto altre iniziative) e indipendente.

Una volta approvati i progetti saranno quindi ulteriormente dettagliati relativamente a tempi, costi e risorse impiegate e quindi autorizzati dal Direttore Centrale competente se effettivamente coerenti con quanto proposto in prima battuta.

ALLEGATO 1: PROSPETTO RELATIVO ALLE PARI OPPORTUNITA' E AL BILANCIO DI GENERE

PROSPETTO RELATIVO ALLE PARI OPPORTUNITA' E AL BILANCIO DI GENERE

Area strategica N.B. Le pari opportunità e il bilancio di genere non confluivano in alcuna area strategica									
Obiettivi strategici	Bisogni	Iniziativa / intervento (programma)	Obiettivi operativi	Azioni	Stakeholder contributor	Indicatori (nel Piano 2011-2013 non erano previsti)	Target anno t (idem)	Target consuntivo anno t (idem)	Grado di raggiungimento (tra 0% e 100%)

ALLEGATO 2:TABELLA OBIETTIVI STRATEGICI

SCHEDA OBIETTIVI DI PERFORMANCE ORGANIZZATIVA DELL'AUTOMOBILE CLUB LECCE - ANNO 2011 -

1) OBIETTIVI DI PERFORMANCE ORGANIZZATIVA LEGATI ALLA PROGETTUALITA'							PESO 1): 25%	
MISSIONE	PRIORITA' POLITICA/ MISSIONE	AREA STRATEGICA	ATTIVITA'	INDICATORI	TARGET PREVISTO	PESO		
	RAFFORZAMENTO RUOLO E ATTIVITA' ISTITUZIONALI	ISTRUZIONE AUTOMOBILISTICA E SICUREZZA STRADALE	NETWORK AUTOSCUOLE A MARCHIO ACI (READY2GO)	N. CONTRATTI ACQUISITI	1	100 %		
	(2)							
TOTALE						100 %		
2) OBIETTIVI DI PERFORMANCE ORGANIZZATIVA LEGATI AI PIANI DI MIGLIORAMENTO GESTIONALE							PESO 2): 75%	
MISSIONE	PRIORITA' POLITICA/ MISSIONE	AREA STRATEGICA	ATTIVITA'	INDICATORI	TARGET PREVISTO (1)	PESO		
	SVILUPPO ATTIVITA' ASSOCIATIVA	SOCI	INCREMENTO DELLA PRODUZIONE ASSOCIATIVA	PRODUZIONE TESSERE 2011	Obiettivo	10.779	30%	

ALLEGATO 3:TABELLA DOCUMENTI DEL CICLO DI GESTIONE DELLA PERFORMANCE

Documento	Data di prima approvazione	Data di pubblicazione	Data ultimo aggiornamento	Link documento
Sistema di misurazione e valutazione della <i>performance</i>	Gennaio 2011	Febbraio 2011	Gennaio 2011	http://www.acilecce.eu/trasp-valutazione-e-merito.html
Piano della <i>performance</i>	Maggio 2011	Maggio 2011	Gennaio 2012	http://www.acilecce.eu/trasp-valutazione-e-merito.html
Programma triennale per la trasparenza e l'integrità	Maggio 2011	Maggio 2011	Gennaio 2012	http://www.acilecce.eu/trasp-valutazione-e-merito.html
Standard di qualità dei servizi	Maggio 2011	Maggio 2011	Maggio 2011	http://www.acilecce.eu/trasp-valutazione-e-merito.html