



CCIAA di RIETI

La Relazione sulla performance anno 2020

Approvata con determinazione del C.S. n. 23 del 10 maggio 2021

SOMMARIO

Premessa	3
1. I PRINCIPALI RISULTATI RAGGIUNTI.....	4
2. ANALISI DEL CONTESTO E DELLE RISORSE	6
3. RENDICONTAZIONE DELLA PERFORMANCE ORGANIZZATIVA.....	18
3.1 - Rendicontazione degli obiettivi strategici triennali	18
3.2 - Rendicontazione degli obiettivi operativi annuali	44
4. RENDICONTAZIONE DEGLI OBIETTIVI INDIVIDUALI	51

Premessa

La Relazione sulla Performance è il documento che completa il Ciclo di gestione della Performance con riferimento all'annualità 2019.

Il D. Lgs. 150/09 attribuisce alla Relazione la funzione di evidenziare, a consuntivo, i risultati ottenuti dall'Ente rispetto a quanto programmato nei documenti di previsione. Inoltre, a seguito dell'entrata in vigore del D.Lgs. 33/2013, la Relazione della Performance è anche uno degli strumenti individuati dal legislatore per garantire una adeguata trasparenza alla gestione strategica ed operativa delle Amministrazioni Pubbliche.

La Relazione sulla performance rappresenta quindi lo strumento attraverso il quale la Camera di commercio di Rieti rende conto del proprio operato alle imprese, alla comunità, ai partner istituzionali, alle risorse umane, ovvero ai propri stakeholder, interni ed esterni, illustrando i risultati ottenuti nel corso dell'anno precedente.

Si tratta di un lavoro svolto nella convinzione che ciò rappresenti non solo un dovere istituzionale, ma anche un mezzo attraverso il quale rafforzare le relazioni instaurate e il grado di conoscenza della propria azione nella comunità di riferimento, condizione indispensabile per consentire la realizzazione della strategia definita nel programma di mandato.

Con la Relazione sulla Performance l'Ente porta a conoscenza degli stakeholder gli impegni assunti nei loro confronti, in termini di attese da soddisfare e modalità operative da adottare; inoltre evidenzia a consuntivo i risultati organizzativi e individuali raggiunti rispetto ai singoli obiettivi programmati ed alle risorse, rilevando gli eventuali scostamenti ed indicandone le cause e le misure correttive da attuare.

1. I PRINCIPALI RISULTATI RAGGIUNTI

Nel corso dell'anno 2020 la Camera di Commercio di Rieti ha proseguito nell'attuazione della programmazione pluriennale attraverso interventi volti a sostenere il sistema economico locale, con l'obiettivo di consolidare i rapporti tra i cittadini e le istituzioni e concorrendo, al contempo, alla realizzazione delle condizioni per una ripresa dell'economia locale.

Allineandosi ad un'azione sistemica del mondo camerale, ha prodotto un significativo sforzo economico ed organizzativo per non far mancare il sostegno ed il "senso di vicinanza" al mondo dell'imprenditoria.

Nel pieno rispetto delle funzioni riconosciute agli Enti camerali, si è operato al fine di rafforzare il ruolo di Ente al servizio della collettività, orientato alla promozione dello sviluppo economico del territorio e delle imprese che vi operano, favorendone l'innovazione e lo sviluppo tecnologico, attuando iniziative dirette all'internazionalizzazione, alla formazione, alla diffusione della qualità, all'accesso al credito, alla promozione del commercio elettronico, alla tutela dell'ambiente, allo sviluppo delle infrastrutture e alla valorizzazione delle risorse del territorio con particolare attenzione alle produzioni tipiche.

La Camera, per svolgere in modo efficace i propri molteplici compiti, ha continuato a collaborare con le altre istituzioni pubbliche, con le associazioni di categoria, con le imprese e con i cittadini ed utenti.

La Camera ha sempre garantito la propria presenza nelle sedi in cui si discutono le politiche economiche territoriali e si progettano le azioni per accrescere la competitività del sistema locale, partecipando a progetti di sviluppo, mettendo a disposizione risorse finanziarie seppur limitate, ma comunque importanti, ed una struttura professionale e dinamica.

Performance ambiti strategici

Ambiti strategici	Risultati più significativi
SVILUPPO IMPRENDITORIALE	615 soggetti coinvolti nelle iniziative realizzate tra imprese, professionisti, studenti e aspiranti imprenditori
INTERNAZIONALIZZAZIONE	12 eventi formativi rivolti ad imprese, professionisti
SVILUPPO LOCALE E MARKETING	8 iniziative di promozione delle produzioni locali 155 partecipanti ai progetti finanziati con incremento diritto annuale
ECONOMICITA', EFFICACIA ED EFFICIENZA NELLA GESTIONE	3 gg tempo medio di lavorazione delle pratiche R.I. 17,2 gg tempo medio di pagamento delle fatture

2. ANALISI DEL CONTESTO E DELLE RISORSE

Nel corso del 2020 la Camera si è trovata ad affrontare sia le conseguenze del particolare momento di riordino che sta investendo l'intero sistema camerale, sia gli effetti della pandemia da Covid 19 che hanno fortemente condizionato sia l'attività dell'Ente, che l'intero sistema economico locale.

Per la riforma delle Camere di commercio, in cantiere da cinque anni, si è avvicinata la data di conclusione dei lavori.

Il decreto n.104 del 14 agosto 2020 ha stabilito, infatti, che al fine di semplificare ed accelerare il processo di riorganizzazione delle Camere di commercio, tutti i procedimenti di accorpamento pendenti alla data di entrata in vigore dello stesso decreto, dovessero concludersi con l'insediamento degli organi della nuova camera di commercio, entro e non oltre il termine di sessanta giorni dalla data di entrata in vigore del decreto stesso.

Con questa norma si delineava quindi la fine di un percorso che, tra il succedersi di norme e ricorsi alla Corte costituzionale, sembrava non avere termine e verrà quindi raggiunto l'obiettivo, fissato dalla riforma Madia della pubblica amministrazione, di portare le Camere di commercio da 105 a 60, attraverso dei processi di accorpamento.

Nel frattempo la Regione Lazio, con Decreto del Presidente n. T00042 del 27 febbraio 2020, aveva disposto lo scioglimento del Consiglio camerale e la nomina del Commissario straordinario nella persona dell'Avv. Giorgio Cavalli a cui sono attribuiti i poteri del Presidente, del Consiglio Camerale e della Giunta Camerale, al fine di garantire la rappresentanza legale dell'Ente.

Lo scorso 23 giugno 2020 inoltre la Corte Costituzionale ha esaminato le questioni di legittimità costituzionale sollevate dal TAR del Lazio, sulla legge delega e sul decreto legislativo di riordino della camere di commercio, ritenendo che non vi sia stata alcuna

violazione del principio di leale collaborazione tra lo Stato e le Regioni, viste le plurime interlocuzioni che il Governo ha comunque avuto con le autonomie regionali.

In questo momento quindi si stanno portando avanti le procedure che, a breve, consentiranno l'insediamento degli organi e quindi la nascita della nuova Camera di commercio Rieti Viterbo.

L'azione dell'Ente nel corso del 2020 è stata fortemente condizionata anche dall'eccezionale situazione che si sta vivendo, ormai da più di un anno, in Italia e nel mondo, a causa della pandemia di Coronavirus, che ha costretto il Governo nazionale ad adottare una serie di provvedimenti che stanno fortemente limitando lo svolgimento delle attività da parte di un grande numero di imprese.

Anche la Camera di commercio, durante questo periodo di emergenza epidemiologica da COVID-2019, è stata costretta ad adottare nuove e diverse modalità organizzative per continuare a fornire servizi ad imprese e cittadini, garantendo il diritto alla salute.

L'evolversi della situazione relativa alla diffusione del virus COVID-19 e le prescrizioni rigorose adottate dal Governo, hanno infatti imposto all'Ente l'adozione di misure stringenti volte a limitare l'afflusso dell'utenza negli uffici e a garantire la tutela dell'incolumità di dipendenti ed utenti fino alla conclusione del periodo di emergenza.

Per una parte del personale, tranne quello adibito ai servizi essenziali da fornire in presenza e su appuntamento, è stato adottato il telelavoro, si è potenziato l'accesso ai servizi digitali e sono state intensificate le attività di ascolto e consulenza telefonica volte a supportare le imprese in questo momento critico.

I provvedimenti adottati dalle autorità nazionali e regionali, hanno riguardato e riguarderanno chiaramente un gran numero di imprese operanti sul territorio provinciale, creando fortissime incertezze tra gli operatori economici.

Ormai è chiaro a tutti che il diffondersi del Coronavirus ha comportato e comporterà una brusca frenata dell'economia italiana.

L'epidemia, e soprattutto le misure adottate per contenerla, hanno causato una forte riduzione del Pil nei diversi settori ed una significativa flessione per l'intera economia nazionale.

Anche a livello locale gli effetti dell'emergenza coronavirus hanno messo a dura prova il sistema imprenditoriale e quindi, per quanto possibile, la Camera ha adeguato le attività pianificate per l'anno 2020 apportando le necessarie variazioni, al fine di prevedere interventi rapidi e mirati utili alle imprese più colpite.

La crisi pandemica iniziata nei primi mesi dell'anno si è riflessa infatti severamente sull'economia della regione Lazio e delle province. Nel primo semestre del 2020, sulla base dell'Indicatore trimestrale dell'economia regionale elaborato dalla Banca d'Italia, l'attività economica nel Lazio si sarebbe contratta di 10,3 punti percentuali rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente e secondo le previsioni, nel 2020 il PIL del Lazio sarebbe diminuito poco meno della media italiana, con un calo del fatturato delle imprese nel 2020 sostanzialmente analogo a quello medio nazionale.

Le misure di contenimento della pandemia hanno avuto rilevanti ripercussioni sull'economia regionale, la domanda interna è risultata in forte calo e gli effetti della crisi hanno già avuto riflessi negativi sulle vendite all'estero.

Le conseguenze più pesanti della pandemia si sono manifestate sui ricavi delle imprese nella larga maggioranza dei comparti, ma sono stati più severe per gli alberghi, i ristoranti e gli esercizi commerciali al dettaglio. Su questi settori ha pesato la marcata flessione delle presenze turistiche, soprattutto dei visitatori stranieri che si sono pressochè azzerate rispetto all'anno 2019.

Nell'industria sono calate le esportazioni, mentre segnali positivi sono emersi per il settore edile, anche grazie alla ripresa delle opere pubbliche. Il calo della domanda e le incerte prospettive di ripresa si sono riflessi sui programmi di investimento delle aziende, che sono stati ulteriormente rivisti al ribasso.

Nel corso dell'anno, la domanda di credito delle imprese, in aumento a causa dell'ingente fabbisogno di liquidità emerso con l'emergenza sanitaria, è stata soddisfatta grazie a condizioni di offerta più distese, favorite dalle misure governative (moratorie e garanzie sui nuovi prestiti) e dall'orientamento più espansivo della politica monetaria. La crescita dei prestiti è stata ampia per tutte le dimensioni aziendali, anche se per le imprese maggiori l'aumento ha riflesso anche alcune operazioni straordinarie di grandi gruppi pubblici e privati.

Nel mercato del lavoro l'occupazione è calata in misura più marcata nei comparti dei servizi commerciali, dell'alloggio e della ristorazione, nonostante il blocco dei licenziamenti e il potenziamento degli ammortizzatori sociali che ne hanno rallentato la caduta. La riduzione del numero degli occupati ha riguardato soprattutto quelli alle dipendenze a tempo determinato e i più giovani, particolarmente rilevante il calo della componente femminile.

Le ore autorizzate di Cassa integrazione guadagni sono fortemente cresciute e le imprese hanno aumentato il ricorso al lavoro a distanza. Il calo del numero di persone che ricercano attivamente un'occupazione ha ridotto il tasso di disoccupazione e quello di attività.

Tra gennaio e agosto 2020, il numero di persone che ha richiesto il sussidio di disoccupazione (NASpI) è aumentato di quasi il 13 per cento, più della media nazionale.

Le misure adottate per sostenere i redditi, come il Reddito e la Pensione di cittadinanza e il Reddito di emergenza, di cui hanno beneficiato circa il 6,3 per cento delle famiglie, hanno contenuto il calo dei consumi che in base alle stime sarebbe di poco più elevata che in Italia. La diminuzione delle compravendite immobiliari ha influito sui flussi di nuovi mutui, in riduzione rispetto al primo semestre del 2019. Il mutato clima di fiducia delle famiglie e il calo dei consumi di beni durevoli e di quelli non essenziali si sono riflessi sulla

dinamica dei prestiti al consumo che hanno notevolmente rallentato.

Le condizioni di accesso al credito per le famiglie sono rimaste nel complesso accettabili grazie alle misure governative (moratorie e garanzie sui nuovi prestiti) e le indicazioni delle autorità di vigilanza che hanno attenuato il possibile peggioramento della qualità del credito susseguente alla crisi sanitaria.

Il forte arretramento dei livelli di attività ha invece indotto un aumento del tasso di deterioramento dei prestiti delle imprese.

Per quanto riguarda la provincia di Rieti, le ricadute della pandemia sul mercato del lavoro sono state considerevoli, in un contesto già caratterizzato da una debole dinamica dell'occupazione, il numero di assunzioni nel settore privato è diminuito bruscamente, ma nonostante questo il tasso di disoccupazione, in calo nel 2019, si è ulteriormente ridotto nel 2020, esclusivamente come conseguenza della riduzione delle persone in cerca di occupazione, fenomeno favorito dall'effetto scoraggiamento.

Si è registrata infatti nel 2020 una notevole contrazione delle forze di lavoro, sia delle persone in cerca di occupazione che calano dal 66% al 63%, sia degli occupati che scendono dal 59,1% (come rapporto tra occupati e popolazione in età lavorativa) al 58,1%, essenzialmente a causa della forte contrazione dell'occupazione femminile.

A completare lo scenario si registra un importante calo del tasso di attività che passa dal 66% del 2019 al 62,8% del 2020.

Esaminando i dati del Registro Imprese, si rileva che al 31 dicembre 2020 erano registrate presso la Camera di commercio di Rieti, in tutti i settori di attività economica, 15.530 imprese (escluse le unità locali), un numero lievemente maggiore rispetto all'anno precedente (15.407).

Tale stock era composto per l'85,6% da imprese attive (13.295 in valore assoluto), percentuale di attività che non si discosta significativamente dalla percentuale laziale e da quella italiana.

Parallelamente all'analisi degli stock, pur trattandosi di una fotografia parziale del sistema, è utile leggere i dati sull'andamento dei flussi di iscrizioni e cessazioni. Tale approfondimento evidenzia fra il 2019 ed il 2020 una ripresa nelle dinamiche del sistema; si registra infatti un incremento delle iscrizioni, con un saldo che torna ad essere positivo.

		Tasso nel periodo (*)
Iscrizioni	813	5,27%
Cessazioni	685	4,44%

Fonte: Registro Imprese

(*) percentuale in rapporto alle Registrate del periodo precedente

Un dato interessante è poi quello relativo ai tassi di sviluppo imprenditoriale per le diverse forme giuridiche che, come evidenziato dalla tabella che segue, fa registrare un risultato pienamente positivo per le società di capitale.

Si tratta di un dato che testimonia il processo di riorganizzazione in corso nel sistema economico locale, attraverso una “selezione qualitativa” del tessuto imprenditoriale che porta le imprese meno competitive, per lo più impegnate in settori tradizionali, ad uscire dal mercato ed altre a crescere dal punto di vista organizzativo verso dimensioni più consistenti, forme giuridiche più complesse e produzioni meno aggredibili dai paesi emergenti.

Quello descritto è un fenomeno costante negli ultimi anni, che sta caratterizzando anche il sistema imprenditoriale reatino, da sempre contraddistinto dalla netta prevalenza di imprese individuali di piccole e piccolissime dimensioni, che sta subendo un importante

processo di consolidamento, testimoniato dall'affermarsi di nuove attività, in settori a maggiore valore aggiunto, e di forme giuridiche sempre maggiormente strutturate.

Forma giuridica	Registrate	Iscrizioni	cessazioni	Tasso di natalità	Tasso di mortalità
Soc. di capitali	3.434	208	73	6,31	2,21
Soc. di persone	1.461	20	36	1,34	2,42
Imprese individuali	9.606	554	543	5,77	5,66
Altre forme	1.029	31	33	2,99	3,19

Fonte: Registro Imprese

Dagli ultimi dati sul valore aggiunto disponibili, relativi al 2019, si evidenzia un incremento nel Valore aggiunto procapite ai prezzi base e correnti passato dai 16.871,79 euro del 2018 ai 17.209,25 del 2019, che consente alla provincia di mantenere l'84esimo posto nella graduatoria decrescente provinciale.

Per quanto riguarda invece il valore aggiunto complessivo, come si evince dalla tabella sottostante che sintetizza l'ultimo dato disponibile, tra il 2018 e il 2019 si è assistito ad un lieve incremento, ed è sempre il settore dei servizi quello ad avere il peso relativamente maggiore.

Valore aggiunto a prezzi base e correnti per branca di attività economica anno 2018 e preconsuntivo anno 2019.

Province e regioni	2018							2019	
	Agricoltura, silvicoltura e pesca	Industria			Servizi			Totale	Totale
		Industria in senso stretto	Costruzioni	Totale Industria	Commercio, Turismo, Informazione e comunicazione	Altri servizi	Totale servizi		
Rieti	119,5	266,4	157,9	424,3	486,6	1.602,0	2.088,6	2.632,5	2.665,4
LAZIO	1.880,4	18.587,1	6.703,7	25.290,8	50.266,6	99.961,5	150.228,1	177.399,3	179.443,0

Fonte: Istituto Tagliacarne

Dati in milioni di euro

I dati, chiaramente precedenti alla pandemia da Covid 2019, evidenziano come già rilevato nelle precedenti annualità, lo scarso livello di redditività dell'economia reatina che risente dei pesanti e spesso dolorosi aggiustamenti nell'utilizzo delle risorse economico-finanziarie ed umane degli ultimi anni, che hanno prodotto un decremento della redditività e dell'occupazione ed anche un effettivo depauperamento del tessuto imprenditoriale, non tanto e non solo in termini numerici quanto sostanziali.

Tra l'altro la provincia di Rieti da sempre si caratterizza per una ridotta sensibilità al ciclo economico che, se la preserva nei primi periodi di crisi, finisce poi per rallentarne il processo di ripresa.

I fattori che posizionano la provincia tra quelle a bassa sensibilità al ciclo economico sono senza dubbio la scarsa apertura verso il commercio estero, la carenza di infrastrutture adeguate ed un tessuto di imprese non particolarmente competitive e produttive a causa della ridotta dimensione e del progressivo invecchiamento della classe imprenditoriale.

Questi fattori sono anche le principali ragioni dei bassi tassi di crescita del valore aggiunto e quindi della produttività della provincia di Rieti e delle sue imprese.

Questo modello, dunque, impedisce all'economia reatina di sfruttare la ripresa del volume del commercio internazionale, e la rende eccessivamente dipendente dai consumi delle famiglie locali, caratterizzate da una capacità di spesa meno brillante rispetto alla media del Paese e della regione, e limita il ruolo degli investimenti privati, rendendoli poco efficaci nel promuovere una crescita competitiva del tessuto produttivo, necessaria per aumentare il contributo del commercio estero sul Pil provinciale.

Un simile assetto della domanda aggregata penalizza naturalmente il potenziale di crescita dell'economia provinciale, perché la capacità di spesa per consumi delle famiglie locali è contenuta ed i bilanci delle famiglie provinciali sono messi sotto pressione da un degrado della loro ricchezza, atteso che, mentre il patrimonio delle famiglie reatine diminuisce, lo stock del debito che le stesse contraggono, spesso per compensare un reddito che non cresce quanto l'inflazione e mantenere i propri livelli di consumo, aumenta a ritmi tutt'altro che trascurabili.

D'altro canto, la modesta propensione ad investire da parte del sistema produttivo locale è la risultante anche di un tessuto di imprese in difficoltà di liquidità, con insufficienti capacità di capitalizzazione degli investimenti, anche per via delle ridotte dimensioni medie.

D'altro lato, però, l'insufficiente livello di investimenti privati deriva dagli squilibri presenti sul mercato creditizio locale. Il crescente rischio di credito si riflette, dal lato dell'offerta bancaria, sull'incremento delle sofferenze, che si riverbera a sua volta sul costo del credito, ovvero sul tasso di interesse.

Le risorse

La Camera di Commercio di Rieti è una organizzazione di piccole dimensioni, tra le più piccole nell'ambito del sistema camerale.

La struttura amministrativa della Camera è guidata dal Segretario Generale che coordina e sovrintende alla gestione complessiva dell'Ente e del personale camerale.

E' articolata in un'unica area dirigenziale e in un servizio in staff direttamente sottoposto al Segretario Generale.

L'Area dirigenziale raccorda le funzioni dei servizi "Contabilità e Provveditorato" e "Anagrafico certificativo", nonché di una unità operativa semplice, l'Ufficio la "Fede pubblica e la metrologia legale".

I servizi sono a loro volta articolati in uffici, unità operative di base che svolgono funzioni omogenee o particolari servizi con rilevanza interna od esterna.

Il servizio in posizione di staff si articola in tre unità operative semplici:

- Ufficio "Segreteria generale e di Presidenza, Affari generali";
- Ufficio "Personale, Ciclo della performance, Promozione, Studi e Statistica";
- Ufficio "Controllo di gestione, Programmazione e diritto annuale".

La dotazione organica complessiva della Camera di commercio di Rieti, vale a dire il numero complessivo dei dipendenti necessari allo svolgimento delle attività dell'Ente, è attualmente di n.33 unità oltre al Segretario generale che, come unico dirigente della struttura, svolge anche le funzioni di dirigente dell'area economico finanziaria, inclusa quella di Conservatore del Registro Imprese.

Al 31/12/2020 erano 14 i dipendenti in servizio, incluso il Segretario Generale, senza ulteriori riduzioni rispetto all'anno precedente.

Nella tabella successiva sono riportati, in valore assoluto e percentuale, i dati medi annui di personale dipendente (tutto a tempo

indeterminato) ripartiti per funzione istituzionale. Tale dato consente di evidenziare l'investimento stabile in risorse umane che la Camera ha dedicato alle sue linee di attività essenziali.

Distribuzione del personale per funzioni istituzionali (al 31/12/2020)		
	Valore assoluto	Valore %
Funzione A: Organi Istituzionali e Segreteria Generale	2	15,4%
Funzione B: Servizi di supporto	5	38,4%
Funzione C: Anagrafe e Servizi di Regolazione del Mercato	4	30,8%
Funzione D: Studio, formazione, informazione e promozione economica	2	15,4%
Totale	13	100%

Nella tabella "Risorse economiche" sono, invece, riportati, in valore assoluto, i valori di proventi ed oneri, per il consuntivo dell'anno 2019, il preventivo ed il consuntivo dell'anno 2020.

Tali dati consentono di sintetizzare i flussi economici di proventi e di oneri che, dal consuntivo dell'anno precedente a quello oggetto di rendicontazione, hanno caratterizzato la fase di programmazione e quella di esecuzione del preventivo economico.

Risorse economiche			
Dati di bilancio Gestione corrente	Consuntivo al 31/12/2019	Preventivo 2020	Consuntivo 31/12/2020
A) Proventi Correnti			
Diritto Annuale	1.583.554,82	1.576.004,96	1.578.832,98
Diritto di Segreteria	469.050,75	482.320,00	470.977,46
Contributi trasferimenti e altre entrate	312.061,97	381.438,91	374.252,92
Proventi da gestione di beni e servizi	20.061,28	18.400,00	14.784,57
Variazioni delle rimanenze	- 656,07	0,00	- 2.271,43
Totale Proventi Correnti (A)	2.384.072,75	2.458.163,87	2.436.576,50
B) Oneri Correnti			
Spese per il personale	- 778.568,58	- 818.067,40	- 788.152,88
Spese di funzionamento	- 823.453,04	- 781.329,15	- 710.716,43
Spese per interventi economici	- 394.401,79	- 572.700,00	- 511.759,20
Ammortamenti e accantonamenti	- 794.193,97	- 793.101,11	- 854.175,36
Totale Oneri Correnti (B)	- 2.790.617,38	- 2.965.197,66	- 2.864.803,87
Risultato Gestione Corrente (A-B)	- 406.544,63	- 507.033,79	- 428.227,37
Risultato gestione finanziaria (C)	5.359,41	7.225,32	7.218,93
Risultato gestione straordinaria (D)	76.254,44	122.791,33	278.014,34

Rettifiche di valore attività finanziaria (E)	0,00	0,00	0,00
Disavanzo/Avanzo economico esercizio (A-B)+/-C+/-D+/- E	- 335.181,16	- 377.017,14	- 201.991,48

3. RENDICONTAZIONE DELLA PERFORMANCE ORGANIZZATIVA

3.1 - Rendicontazione degli obiettivi strategici

AREA STRATEGICA 1 - ECONOMICITA' EFFICACIA ED EFFICIENZA NELLA GESTIONE

AREA STRATEGICA 1 - ECONOMICITA' EFFICACIA ED EFFICIENZA NELLA GESTIONE					
Obiettivo strategico	OS 1.1 Migliorare la comunicazione e garantire trasparenza e tutela del mercato				
Descrizione	Garantire una gestione conforme alla normativa in materia di trasparenza e anticorruzione				
Indicatori	Algoritmo	Target 2020	Peso	Valore osservato	
Risultato	Adozione Piano trasparenza ed anticorruzione	entro il 31/01	30%	adottato entro il 31/01	 Raggiunto
Risultato	Monitoraggio periodico rispetto adempimenti piano Anticorruzione e trasparenza	semestrale	30%	trasmesso	 Raggiunto

Risultato	Nr. comunicati diffusi nell'anno n	>=40	40%	131	 Raggiunto
Obiettivo strategico	OS 1.2 Perseguire una gestione efficiente, efficace ed all'insegna dell'economicità				
Descrizione	Impegno profuso dall'ente nell'elevare lo standard qualitativo e quantitativo dei servizi				
Indicatori	Algoritmo	Target 2020	Peso	Valore osservato	
Efficacia/efficienza	N° pratiche del Registro Imprese evase nell'anno "n" entro 5 giorni dal loro ricevimento (al netto del periodo di sosp.)/N° totale protocolli evasi nell'anno "n"*100	>=75%	40%	88%	 Raggiunto
Efficacia/efficienza	Tempo medio di emissione del mandato di pagamento (dalla data di arrivo all'ente alla data dell'emissione del mandato al netto dei tempi per sub procedimenti esterni) (giorni)	<= 25 gg	25%	17,2gg	 Raggiunto
Efficacia/efficienza	Realizzazione interventi ed iniziative per il recupero del Diritto Annuale	>= 2	35%	2	 Raggiunto

Anche nel corso dell'esercizio 2020, si è lavorato per rafforzare il percorso di progressiva semplificazione delle procedure amministrative, con il duplice obiettivo, da un lato di rendere più efficiente il sistema organico di pubblicità ed informazione rappresentato dal Registro delle imprese, fornendo un servizio più rispondente alle esigenze dei clienti/utenti, e dall'altro di avviare un processo di rinnovamento, che porta ad una maggiore efficienza nella gestione di una delle principali attività istituzionali.

Negli ultimi anni, attraverso una serie di interventi, ci si è impegnati nell'utilizzo diretto e nella diffusione delle principali tecnologie di e-government, ormai divenute strumenti abituali nello svolgimento delle attività.

Anche nel corso dell'anno 2020 si è sostenuto ed incentivato il generale processo di informatizzazione dei rapporti tra cittadini, imprese

e pubblica amministrazione, e fra le stesse amministrazioni pubbliche del territorio, anche attraverso la continua diffusione, presso gli operatori economici locali, di strumenti avanzati quali la firma digitale, la posta elettronica certificata e la firma digitale.

In particolare si è proseguito nell'iscrizione nel Registro delle imprese degli indirizzi PEC per le società e le ditte individuali, che rappresentano l'unico punto di comunicazione tra imprese e Pubblica Amministrazione: a fine 2020 risulta iscritto il domicilio digitale per il 71,28% delle società e per il 72,40% delle ditte individuali.

Sono stati avviati provvedimenti di cancellazione d'ufficio di PEC irregolari e cancellati, con decreto del Giudice del registro a Gennaio 2020, 993 indirizzi di PEC non univoche e non valide, chiedendo alle imprese di ripresentare una nuova PEC valida ed attiva.

Nell'anno 2020 sono stati rilasciati complessivamente 1.689 dispositivi di firma digitale, di cui 269 CNS, 82 token, 800 token wireless, 23 spid e 515 rinnovi di dispositivi.

Il rilascio della carta CNS ha subito un leggero decremento a vantaggio dell'emissione di dispositivi token wireless che rappresentano una novità dall'anno 2019.

Si tratta di dispositivi di ultima generazione costituiti da un innovativo token, accompagnato da un'app correlata, entrambi studiati per garantire le massime prestazioni attraverso un utilizzo semplice e sicuro da smartphone e tablet.

Anche il numero degli SPID rilasciati risulta in decrescita rispetto all'anno precedente a causa della pandemia, in quanto la Camera provvede all'identificazione "de visu" del richiedente che in questa fase ha comportato delle difficoltà maggiori dovute al contingentamento degli ingressi.

L'ufficio ha inoltre provveduto alla vidimazione di 147 libri sociali.

Nel corso dell'anno sono state presentate al Registro delle Imprese 5.513 pratiche telematiche, che, grazie all'impiego di

ComunicaStarweb, il servizio online che garantisce la predisposizione di pratiche controllate e complete, sono state istruite più rapidamente, consentendo all'Ufficio di raggiungere l'ottimo obiettivo di lavorare oltre l'88% delle pratiche entro 5 gg.

Sono state inoltre presentate tramite il sistema Comunica 10.793 pratiche destinate anche ad altre amministrazioni come Inps, Agenzia delle Entrate, Inail e Commissione provinciale dell'artigianato e Suap.

Sono state iscritte 1.062 Srl semplificate e 13 Start up innovative.

Sono state cancellate 5 start-up per decorso dei termini di 5 anni.

Tutta l'attività dell'ufficio "Registro imprese" viene svolta ormai telematicamente, perseguendo l'obiettivo di velocizzare i procedimenti amministrativi ed attuare una sempre maggiore trasparenza giuridica ed informativa, anche ottimizzando la qualità dei dati disponibili, accrescendo quindi la fruibilità e la diffusione delle informazioni economiche.

Nel corso dell'anno 2020 è stato emanato il DL 76/2020 convertito in Legge 120/2020, cosiddetto decreto di semplificazione, con il quale si è stabilito che tutte le cancellazioni d'ufficio vengono fatte dal Conservatore; si stanno ora attendendo direttive da parte dell'Unioncamere anche rispetto a convenzioni con l'Agenzia delle Entrate e con l'ACI.

Anche rispetto alle PEC irregolari si è in attesa di chiarimenti da parte dell'Unioncamere per l'applicazione dell'art 37 del decreto Semplificazione, che prevede la contestualità della sanzione con l'attribuzione da parte della Camera di Commercio di un nuovo domicilio digitale alle imprese.

Nell'ambito dell'attività sanzionatoria sono stati irrogati 580 sommari processi verbali per tardato deposito di istanze al Registro Imprese e REA, di cui 360 per mancato deposito di bilanci e 150 per mancata convocazione dell'assemblea per approvazione del bilancio.

Si è avviata la procedura per la revisione dinamica dei requisiti morali e professionali degli agenti e rappresentanti di commercio, circa

520 posizioni, che si è protratta per tutto l'anno 2020.

La “modernizzazione informatica” delle procedure ha comportato chiaramente anche la necessità di supportare, con una continua attività di informazione e consulenza, nella quale tutto l'ufficio è costantemente impegnato, le imprese, il mondo della rappresentanza, i professionisti e gli altri Enti locali che, dovendosi rapportare telematicamente con la Camera di Commercio, hanno dovuto adeguarsi tecnologicamente.

Il Registro Imprese, che rappresenta uno strumento di tutela legale per i cittadini e le forze dell'ordine per i controlli sulla trasparenza del mercato, oggi è un reale esempio di semplificazione ed efficienza amministrativa, soprattutto dopo l'avvio del SUAP, Sportello Unico delle Attività Produttive che, concepito come l'unico punto di accesso in relazione a tutte le vicende amministrative (inizio attività, modifica, trasferimento e cessazione) riguardanti le attività produttive, è chiamato a fornire una risposta unica e tempestiva in luogo di tutte le PA coinvolte nel procedimento.

Nel corso dell'anno l'ufficio ha gestito n. 833 procedimenti automatici per i Suap dei Comuni in delega o in convenzione.

La Camera di Commercio si è anche impegnata nel rafforzare i rapporti con gli ordini professionali, individuando iniziative di comunicazione e formazione utili per garantire supporto alle imprese nello svolgimento delle loro pratiche.

Si sono tenute solo 2 sessioni di esame per gli autonoleggiatori/tassisti, causa pandemia, con la gestione delle conseguenti pratiche per l'iscrizione al ruolo NCC e per l'iscrizione nel registro delle imprese di coloro che hanno preso la relativa autorizzazione dal Comune di competenza.

Per la Camera di Commercio di Rieti la trasparenza rappresenta uno strumento fondamentale per la prevenzione della corruzione e per l'efficienza e l'efficacia dell'azione amministrativa.

In tema di trasparenza e anticorruzione, la Camera di Commercio di Rieti ha garantito una formazione continuativa durante il 2020 rivolta a tutto il personale ed ha adottato il nuovo Programma per il triennio 2020-2022 nel rispetto degli obblighi normativi previsti dal D.Lgs. n.33/2013, come modificato con D.Lgs. 97/2016.

Il livello effettivo di attuazione del Piano Triennale di Prevenzione della Corruzione per l'anno 2020 può essere considerato soddisfacente in quanto la CCIAA ha attuato le misure obbligatorie previste nel piano stesso al fine di ridurre i rischi di corruzione connessi ai vari processi camerali, riguardanti, nello specifico, la formazione in materia di anticorruzione e trasparenza rivolta ai dipendenti e, soprattutto, la pubblicazione e l'aggiornamento continuo sul sito internet istituzionale di quanto previsto dal D.lgs 33/2013. In merito alle richieste di accesso, alla data del 31 dicembre 2020 non risultano pervenute alla Camera di Commercio di Rieti richieste di accesso in alcuna delle tre forme previste (accesso documentale, accesso civico semplice ed accesso civico generalizzato).

Il 22 dicembre 2020 si è svolta, come ogni anno, anche se in versione online a causa delle restrizioni Covid, la Giornata della Trasparenza, aperta a tutti e nell'ambito della quale è stato coinvolto anche l'intero personale camerale con la finalità di comunicare i dati dell'attività svolta e porre l'accento proprio sulle tematiche della trasparenza e dell'integrità.

La comunicazione rappresenta da anni per la Camera di Commercio di Rieti un importante ambito di attività, al fine di raggiungere il maggior numero di imprese, associazioni di categoria, professionisti, cittadini, enti territoriali in merito ai servizi erogati, alle attività di formazione ed informazione ed alle iniziative promozionali.

Nel 2020 l'attività dell'Ufficio Comunicazione si è articolata nella realizzazione e diffusione di 131 comunicati, veicolati sia attraverso la pubblicazione sul sito istituzionale camerale www.ri.camcom.it, sia tramite invio di email all'indirizzario camerale, attualmente costituito da un migliaio di contatti tra cui tutti gli organi di stampa, sia attraverso il sistema di Customer Relationship Management "Ciao Impresa"

(sistema utilizzato fino a metà 2020), sia attraverso la pubblicazione sulla pagina Facebook istituzionale. Accanto a questi strumenti, la Camera di Commercio ha valorizzato quello della App camerale che consente di raggiungere anche i sempre più numerosi utenti dotati di dispositivi cellulari di ultima generazione.

Il sito camerale, le cui visite sono periodicamente monitorate attraverso lo strumento di rilevazione Google Analytics, viene costantemente aggiornato internamente in merito a notizie, servizi, bandi, contributi camerali, opportunità di formazione (corsi, convegni, seminari), promozione dell'imprenditoria, internazionalizzazione e mediazione, garantendo flussi comunicativi ed informativi in grado di fornire all'utente una valida interfaccia con l'Ente camerale ed i suoi uffici, anche relativamente all'articolata sezione "Amministrazione Trasparente" prevista dal decreto legislativo 33/2013 così come modificato dal decreto legislativo 97/2016.

In merito alle opportunità formative realizzate presso la Camera di Commercio di Rieti, le restrizioni da Covid hanno azzerato gli eventi in presenza, ma l'Ente ha proseguito ad organizzare attività di formazione a distanza attraverso piattaforme online come Zoom e Meet al fine di continuare ad erogare webinar a favore di imprese, enti e istituti scolastici, con particolare attenzione alla promozione della digitalizzazione e dell'orientamento al lavoro delle giovani generazioni.

Per quanto riguarda la tempestività dei pagamenti, nel corso dell'anno 2020 la Camera è riuscita a ridurre i tempi medi di pagamento delle fatture passive passando da una media di 23,6 giorni del 2019, ai 17,2 giorni attuali.

Al fine di snellire le procedure e consentire quanto più possibile il pagamento dei fornitori entro le scadenze contrattuali, la Camera si è dotata di un sistema informatico di gestione delle fatture che permette l'abbattimento dei tempi necessari sia per l'apposizione, da parte dei Funzionari, del visto attestante la conformità della fornitura, sia per la successiva liquidazione da parte del Dirigente; il ciclo infatti è stato completamente informatizzato e l'apposizione dei visti di conformità e degli atti di liquidazione avviene attraverso la firma

elettronica.

Come accaduto nelle ultime annualità, anche per l'anno 2020 la Camera ha aderito al servizio offerto da Sicamera per sollecitare il Ravvedimento operoso, con l'obiettivo di migliorare la riscossione del diritto annuale e diminuire le posizioni da iscrivere nei ruoli esattoriali consentendo alle imprese la regolarizzazione del diritto annuale tramite ravvedimento, beneficiando quindi di una riduzione della sanzione ed evitando la riscossione coattiva. Tale progetto ha consentito di recuperare un importo pari a 29.753 euro.

Inoltre, nel corso dell'anno 2020, la Camera ha portato avanti anche un progetto di recupero del diritto annuale che ha visto il coinvolgimento corale dell'Azienda Speciale Centro Italia e degli Ordini dei Dottori Commercialisti e dei Consulenti del Lavoro, con l'obiettivo di migliorare la percentuale di riscossione del diritto annuale ed evitare, contestualmente, l'applicazione delle previste sanzioni alle imprese.

Nel mese di ottobre 2020 è stato adottato il provvedimento per l'emissione del ruolo esattoriale relativo al mancato pagamento del diritto annuale 2017 e successivamente dopo aver effettuato tutte le operazioni tecniche ed i controlli propedeutici. lo stesso è stato trasmesso all'Agenzia della Riscossione per gli adempimenti di competenza, che hanno però subito dei rallentamenti a causa dei provvedimenti governativi che hanno temporaneamente sospeso la notifica delle cartelle esattoriali a causa della sopravvenuta emergenza sanitaria da COVID19.

AREA STRATEGICA 2 - INTERNAZIONALIZZAZIONE

AREA STRATEGICA 2 - INTERNAZIONALIZZAZIONE					
Obiettivi strategico	OS 2.1 Innalzare livello di internazionalizzazione del sistema delle imprese locali				
Descrizione	Grado di coinvolgimento delle imprese locali nelle iniziative di promozione dell'internazionalizzazione				
Indicatore	Algoritmo	Target 2020	Peso	Valore osservato	
Risultato	N° imprese coinvolte nelle iniziative di internazionalizzazione (incoming ed outgoing) nell'anno "n"/N° di imprese attive al 31/12 dell'anno "n"	$\geq 2\%$	50%	4,5%	 Raggiunto
Risultato	Numero di iniziative di formazione organizzate in materia di internazionalizzazione	≥ 2	50%	12	 Raggiunto

La Camera di Commercio, anche nell'anno 2020, ha continuato ad impegnarsi per sviluppare e sostenere le capacità e le strategie di internazionalizzazione delle PMI interessate ad avviare o consolidare la propria presenza sui mercati esteri, contribuendo in tal modo allo sviluppo dei processi di apertura internazionale dei principali settori dell'economia locale.

Nell'attuale momento di forte contrazione delle risorse pubbliche per la promozione, diviene infatti essenziale il coordinamento delle iniziative esistenti per evitare sovrapposizioni e dispersione di risorse, valorizzando un piano unitario di confronto che supporti la condivisione degli obiettivi e la progressiva razionalizzazione degli interventi promossi dalle diverse istituzioni.

Proprio per questo motivo la Camera di Commercio ha aderito ad una serie di iniziative organizzate in collaborazione con altri soggetti del Sistema Camerale, nazionale e regionale, aventi per oggetto la realizzazione di missioni, incoming e B2B, la partecipazione a fiere nazionali ed internazionali, l'organizzazione di seminari informativi e tecnici su temi inerenti il commercio con l'estero.

La Camera di Commercio ha proseguito la propria attività a sostegno dello sviluppo della competitività delle imprese del territorio

attraverso l'individuazione di modelli operativi, prodotti finanziari, servizi, eventi e qualunque altro strumento innovativo volto ad aumentare la competitività delle imprese, sui mercati internazionali.

Attraverso lo "Sportello per l'internazionalizzazione", gestito dall'Azienda speciale, la Camera ha costituito un importante collettore di informazioni per le PMI reatine che, nel corso del triennio 2018-2020, è stato ulteriormente rafforzato grazie al progetto "SEI - Sostegno all'Export dell'Italia", finanziato nell'ambito del Fondo di Perequazione "Export".

Nell'ambito del progetto si sono individuati i principali mercati di interesse ed i prodotti target; gli export promoter camerali hanno fornito alle aziende partecipanti al progetto SEI attività di orientamento e sensibilizzazione volte a valutarne le effettive capacità e potenzialità di presenza all'estero, in modo da individuare le strategie di intervento maggiormente efficaci ed attrezzarle a sfruttare le occasioni di business.

In particolare le aziende sono state dapprima supportate nella preventiva fase di profilazione, successivamente sono stati realizzati incontri one to one.

Un ulteriore supporto nell'attività di prima assistenza alle imprese è stato garantito mediante la consultazione e l'utilizzo dei dati resi disponibili, dagli altri attori pubblici per la promozione all'estero quali ICE, SIMEST e SACE.

Al fine di aiutare le imprese ad avviare o rafforzare la loro presenza all'estero, sono stati realizzati 10 piani di "Export Kick-off" che hanno consentito di fornire alle aziende gli strumenti utili a valutare, pianificare e scegliere percorsi organizzativi idonei allo sviluppo delle imprese sui mercati esteri.

Anche in questa annualità la Camera di Commercio, in collaborazione con l'Azienda Speciale, l'Unioncamere Lazio, l'Enit ed l'Agenzia del Turismo della Regione Lazio, ha promosso la ventitreesima edizione del Workshop Turistico Internazionale Buy Lazio che non ha

visto però la presenza fisica di buyers esteri sul territorio.

La XXIII edizione del Workshop Turistico Internazionale Buy Lazio si è svolta infatti in modalità virtuale con il coinvolgimento di 77 Buyers provenienti dai mercati europei, nord America ed Asia.

Accanto alle azioni a sostegno dell'internazionalizzazione già descritte, la camera ha inoltre organizzato un evento in collaborazione con il gruppo Alibaba.com.

Il colosso mondiale, attivo in tutto il mondo e che conta milioni di buyers attivi, ha incontrato 54 imprese reatine in un evento web nel corso del quale si è spiegato il ruolo chiave svolto dall'e-commerce nel processo di penetrazione dei mercati internazionali, ancor di più in una situazione di profonda crisi come quella che stiamo vivendo.

AREA STRATEGICA 3 - SVILUPPO IMPRENDITORIALE

AREA STRATEGICA 3 - SVILUPPO IMPRENDITORIALE					
Obiettivi strategico	OS 3.1 Favorire la crescita della cultura finanziaria				
Descrizione	Complesso di azioni volte ad accompagnare le imprese minori in percorsi di evoluzione e consolidamento delle proprie competenze in materia finanziaria				
Indicatore	Algoritmo	Target 2020	Peso	Valore osservato	
Risultato	N. di partecipanti ad azioni formative e di sensibilizzazione per l'accesso a strumenti finanziari e nuove fonti pubbliche di finanziamento	>=20	100	79	 Raggiunto
Obiettivi strategico	OS 3.2 Favorire processi di innovazione tecnica, tecnologica, culturale e organizzativa				
Descrizione	Impegno profuso dall'ente nella promozione dello sviluppo locale attraverso la promozione di processi di innovazione tecnica, tecnologica, culturale ed organizzativa				

Indicatore	Algoritmo	Target 2020	Peso	Valore osservato	
Risultato	N. iniziative realizzate dall'Ente in materia di orientamento al lavoro	>=2	30	4	 Raggiunto
Risultato	N. iniziative realizzate dall'Ente in materia di digitalizzazione	>=4	40	4	 Raggiunto
Risultato	N. iniziative di promozione e diffusione degli strumenti del mercato elettronico MEPA	>=1	30	1	 Raggiunto

Anche nel corso del 2020 la Camera di Commercio, con il supporto dell'Azienda Speciale, ha continuato ad impegnarsi nelle attività volte alla cooperazione con le istituzioni scolastiche ed universitarie, all'attuazione di iniziative in materia di alternanza scuola-lavoro e finalizzate all'orientamento al lavoro ed alle professioni.

L'obiettivo è quello di facilitare le imprese nella ricerca del personale, delle professionalità e delle competenze di cui hanno bisogno, favorendone così la crescita, mentre per chi studia, per chi cerca un lavoro o per chi è già occupato, il fine è quello di offrire maggiori opportunità di sviluppare le conoscenze, le competenze e le esperienze utili per migliorare la propria "occupabilità" e favorire la crescita personale e professionale.

Per raggiungere tali obiettivi si è costituito un network in grado di collegare tutti i diversi attori (persone, scuole, imprese, agenzie per il lavoro, enti locali, ecc..) e capace di promuovere e sviluppare, con azioni concrete ed efficaci, la filiera che dalla scuola arriva al lavoro, generando benefici attesi per i principali destinatari.

In materia di alternanza scuola-lavoro e orientamento al lavoro e alle professioni nell'ambito del progetto "Servizi di Orientamento al lavoro ed alle professioni", finanziato con l'incremento del diritto annuale del 20%, la Camera, con il supporto dell'Azienda

Speciale si è impegnata nella promozione del Registro Nazionale per l'alternanza scuola lavoro, incentivando aziende, professionisti ed Enti pubblici all'inserimento delle loro anagrafiche all'interno della piattaforma scuolalavoro.registroimprese.it, aperta e consultabile gratuitamente.

Grazie ad una forte azione di sensibilizzazione svolta attraverso incontri, comunicati stampa, social media e campagne CRM rivolte alle imprese, ai professionisti ed alle associazioni, nel corso dell'anno 2020 è cresciuto il numero dei soggetti iscritti nel Registro dell'Alternanza scuola lavoro; si è passati infatti dalle 50 imprese del 2017 alle 155 del 2020.

Anche la diffusione dell'indagine Excelsior, ha contribuito a stimolare l'iscrizione al Registro grazie all'utilizzo dei servizi offerti dalla piattaforma, con particolare riguardo alle funzionalità di matching di profili di competenza.

Nel corso dell'anno 2020 si sono realizzati diversi eventi ed iniziative nel campo dell'alternanza scuola lavoro promuovendo ed organizzando esperienze di affiancamento ed osservazione diretta ai fini orientativi.

Le attività pianificate, a causa della sopraggiunta emergenza COVID-19 sono state riviste e modificate in corso d'anno, prevedendo nuove metodologie di realizzazione, che hanno comunque portato ad ottimi risultati.

Anche nell'annualità 2019-2020 la Camera, con il supporto dell'Azienda Speciale, ha aderito al programma di educazione imprenditoriale "Impresa in Azione" operando in stretto contatto con Junior Achievement Italia, con la quale è stato sottoscritto un apposito protocollo.

Nonostante le difficoltà organizzative incontrate, 5 Istituti scolastici reatini hanno concluso il percorso ed uno ha conquistato un posto alla finale nazionale BIZ Factory.

Complessivamente hanno partecipato ad Impresa in Azione, con le loro mini imprese, 7 team provenienti da 5 istituti con il coinvolgimento di circa 150 studenti, e di questi 3 sono andati in finale.

Nel corso delle attività ci si è occupati anche della formazione dei docenti che hanno coordinato le attività e dei dream coach, individuati tra gli esponenti del mondo imprenditoriale locale, che hanno svolto attività di affiancamento delle classi.

In questa annualità la Camera di Commercio, nell'ambito dell'iniziativa "Camera Orienta" ha inoltre affiancato gli studenti dell'Istituto Professionale per i servizi alberghieri e della ristorazione "Ranieri Antonelli Costaggini" per dare loro modo di approfondire, anche con sessioni pratiche, l'evoluzione del lavoro nel proprio territorio.

I ragazzi sono stati anche ospitati presso la sede camerale per illustrare i servizi offerti alle imprese.

L'Azienda Speciale ha inoltre supportato la Camera nelle azioni di promozione del Premio "Storie di Alternanza" con l'obiettivo di valorizzare e dare visibilità ai racconti dei progetti di alternanza scuola-lavoro ideati, elaborati e realizzati dagli studenti e dai tutor degli Istituti scolastici italiani di secondo grado.

Sempre nell'ambito dei progetti finanziati con incremento del diritto annuale, la Camera ha portato avanti il progetto "Punto Impresa Digitale", per la diffusione della cultura e della pratica digitale nelle micro, piccole e medie imprese di tutti i settori economici, attraverso l'innalzamento della consapevolezza sulle soluzioni possibili offerte dal digitale e sui loro benefici in ottica di Impresa 4.0.

Le attività svolte dal PID implicano non solo un processo a carattere informativo, ma anche una forma di partecipazione diretta e

di assistenza nella fase di implementazione degli interventi.

Lo scopo a lungo termine di questo progetto è infatti quello di stimolare la domanda da parte delle imprese del territorio di servizi per il trasferimento di soluzioni tecnologiche, realizzare innovazioni tecnologiche ed implementare modelli di business derivanti dall'applicazione di tecnologie 4.0.

Nello specifico il progetto ha previsto il consolidamento della struttura di servizio stabile, nata nell'anno 2017 (Punto Impresa Digitale), dedicata alla diffusione della cultura e della pratica digitale nelle MPMI, che ha offerto un servizio gratuito alle imprese per la valutazione (assessment) del proprio livello di digitalizzazione, anche al fine di fornire servizi di orientamento personalizzati verso strutture tecnologiche più specializzate, quali i Digital Innovation Hub e i Centri di competenza ad alta specializzazione.

Attraverso lo sportello PID si è inoltre svolta attività di consulenza in favore delle imprese interessate ad approfondire le tematiche relative alle tecnologie abilitanti previste dal Piano Nazionale Impresa 4.0 ed alle loro possibili applicazioni in specifici settori produttivi o filiere.

Il PID ha inoltre organizzato diversi momenti informativi e formativi, in collaborazione con altri partner territoriali, su strumenti innovativi, e-commerce, mercato elettronico ed i servizi digitali dell'Ente camerale.

Nell'ambito delle attività in materia di digitalizzazione l'ente camerale ha anche promosso l'iniziativa "Solidarietà Digitale" lanciata dal Ministro per l'Innovazione tecnologica e la Digitalizzazione, con il supporto tecnico dell'Agenzia per l'Italia Digitale al fine di ridurre l'impatto sociale ed economico del Coronavirus grazie a soluzioni e servizi innovativi, resi disponibili in maniera gratuita da imprese, enti e associazioni.

Si tratta di servizi gratuiti che permettono di continuare a svolgere le consuete attività professionali e/o sociali anche in questo difficile momento di emergenza sanitaria e di limitazioni nella vita quotidiana.

Le attività progettuali nell'ambito del progetto PID, hanno altresì previsto la pubblicazione, a cura della Camera di commercio di Rieti, del "Bando voucher digitali I 4.0 - Anno 2020" l'erogazione di un contributo a fondo perduto (voucher), per l'acquisizione di servizi di formazione, consulenza e investimenti in attrezzature tecnologiche e programmi informatici in favore di n. 9 imprese e per un importo complessivo di 24 mila euro.

Tra le attività svolte a tutela delle imprese, del mercato e della concorrenza, si può ricomprendere anche quella connessa alla tutela della proprietà industriale e quindi al deposito di Marchi e brevetti.

L'ufficio Marchi e Brevetti della Camera di Commercio è infatti incaricato della ricezione delle domande di deposito di brevetto e di registrazione di marchio ed offre inoltre il servizio di informazione brevettuale. Presso l'ufficio Marchi e Brevetti si possono consultare le banche dati nazionali per verificare l'eventuale esistenza di marchi, modelli e brevetti.

Nel corso del 2020, oltre a gestire la normale attività di assistenza, consulenza ed informazione sul tema, si sono registrati n.63 marchi e brevetti e consegnati attestati dei marchi e dei brevetti concessi dall'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi.

La Camera attualmente gestisce la procedura telematica di deposito delle domande in materia di proprietà industriale accedendo ad un nuovo portale di servizi on line previsto dal Decreto del Direttore Generale per la lotta alla Contraffazione dell'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi.

L'introduzione della nuova procedura ha richiesto una specifica formazione degli addetti al servizio ed è stata l'occasione per promuovere nuovamente l'importanza del tema della tutela della proprietà industriale.

Sempre in materia di tutela della proprietà industriale la Camera ha organizzato, in collaborazione con Innexa-Consortio Camerale Credito e Finanza e con l'Ordine degli Architetti Pianificatori, Paesaggisti e Conservatori della provincia di Rieti, un seminario sul tema de "La tutela della creatività".

Il webinar è stato realizzato nell'ambito del progetto "Marchi e Disegni Comunitari" (www.marchiedisegni.eu) che Innexa - Consortio Camerale per il Credito e la Finanza organizza in collaborazione con l'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (UIBM - presso Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione del Ministero dello Sviluppo Economico) e l'Ufficio dell'Unione Europea per la proprietà intellettuale (EUIPO).

Il progetto, a cui ha aderito la Camera di Commercio di Rieti, è ormai giunto alla decima edizione e prevede diverse attività finalizzate ad offrire una maggiore consapevolezza sugli strumenti di protezione del patrimonio intangibile delle imprese.

Tra i compiti delle Camere di commercio rientra anche quello di favorire l'accesso delle aziende al mercato del credito e contribuire al miglioramento dei rapporti tra imprese e sistemi bancari locali.

A tal fine, la Camera di commercio partecipa da sempre ad azioni realizzate in collaborazione con le organizzazioni e associazioni territoriali che svolgono servizi di assistenza al credito al fine di supportare il sistema imprenditoriale locale nella ricerca di nuove soluzioni e strategie finanziarie e contestualmente metodi innovativi di intervento per tentare di arginarne le conseguenze della crisi e rilanciare la crescita e la competitività.

Molto spesso infatti per le imprese minori è difficile conoscere e capire i variegati strumenti messi a disposizione dai governi, dalle autorità finanziarie e dagli istituti di credito, rendendo ancor più incerto e complesso il percorso di scelta degli strumenti più

appropriati per poter far fronte alle proprie esigenze.

Proprio in virtù della ormai diffusa consapevolezza delle criticità evidenziate derivanti dalla somma di più ostacoli, tra cui la difficoltà di accesso al credito e la scarsa conoscenza circa gli strumenti di aiuto, la Camera si impegna da sempre nell'alfabetizzazione finanziaria per educare non solo all'imprenditorialità, ma anche alla finanza estendendo, soprattutto tra i giovani, la cultura economica.

Con tale finalità la Camera ha partecipato ad eventi online di educazione finanziaria rivolti agli studenti di tutta Italia organizzati da Innexa - Consorzio Camerale per il Credito e Finanza. L'evento "Io Penso Positivo – Educare alla Finanza", che ha coinvolto le Camere di Commercio del Lazio, tra cui quella di Rieti, era dedicato ai ragazzi di età compresa tra i 15 e i 18 anni con la finalità di (in)formare i giovani studenti sulla necessità di avere una corretta percezione delle proprie risorse economiche e rinforzare la consapevolezza delle difficoltà e dei rischi legati all'avvio di investimenti o di iniziative di micro imprenditorialità.

Nell'ambito di questa iniziativa 79 studenti reatini hanno autonomamente partecipato al primo Live Show online con pillole formative e un gioco che ha coinvolto i ragazzi in una breve gara per aggiudicarsi una delle primissime posizioni e guadagnare punti validi per la classifica e delle super sorprese finali.

Nel corso del 2020 la Camera di Commercio di Rieti, in collaborazione Consip, ha inoltre organizzato un incontro, rivolto agli operatori economici del territorio, per presentare i molteplici strumenti di acquisto messi a disposizione sulla piattaforma elettronica di Consip ed in particolare i vantaggi e le modalità di funzionamento del Mercato elettronico della PA (Mepa).

Si tratta di un progetto Consip di affiancamento in favore delle amministrazioni e degli operatori economici dei 140 Comuni di Marche, Umbria, Lazio e Abruzzo colpiti dal sisma del 2016, nato con l'obiettivo di informare in maniera dedicata sull'utilizzo degli strumenti d'acquisto di Consip, non solo per esigenze di acquisto legate alla ricostruzione, ma anche per altri settori specifici.

Con tale iniziativa si formano gli operatori economici di questi territori approfondendo gli aspetti tecnici e procedurali per un migliore utilizzo degli strumenti di e-procurement, con un'attenzione particolare al Mepa.

AREA STRATEGICA 4. SVILUPPO LOCALE E MARKETING

AREA STRATEGICA 4 - SVILUPPO LOCALE E MARKETING					
Obiettivi strategico	OS 4.1 Promuovere e valorizzare le produzioni, le tradizioni e la cultura locali				
Descrizione	Interventi di promozione del sistema imprenditoriale attraverso la valorizzazione del patrimonio storico, culturale e turistico				
Indicatore	Algoritmo	Target 2020	Peso	Valore osservato	
Risultato	Numero di iniziative per la valorizzazione del patrimonio locale, delle eccellenze enogastronomiche e artigianali	≥ 4	50%	8	 Raggiunto
Risultato	N. di iniziative ed eventi di promozione, valorizzazione e rilancio turistico e culturale del territorio	≥ 3	50%	4	 Raggiunto

Tra le attribuzioni tipiche della Camera, quella orientata a promuovere e sostenere lo sviluppo del sistema imprenditoriale locale, si realizza anche attraverso la valorizzazione e promozione delle produzioni locali.

Si tratta da sempre di un punto di forza dell'azione camerale che si concretizza sia nella partecipazione a manifestazioni come il "Concorso nazionale Ercole Olivario", il "Concorso regionale Orii del Lazio – Capolavori del gusto" , il "Concorso internazionale Premio Roma per il miglior formaggio", il "Concorso regionale Premio Roma per i migliori pani e prodotti da forno", sia organizzando dei momenti di incontro e confronto con il mondo associativo per approfondire la conoscenza della filiera agroalimentare reatina ed ottenere indicazioni sulle azioni di tutela e promozione da intraprendere.

Nello specifico la Camera ha partecipato ad alcune iniziative promosse all'interno del sistema camerale laziale, quali la "XXVIII edizione per i Migliori Oli del Lazio – Capolavori del gusto", per l'assegnazione dei premi per i migliori oli extravergine di oliva prodotti nella regione, che ha visto la partecipazione di 4 aziende reatine e la I edizione del Concorso per le migliori birre artigianali nel Lazio, con l'intento di valorizzare le migliori produzioni locali favorendone la diffusione sul mercato.

Nel corso del 2020 la Camera si è impegnata particolarmente allo scopo di sostenere il settore turistico, settore maggiormente colpito dalla crisi economica in conseguenza dell'emergenza sanitaria connessa alla diffusione del Coronavirus.

Proprio tenendo conto dell'emergenza sanitaria connessa alla pandemia e della conseguente crisi economica che ha colpito il nostro Paese, con particolare riferimento al settore turistico, la Giunta dell'Unione regionale delle Camere di Commercio del Lazio in data 29 aprile 2020 ha approvato infatti un pacchetto di misure a sostegno delle imprese delle cinque province della regione, a cui ha aderito anche la Camera di Rieti, con l'obiettivo di intervenire per il rilancio del settore turistico.

La Camera di Commercio di Rieti ha presentato 4 progetti per la realizzazione di iniziative che hanno mirato alla valorizzazione delle principali potenzialità del territorio riconducibili al suo articolato sistema produttivo agricolo, artigianale, turistico, naturalistico e culturale, riconfermando il focus sulla valorizzazione dell'enogastronomia, dell'artigianato, della bellezza paesaggistica e della

cultura che rappresentano elementi interconnessi e funzionali allo sviluppo turistico di un territorio.

La finalità comune a tali progetti è stata infatti la promozione turistica del territorio provinciale attraverso l'organizzazione e la partecipazione ad iniziative ed eventi che danno visibilità alla città di Rieti, al suo territorio, alle bellezze naturali, artistiche, religiose e gastronomiche, fungendo da moltiplicatori dello sviluppo e producendo effetti positivi per l'intero sistema economico locale.

Nello specifico, il Progetto “Tipicamente Rieti II edizione” ha previsto due linee di intervento: da un lato un'azione di promozione del territorio e delle sue tipicità e, dall'altro, l'erogazione di aiuti concreti alle imprese del settore mediante la concessione di voucher.

La prima azione si è sviluppata mediante la realizzazione di kit, quali prototipi non destinati alla vendita, contenenti i prodotti tipici locali necessari per poter preparare ed assaporare 4 diversi piatti della tradizione reatina.

All'interno dei kit, confezionati con un packaging differente, evocativo della ricetta e del territorio di produzione, è stata inserita una brochure illustrativa contenente la ricetta per la preparazione del piatto, una descrizione degli ingredienti utilizzati ed anche una breve descrizione dei luoghi di produzione, al fine di portare virtualmente il fruitore sul territorio. Tali informazioni sono state rese disponibili anche mediante la realizzazione di uno specifico QR code, anch'esso riportato all'interno della brochure.

Sono state quindi realizzate una serie di degustazioni sensoriali dei piatti realizzati mediante i kit predisposti, attraverso showcooking che si sono svolti, mediante l'utilizzo di piattaforme digitali (Zoom) e social network (Facebook), con successiva diffusione attraverso Youtube.

Nel progetto sono stati coinvolti oltre cinquanta giornalisti e blogger di tutta Italia.

Sul versante poi della prevenzione e del contenimento dell'epidemia Covid-19 in ambito scolastico, si è deciso di coinvolgere l'Istituto Professionale per i Servizi Alberghieri e della Ristorazione Ranieri Antonelli Costaggini di Rieti in una sessione formativa gratuita, organizzata in modalità mista attraverso la piattaforma Meet con il pubblico collegato da remoto, per un totale di circa 130 studenti appartenenti ad 8 classi del quarto anno impegnati nello svolgimento delle attività laboratoriali di manipolazione e somministrazione di alimenti.

Per quanto concerne il bando si sono finanziate n.13 imprese locali, per un totale di 24.659 euro che hanno investito realizzando iniziative di comunicazione, commercializzazione e promozione volte a rafforzare l'elemento reputazionale della "destinazione Rieti" ed incentivare il turismo, l'undertourism, il turismo culturale e quello enogastronomico nella provincia di Rieti.

Il Progetto "Riscopriamo il territorio: il turismo di prossimità" si è concentrato su una mirata campagna crossmediatica volta ad accrescere la capacità attrattiva della provincia puntando sulla bellezza diffusa, sul paesaggio culturale, sulle immense risorse naturali e sui borghi.

Il progetto ha previsto un intervento rapido ed efficace avviato prima della stagione estiva, per fronteggiare la crisi economica dovuta al Covid-19, facendo conoscere Rieti come destinazione turistica sana e sicura, con un'offerta diversificata e facilmente raggiungibile anche solo per una gita fuori porta.

Nello specifico è stata pianificata ed attuata una strategia di media plan mediante l'attuazione di una campagna crossmediale declinata attraverso l'utilizzo di molteplici mezzi di comunicazione sia tradizionali quali affissioni, annunci, stampa e spot radiofonici, sia di nuova generazione come web e social media, da fruire in buona parte tramite smartphone.

Il progetto "QR code: Rieti in un click" è stato realizzato, con la collaborazione dei 73 Comuni della provincia di Rieti, allo scopo di

valorizzare i territori meno conosciuti dal turismo di massa, rilanciandoli in chiave sostenibile e favorendo esperienze di viaggio innovative, dagli itinerari culturali e religiosi, ai cammini, ai viaggi in bici, utilizzando come strumento chiave quello del QR code.

Inquadrando il QR code di ciascun comune, il visitatore può infatti accedere direttamente alla home-page di un portale contenente tutte le schede informative multimediali dei vari punti di interesse ubicati all'interno del comune stesso, oltre a visualizzare informazioni turistiche e commerciali dettagliate quali strutture di accoglienza, eventi, numeri utili, storia, tradizioni, ricette tipiche, shopping ecc.

I 73 QR code, uno per ciascun comune, sono stati realizzati sia in formato digitale, per essere poi stampati su vetrofanie, biglietti da visita e manifesti, sia in formato cartaceo, per l'apposizione sui cartelli di benvenuto di ciascun comune e nei punti di maggior rilevanza turistica.

Il progetto "Promorieti IV edizione" si è concretizzato con la realizzazione di n. 8 Temporary Christmas Shop, che hanno ospitato 9 aziende locali, declinate in differenti categorie merceologiche, cui è stato consentito di esporre, far degustare e vendere i propri prodotti, animando il centro storico reatino dal 12 al 24 dicembre 2020.

Le aziende partecipanti sono state reperite dall'Azienda Speciale attraverso la redazione di una manifestazione di interesse. Il Bando ha previsto a carico degli organizzatori il rimborso dell'area espositiva, l'allestimento base, la fornitura ed installazione energia elettrica, l'attività di promozione, comunicazione e pubblicizzazione dell'evento.

A carico delle aziende partecipanti è stato invece previsto l'allestimento personalizzato degli spazi espositivi, gli arredi e le spese

di trasporto campionario.

Una novità dell'anno 2020 rispetto alle precedenti edizioni, proprio per permettere alle imprese di poter contare su un canale online di vendita in un periodo di forte incertezza circa le aperture delle attività commerciali, è stata rappresentata dalla realizzazione di una vetrina on line realizzata attraverso il sito www.rietichristmas.it che ha ospitato, fino all'Epifania, i Temporary Christmas Shop e le aziende del territorio che ne hanno fatto richiesta.

La vetrina virtuale ha consentito a ciascuna impresa di mostrare alcuni dei propri prodotti, i relativi prezzi, una descrizione della propria attività ed i contatti per effettuare gli acquisti, oltre al rimando al proprio sito di e-commerce ove presente.

Accanto a questi 4 nuovi progetti che sono stati realizzati interamente nell'anno 2020, la Camera di Commercio, con il supporto dell'Azienda speciale, ha portato a conclusione i 2 progetti, finanziati anch'essi dall'Unione Regionale, avviati nell'anno 2019.

Ambedue le attività progettuali avrebbero dovuto avere termine in data 30/04/2020; tuttavia, a causa delle misure restrittive che si sono susseguite nei mesi da febbraio a maggio a seguito dell'emergenza sanitaria Covid-19 e che hanno reso impossibile l'organizzazione di momenti di aggregazione e gli spostamenti, è stato necessario posticiparne la scadenza al 30/08/2020.

Per il progetto "Promorieti III edizione", vista l'impossibilità di attenersi totalmente a quanto espressamente indicato nel progetto approvato, si sono riprogettate delle azioni ancora da completare, sostituendo quelle previste con una camminata sul Terminillo dedicata a giornalisti ed instagrammer, la cui finalità promozionale è stata in grado di racchiudere in se anche un educational tour.

La realizzazione dell'iniziativa si è rivelata un'occasione importante per promuovere al di fuori dei confini locali una delle

eccellenze del territorio reatino immerso in un contesto naturalistico unico e particolarmente adatto ad essere esplorato in sicurezza in un periodo di auspicata ripresa del settore turistico.

Nel corso dell'educational tour, ai giornalisti, accompagnati da guide escursionistiche esperte, è stata data la possibilità di conoscere, ammirare e fotografare tutto ciò che il Monte Terminillo può offrire ed anche assaporare anche i prodotti enogastronomici della provincia.

Per quanto riguarda il progetto "Tipicamente Rieti", vista l'esigenza di rimodulare le attività, si è scelto di veicolare le azioni di promozione dei prodotti tipici reatini mediante l'utilizzo dei social media quali ottima cassa di risonanza per coinvolgere un vasto numero di soggetti.

In particolare sono stati utilizzati il social network Facebook e l'interfaccia di Instagram.

Nello specifico la Camera di Commercio, con la collaborazione dell'Azienda Speciale ha previsto la realizzazione, in diretta instagram, sul profilo www.instagram.com/igers_rieti (http://www.instagram.com/igers_rieti), di n. 3 showcooking con la collaborazione di Igers Rieti e Igers Lazio e con la partecipazione di ospiti provenienti dal settore della ristorazione locale. Sono state scelte 3 delle ricette maggiormente evocative del territorio e meglio adatte ad incuriosire amanti dei sapori genuini e delle tradizioni agroalimentari reatine.

Anche quest'anno un'importante azione promozionale è stata svolta nell'ambito del progetto "Turismo e Cultura" finanziato con l'incremento del 20% del diritto annuale.

Il progetto, anch'esso incentrato su misure necessarie e repentine per supportare le imprese colpite dalle conseguenze economiche negative della pandemia, ha previsto la pubblicazione da parte dell'Ente camerale di un bando per la richiesta di

contributi volti a finanziare spese di pubblicità e promozione. Sono stati complessivamente erogati 4.882,90 euro in favore di n.5 imprese.

Accanto a questa azione di natura finanziaria, che ha consentito di finanziare 5 aziende locali, sono stati previsti anche interventi di promozione turistica, mediante l'organizzazione di due momenti di trekking all'aria aperta. Tutte le azioni sono state fatte nel pieno rispetto delle nuove esigenze del distanziamento sociale.

Come per le pregresse annualità, la Camera si è anche impegnata per favorire la partecipazione delle imprese locali alla fiera "Artigianato in Fiera", svoltasi dal 5 al 13 dicembre 2020, vetrina di presentazione alle aziende dei settori artigianato ed enogastronomia con sede di produzione nel Lazio, che ha registrato la partecipazione di n. 5 aziende reatine del settore agroalimentare e del settore artigiano. La Camera ha inoltre operato costantemente in collaborazione con le Associazioni di categoria locali nell'attività di informazione e divulgazione delle opportunità di partecipazione a fiere, manifestazioni, missioni e workshop promossi da altri attori del Sistema Camerale.

3.2 - Rendicontazione degli obiettivi operativi annuali

AMBITI STRATEGICI	Obiettivi strategici	Obiettivi operativi
1 .ECONOMICITA' EFFICACIA ED EFFICIENZA NELLA GESTIONE	OS 1.1 Migliorare la comunicazione e trasparenza e garantire la tutela del mercato	OP 1.1.1 Accrescere la qualità e l'efficacia della comunicazione istituzionale
		OP1.1.2 Assicurare la trasparenza e la legalità dell'azione amministrativa
		OP 1.1.3 Garantire l'attività di vigilanza del mercato

	OS 1.2 Perseguire una gestione efficiente, efficace ed all'insegna dell'economicità	OP 1.1.4 Potenziare i servizi di giustizia alternativa
		OP 1.2.1 Accrescere l'efficienza e garantire il contenimento dei costi
		OP 1.2.2 Favorire lo sviluppo del capitale umano
		OP 1.2.3 Semplificare e rendere più accessibili i servizi camerali
2. INTERNAZIONALIZZAZIONE	OS 2.1 Innalzare livello di internazionalizzazione del sistema delle imprese locali	OP 2.1.1 Potenziare i servizi resi e rendere più efficaci le strategie di internazionalizzazione
3.SVILUPPO IMPRENDITORIALE	OS 3.1 Favorire la crescita della cultura finanziaria	OP 3.1.1 Favorire la crescita della cultura finanziaria e promuovere azioni di sostegno al credito
	OS 3.2 Favorire processi di innovazione tecnica, tecnologica, culturale e organizzativa	OP 3.2.1 Promuovere l'autoimprenditorialità e la diffusione della cultura di impresa
		OP 3.2.2 Promuovere lo sviluppo imprenditoriale
		OP 3.2.3 Tutelare la proprietà industriale
4.SVILUPPO LOCALE E MARKETING	OS 4.1 Promuovere e valorizzare le produzioni, tradizioni e cultura locali	OP 4.1.1 Promuovere lo sviluppo locale attraverso la valorizzazione delle produzioni tipiche e lo sviluppo turistico e culturale

OBIETTIVO STRATEGICO: OS 1.1 Migliorare la comunicazione e trasparenza e garantire la tutela del mercato					
OBIETTIVO OPERATIVO OP 1.1.1 Accrescere la qualità e l'efficacia della comunicazione istituzionale					
Indicatore	Algoritmo	Target 2020	Peso	Risultati raggiunti	
				Valore	%
Kpi 1.1.1_001	Garantire completezza ed aggiornamento della sezione Amministrazione trasparente del sito	Sì	50%	si	100

Kpi 1.1.2_002	Nr. di seminari/convegni/giornate di studio organizzate	>= 10	50%	15	100
100%					
OBIETTIVO OPERATIVO OP 1.1.2 Assicurare la trasparenza e la legalità dell'azione amministrativa					
Indicatore	Algoritmo	Target 2020	Peso	Risultati raggiunti	
				Valore	%
Kpi 1.1.2_001	Predisposizione relazione responsabile anticorruzione	Entro il 15/12/2020**	40	si	100
Kpi 1.1.2_002	Garantire rispetto tempi e modalità per la pubblicazione di atti e provvedimenti all'albo on line	Sì	20	si	100
Kpi 1.1.2_003	Completamento degli adempimenti imposti dalle nuove norme in materia di tutela della privacy	Entro il 30/06/2020	40	si	100
100%					
OBIETTIVO OPERATIVO OP 1.1.3 Garantire l'attività di vigilanza del mercato					
Indicatore	Algoritmo	Target 2020	Peso	Risultati raggiunti	
				Valore	%
Kpi 1.1.3_001	Gestione e coordinamento dell'attività ispettiva svolta in convenzione con altra Camera	Sì	100%	si	100
100%					
OBIETTIVO OPERATIVO OP 1.1.4 Potenziare i servizi di giustizia alternativa					
Indicatore	Algoritmo	Target 2020	Peso	Risultati raggiunti	
				Valore	%
Kpi 1.1.4_001	N° procedure di mediazione/conciliazione avviate nell'anno "n"	100	100%	109	100
100%					

** il 07/12/2020 l'Anac ha pubblicato un avviso con il quale sono stati differiti al 31/03/2021 i termini per la predisposizione e la pubblicazione della Relazione annuale 2020 dell'Rpct.

OBIETTIVO STRATEGICO: OS 1.2 Perseguire una gestione efficiente, efficace ed all'insegna dell'economicità					
OBIETTIVO OPERATIVO OP 1.2.1 Accrescere l'efficienza e garantire il contenimento dei costi					
Indicatore	Algoritmo	Target 2020	Peso	Risultati raggiunti	
				Valore	%
Kpi 1.2.1_001	Elevare lo standard qualitativo e quantitativo dei servizi anagrafico certificativi: tempo medio lavorazione delle pratiche	<=5 gg.	20%	3	100
Kpi 1.2.2_002	Importo Diritto Annuale recuperato con il progetto sul ravvedimento operoso	>=15.000 euro	15%	29.753	100
Kpi 1.2.2_003	Emissione ruolo diritto annuale 2017	entro 31/12/2020	15%	si	100
Kpi 1.2.2_004	N° fatture passive pagate nell'anno "n" entro 30 giorni/N° di fatture passive pagate nell'anno "n"	100%	20%	84,2%	84
Kpi 1.2.2_005	Completare emissione spv relativi posizioni anni 2014-2018	entro il 31/12/2020	15%	si	100
Kpi 1.2.2_006	Completare emissione ordinanze relative anni 2016-2018	entro il 31/12/2020	15%	si	100
					97,3%
OBIETTIVO OPERATIVO OP 1.2.2 Favorire lo sviluppo del capitale umano					
Indicatore	Algoritmo	Target 2020	peso	Risultati raggiunti	
				Valore	%
Kpi 1.2.2_001	N° partecipanti ad attività formative nell'anno "n"/personale in servizio anno "n"	90%	60%	92%	100
Kpi 1.2.2_002	Gestire le procedure di riorganizzazione a seguito della riforma del sistema camerale	sì	40%	si	100
					100%
OBIETTIVO OPERATIVO OP 1.2.3 Semplificare e rendere più accessibili i servizi camerali					

Indicatore	Algoritmo	Target 2020	peso	Risultati raggiunti	
				Valore	%
Kpi 1.2.3_001	Riorganizzazione dell'attività di orientamento e prima accoglienza all'utenza	entro il 31/12	40%	si	100
Kpi 1.2.3_002	Gestire sito internet: report periodici numero accessi	trimestrale	60%	trimestr.	100
					100%

OBIETTIVI OPERATIVI PRIMO AMBITO STRATEGICO CONSEGUITI AL 99,6 %



OBIETTIVO STRATEGICO: OS 2.1 Innalzare livello di internazionalizzazione del sistema delle imprese locali					
OBIETTIVO OPERATIVO OP 2.1.1 Potenziare i servizi resi e rendere più efficaci le strategie di internazionalizzazione					
Indicatore	Algoritmo	Target 2020	Peso	Risultati raggiunti	
				Valore	%
Kpi 2.1.1_001	Numero di iniziative di formazione organizzate in materia di internazionalizzazione	>=2	40%	12	100
Kpi 2.1.1_002	Volume di iscrizioni alla piattaforma SEI (Sostegno Export Italia)	>20	20%	30	100
Kpi 2.1.1_003	Certificati di origine rilasciati entro il giorno successivo a quello di richiesta/totale certificati rilasciati	>=90%	20%	95%	100
Kpi 2.1.1_004	Promuovere le attività dello sportello internazionalizzazione: lanci informativi	>=5	20%	12	100

OBIETTIVI OPERATIVI SECONDO AMBITO STRATEGICO CONSEGUITI al 100%



OBIETTIVO STRATEGICO: OS 3.1 Favorire la crescita della cultura finanziaria					
OBIETTIVO OPERATIVO OP 3.1.1 Favorire la crescita della cultura finanziaria e promuovere azioni di sostegno al credito					
Indicatore	Algoritmo	Target 2020	Peso	Risultati raggiunti	
				Valore	%
Kpi 3.1.1_001	Numero di iniziative di formazione ed informazione in materia di accesso al credito e/o contributi pubblici	>=1	100%	1	100
					100%

OBIETTIVO STRATEGICO: OS 3.2 Favorire processi di innovazione tecnica, tecnologica, culturale e organizzativa					
OBIETTIVO OPERATIVO OP 3.2.1 Promuovere l'autoimprenditorialità e la diffusione della cultura di impresa					
Indicatore	Algoritmo	Target 2020	Peso	Risultati raggiunti	
				Valore	%
Kpi 3.2.1_001	Numero di iniziative o eventi di formazione ed informazione organizzate dall'Ente	>=2	50%	4	100
Kpi 3.2.1_002	Nr. di scuole coinvolte nel progetto "Orientamento al lavoro ed alle professioni "anno n/numero scuole presenti sul territorio di competenza anno n	>=20%	50%	58%	100
					100%
OBIETTIVO OPERATIVO OP 3.2.2 Promuovere lo sviluppo imprenditoriale					
Indicatore	Algoritmo	Target 2020	Peso	Risultati raggiunti	
				Valore	%
Kpi 3.2.2_001	Numero di eventi organizzati dal PID	>=4	50%	4	100
Kpi 3.2.2_002	Numero di partecipanti alle attività progettuali PID	>=40	50%	115	100
					100%

OBIETTIVO OPERATIVO OP 3.2.3 Tutelare la proprietà industriale					
Indicatore	Algoritmo	Target 2020	Peso		
Kpi 3.2.3_001	Numero di iniziative di formazione e informazione organizzate in materia di proprietà industriale anche rivolte agli studenti	≥ 1	100%	1	100
					100%

OBIETTIVI OPERATIVI TERZO AMBITO STRATEGICO CONSEGUITI al 100%



OBIETTIVO STRATEGICO: OS 4.1 Promuovere e valorizzare le produzioni, tradizioni e cultura locali					
OBIETTIVO OPERATIVO OP 4.1.1 Promuovere lo sviluppo locale attraverso la valorizzazione delle produzioni tipiche e lo sviluppo turistico e culturale					
Indicatore	Algoritmo	Target 2020	Peso	Risultati raggiunti	
				Valore	%
Kpi 4.1.1_001	Numero di partecipanti alle iniziative organizzate nell'ambito del progetto Turismo finanziato attraverso l'incremento del 20% del diritto annuale	≥ 30	20%	45	100
Kpi 4.1.1_002	Numero di iniziative di promozione delle produzioni tipiche locali organizzate	≥ 4	20%	8	100
Kpi 4.1.1_003	Numero di iniziative di promozione dello sviluppo turistico e culturale	≥ 3	20%	4	100
Kpi 4.1.1_004	Numero comunicati per la promozione delle iniziative turistiche in campo culturale, artistico e religioso.	≥ 20	20%	25	100
Kpi 4.1.1_005	Comuni coinvolti nel progetto QRieti: Rieti in un click	$\geq 60\%$	10%	100%	100
Kpi 4.1.1_006	Nr canali di comunicazione utilizzati per le attività di promozione	≥ 4	10%	4	100
					100%

OBIETTIVI OPERATIVI QUARTO AMBITO STRATEGICO CONSEGUITI al 100%



4. RENDICONTAZIONE DEGLI OBIETTIVI INDIVIDUALI

Quest'ultima sezione del Piano è dedicata ad illustrare il collegamento fra la performance organizzativa attesa e la performance individuale dei dirigenti.

Tale collegamento avviene innanzitutto in base a "componenti" della performance organizzativa riconducibili al soggetto valutato e riferibili alla performance dell'ente nel suo complesso o all'area cui il soggetto sovrintende.

Al Segretario generale, essendo l'unico dirigente della struttura, sono assegnati degli obiettivi «individuali», scelti tra quelli di livello strategico inseriti nel Piano in funzione della responsabilità e dell'incarico che gli compete essendo al vertice della struttura amministrativa dell'Ente.

Si sottolinea come questi obiettivi «individuali», pur essendo di livello strategico, sono declinati essenzialmente a partire da quanto definito in sede di programmazione annuale, in modo da assicurare la coerenza temporale fra le due valutazioni e garantire che il dirigente valutato abbia effettivamente la possibilità di intervenire e incidere direttamente sugli elementi che concorrono alla sua valutazione.

**Dr. Giancarlo Cipriano
Segretario Generale**

Obiettivo Individuale: accrescere il ruolo della Camera di commercio quale attore dello sviluppo locale ed all'interno del rinnovato sistema camerale regionale.

Risultato conseguito: La Camera di Commercio, anche nel 2020, si è impegnata attivamente nel processo di sviluppo del territorio, intraprendendo una serie di azioni volte a favorire la promozione ed il rafforzamento del sistema produttivo locale e accrescendo il proprio ruolo all'interno del sistema camerale regionale.

La Camera ha sempre garantito infatti la propria presenza nelle sedi in cui si discutono le politiche economiche territoriali e si progettano le azioni per accrescere la competitività del sistema locale, partecipando a progetti congiunti di sviluppo e mettendo a disposizione risorse

finanziare.

In questa direzione vanno le 4 iniziative organizzate con il coinvolgimento di altre istituzioni locali, di soggetti del sistema camerale ed associazioni di categoria.

Si tratta dei 4 progetti cofinanziati dall'UnionCamere Lazio.

Indicatore	Algoritmo	Target 2020	Peso	Risultati raggiunti	
				Valore	%
Kpi 1.001	Numero di iniziative realizzate in collaborazione con altre istituzioni locali o soggetti del sistema camerale	>=2	25%	4	100

Obiettivo Individuale: Migliorare la comunicazione e trasparenza

Peso 25%

Risultato conseguito: La comunicazione rappresenta da anni per la Camera di Commercio di Rieti un importante ambito di attività, che consente di raggiungere il maggior numero di imprese, associazioni di categoria, professionisti, cittadini, enti territoriali in merito ai servizi erogati, alle attività di formazione ed informazione organizzate ed alle iniziative promozionali.

Nel 2020 l'attività si è articolata nella realizzazione e diffusione di 131 comunicati, veicolati sia attraverso la pubblicazione sul sito istituzionale camerale www.ri.camcom.it, sia tramite invio di email all'indirizzario camerale, attualmente costituito da un migliaio di contatti tra cui tutti gli organi di stampa, sia attraverso il sistema di Customer Relationship Management "Ciao Impresa", sia attraverso la pubblicazione sulla pagina Facebook istituzionale. Accanto a questi strumenti, la Camera di Commercio ha valorizzato quello della App camerale che consente di raggiungere anche i sempre più numerosi utenti dotati di dispositivi cellulari di ultima generazione.

Il sito camerale, le cui visite sono periodicamente monitorate attraverso lo strumento di rilevazione Google Analytics, viene costantemente aggiornato internamente in merito a notizie, servizi, bandi, contributi camerali, opportunità di formazione (corsi, convegni, seminari), promozione dell'imprenditoria, internazionalizzazione e mediazione, garantendo flussi comunicativi ed informativi in grado di fornire all'utente una valida interfaccia con l'Ente camerale ed i suoi uffici, anche relativamente all'articolata sezione "Amministrazione Trasparente" prevista dal decreto legislativo 33/2013 così come modificato dal decreto legislativo 97/2016.

Indicatore	Algoritmo	Target 2020	Peso	Risultati raggiunti	
				Valore	%
Kpi 2.001	N. comunicati di promozione delle iniziative camerali	>=40	25%	131	100

Obiettivo Individuale: Garantire una gestione più efficiente, impegnandosi per l'acquisizione e/o il proseguimento di progetti che prevedano di fonti alternative di finanziamento, inclusi quelli legati all'incremento del 20% del diritto annuale.

Risultato conseguito: Nel corso del 2020 la Camera ha gestito n.8 progetti che hanno consentito di realizzare interventi a sostegno del sistema imprenditoriale locale attraverso l'acquisizione di fonti alternative di finanziamento, al fine di migliorare ed accrescere la capacità di impiegare con efficienza le risorse limitate di cui si dispone. Si tratta dei due progetti finanziati con incremento del diritto annuale, dei due progetti del Fondo di Perequazione Unioncamere e dei quattro progetti cofinanziati dall'Unioncamere Lazio.

Indicatore	Algoritmo	Target 2020	Peso	Risultati raggiunti	
				Valore	%
Kpi 3.001	Nr. di progetti realizzati in collaborazione con altri soggetti istituzionali	>=3	25%	8	100%

Obiettivo Individuale: Favorire processi di innovazione tecnica, tecnologica, culturale e organizzativa

Risultato conseguito: Nel corso del 2020 la Camera ha continuato ad impegnarsi, anche attraverso un incremento delle sinergie con altri soggetti del sistema locale e camerale, in iniziative e progetti volti a favorire la crescita del sistema imprenditoriale locale, supportando le imprese lungo percorsi virtuosi di crescita ed innovazione che riguardino il modo di fare impresa, dal punto di vista organizzativo, della produzione e dell'orientamento al mercato.

Ci si è Impegnati per promuovere lo sviluppo locale favorendo la crescita della cultura imprenditoriale attraverso le iniziative in materia di Orientamento al lavoro, per favorire i processi di innovazione tecnica, tecnologica, culturale ed organizzativa con le attività realizzate in tema di digitalizzazione, in materia di Mercato Elettronico della P.A. e in materia di tutela della proprietà industriale.

Indicatore	Algoritmo	Target 2020	Peso	Risultati raggiunti	
				Valore	%
Kpi 4.001	Nr. di iniziative realizzate dall'Ente per promuovere lo sviluppo imprenditoriale locale	>=5	25%	10	100%