

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera n. 1/3 del 25/1/2013

PIANO DELLA PERFORMANCE

Presentazione del Piano

Il Piano della performance è il documento di programmazione previsto dall'art. 10 del decreto legislativo 27 ottobre 2009 n. 150, "ottimizzazione della produttività del lavoro pubblico e di efficienza e trasparenza delle Pubbliche Amministrazioni" come **strumento per assicurare la qualità, comprensibilità e attendibilità dei documenti di rappresentazione della performance da parte delle Pubbliche Amministrazioni.**

Il documento, redatto in coerenza con i contenuti e con il ciclo della programmazione finanziaria e di bilancio dell'Ente, individua gli indirizzi e gli obiettivi strategici e operativi e definisce, con riferimento agli obiettivi finali e intermedi e alle risorse, gli indicatori per la misurazione e la valutazione della performance dell'Amministrazione, nonché gli obiettivi assegnati al personale dirigenziale e i relativi indicatori.

Il Piano è, quindi, uno strumento che consente di:

- migliorare il coordinamento tra le diverse funzioni e strutture organizzative dell'Ente nell'ottica di razionalizzazione e miglioramento dell'efficienza;
- rendere più efficaci i meccanismi di comunicazione interna ed esterna;
- individuare e incorporare le attese di portatori di interesse (stakeholder);
- favorire una effettiva accountability e trasparenza.

La performance organizzativa e l'azione della Camera di Commercio di Viterbo rispondono all'esigenza di alimentare costantemente lo sviluppo locale e di rendere l'Ente camerale punto qualificato di riferimento per le imprese della provincia, facendo leva su una programmazione pluriennale attenta ai mutamenti degli scenari territoriali e globali.

Il processo di programmazione strategica e operativa coinvolge la struttura dell'Ente a vari livelli – organi di vertice e linee dirigenziali – e viene reso noto con la redazione del Documento di programmazione pluriennale e delle Relazioni previsionali e programmatiche annuali.

Le linee strategiche che disegnano la pianificazione delle attività dell'Ente sono riconducibili ai seguenti filoni di intervento:

- **Azioni di Marketing territoriale** per lo sviluppo e la valorizzazione del territorio e di tutte le sue caratteristiche distintive;
- **Sviluppo del sistema imprenditoriale locale;**
- **Internazionalizzazione;**
- **Innovazione e sviluppo delle eccellenze;**
- **Diffusione dei servizi di regolazione del mercato e di tutela del consumatore;**
- **Potenziamento della comunicazione alle imprese e per le imprese**
- **Semplificazione amministrativa, innovazione, miglioramento e promozione dei servizi del sistema camerale.**

Per sostenere la competitività del sistema territoriale, la Camera di Commercio ha individuato i fattori che rappresentano il modello di sviluppo della provincia di Viterbo:

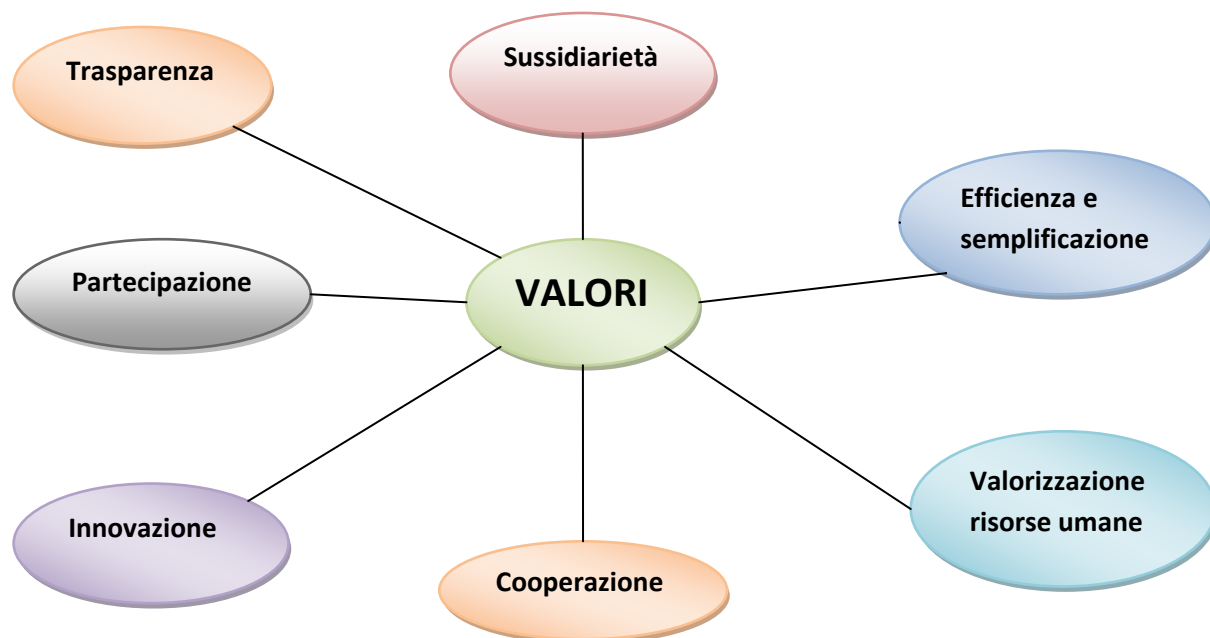
- **Qualità**
- **Innovazione**
- **Formazione**

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera n. 1/3 del 25/1/2013

- **Aggregazione**
- **Promozione**
- **Attrazione di investimenti**
- **Internazionalizzazione**
- **Infrastrutture**
- **Responsabilità e attenzione agli impatti sociali, ambientali e culturali delle attività economiche**

Il disegno strategico si fonda su elementi di natura valoriale che si ispirano al tessuto sociale nel quale la Camera opera e diventano essi stessi ispiratori del contesto territoriale. Il sistema economico viene quindi arricchito dal patrimonio di qualità decisionali, umane e operative degli uomini che appartengono alla struttura camerale.



**CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI
VITERBO**

Allegato alla Delibera n. 1/3 del 25/1/2013

Indice

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

- 1.1 Chi siamo
- 1.2 Cosa facciamo
- 1.3 Come operiamo

2. IDENTITÀ

- 2.1 L'Amministrazione in "cifre"
- 2.2 Mandato istituzionale e Missione

3. ANALISI DEL CONTESTO

- 3.1 Analisi del contesto esterno
- 3.2 Analisi del contesto interno
- 3.3 Albero della performance
- 3.4. Dettaglio obiettivi strategici
- 3.5 Dagli obiettivi strategici agli obiettivi operativi
- 3.6 Obiettivi assegnati al personale dirigenziale

**4. IL PROCESSO SEGUITO E LE AZIONI DI MIGLIORAMENTO DEL CICLO DI
GESTIONE DELLE PERFORMANCE**

- 4.1 Fasi, soggetti e tempi di redazione del Piano
- 4.2 Coerenza con la programmazione economico-finanziaria

5. ALLEGATO TECNICO

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera n. 1/3 del 25/1/2013

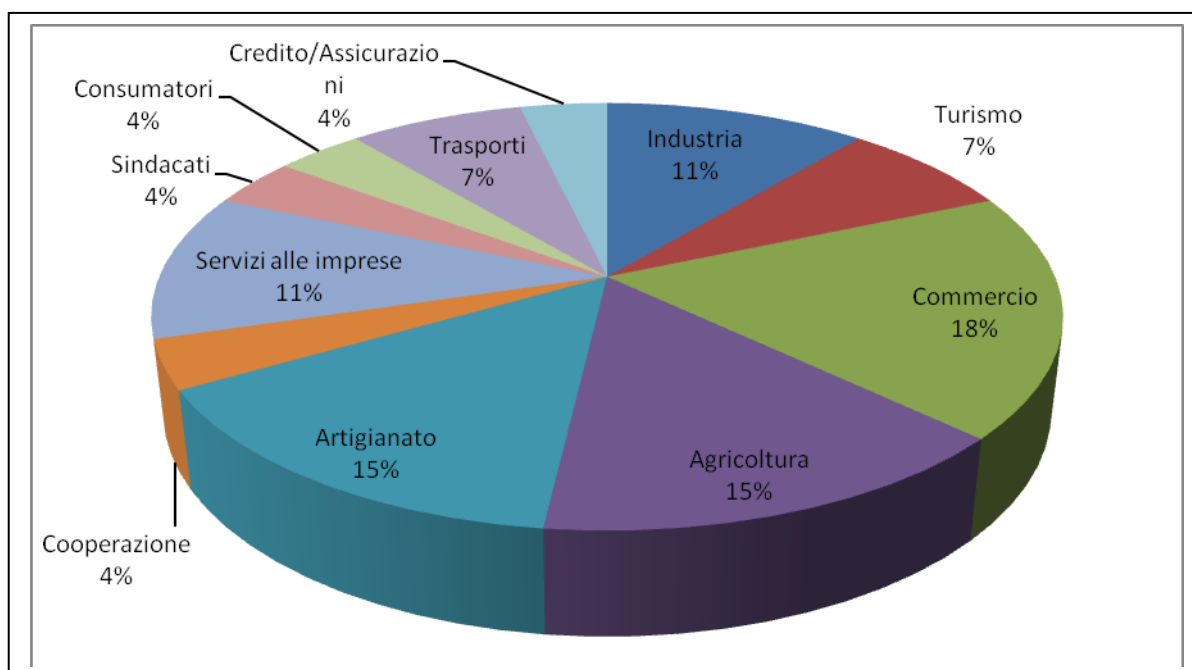
1. SINTESI DELLE INFORMAZIONI DI INTERESSE PER I CITTADINI E GLI STAKEHOLDER ESTERNI

1.1 Chi siamo

La Camera di Commercio di Viterbo è un Ente pubblico dotato di autonomia funzionale che svolge *funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese e i consumatori e promuove lo sviluppo dell'economia provinciale*.

Per adempiere al meglio alla propria missione istituzionale, l'Ente è parte della rete delle Camere di Commercio in Italia e all'estero, opera in partnership con gli altri organismi e Istituzioni a livello locale e nazionale, collabora con le Associazioni imprenditoriali. Questa rete di relazioni qualifica la Camera come la porta di accesso per le imprese alla Pubblica Amministrazione e ne fa il punto di incontro tra le attività produttive e lo Stato.

La Camera di Commercio è amministrata dalla Giunta, formata dal Presidente più 8 membri, eletta dal Consiglio, con funzioni di indirizzo, formato a sua volta da 27 consiglieri espressi dalle categorie economiche maggiormente rappresentative della provincia. Le funzioni di controllo sono affidate al Collegio dei Revisori dei Conti, composto da tre membri di nomina consiliare.

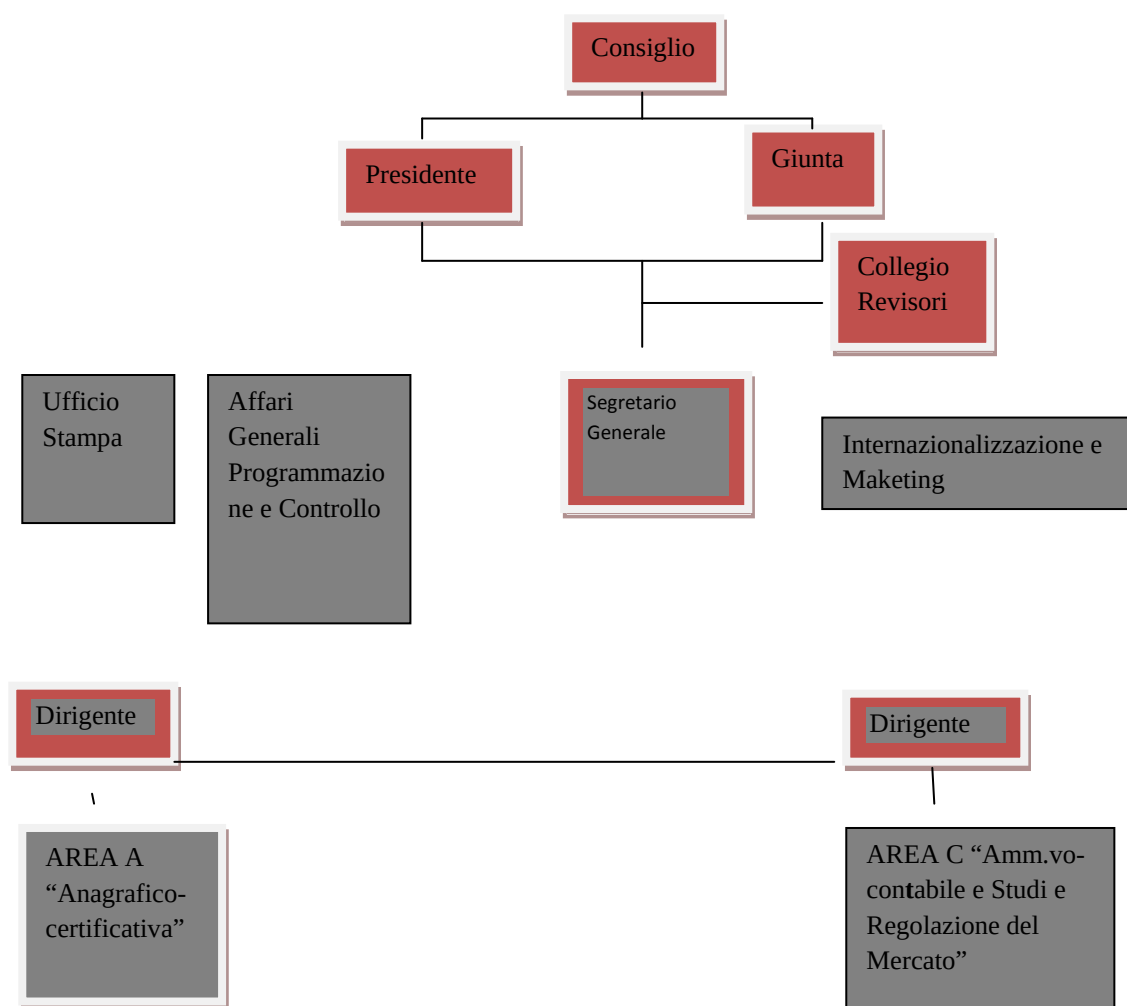


CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera n. 1/3 del 25/1/2013

La struttura amministrativa della Camera è guidata dal Segretario Generale con funzioni di vertice coadiuvato dai dirigenti ed è articolata in due aree facenti capo ai dirigenti e in uffici di staff che operano alle dirette dipendenze del Segretario Generale:

- Area dirigenziale A “Area Anagrafico-Certificativa”;
- Area Dirigenziale C “Area Amministrativo-Contabile, Studi e Regolazione del Mercato”
- Staff Affari Generali Programmazione e Controllo
- Staff Internazionalizzazione e Marketing
- Ufficio stampa



1.2 Cosa facciamo

Oggi la Camera di Commercio di Viterbo è prima di tutto l'interlocutore delle oltre 40.000 imprese che producono, trasportano, scambiano beni e servizi e delle categorie economiche che le rappresentano. Ma è anche un'istituzione al servizio dei cittadini/consumatori, attiva accanto agli Enti locali per lo sviluppo economico, sociale culturale del territorio viterbese.

La Camera di Commercio di Viterbo svolge, in sintesi, le seguenti attività:

- Attività amministrative: tenuta di Albi, Elenchi, Ruoli, nei quali vengono registrati e certificati i principali eventi che caratterizzano la vita di ogni impresa;

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera n. 1/3 del 25/1/2013

- Attività di promozione e informazione economica: sostegno alle imprese, promozione dello sviluppo economico e monitoraggio, studio e analisi dei dati sull'economia locale;
- Attività di Regolazione del Mercato: composizione delle controversie derivanti dalle relazioni economiche tra imprese e tra imprese e cittadini.

1.3 Come operiamo

La Camera di Commercio di Viterbo ispira la propria attività alla gestione sinergica e integrata delle competenze amministrative con le altre istituzioni pubbliche e private operanti sul territorio. In particolare, partecipa a società e organismi del sistema locale e del sistema camerale e si avvale dell'attività di una propria "**Azienda Speciale**", un organismo strumentale dell'Ente camerale, dotato di autonomia amministrativa, contabile e finanziaria costituito nell'ambito delle politiche di perseguimento delle finalità istituzionali.

La norma pone la Camera di Commercio come interfaccia fra le imprese e le altre Pubbliche Amministrazioni trasformando il Registro delle Imprese in hub in cui passano flussi di informazioni in entrata e in uscita verso gli altri Enti.

Preziose sono state in questi anni le collaborazioni e sinergie con altri Enti pubblici quali i Comuni della provincia, con particolare riferimento alle attività dello Sportello Unico Attività Produttive, INPS, INAIL e Agenzia delle Entrate, nonché con gli Ordini professionali al fine di semplificare gli adempimenti amministrativi da parte delle imprese.

Di rilievo i rapporti intrattenuti con l'Università degli Studi della Tuscia per lo sviluppo di progetti di ricerca nell'ambito dell'innovazione e trasferimento tecnologico, di azioni a supporto delle filiere corilicola-castanicola e di assistenza alle imprese sui temi della responsabilità sociale.

Sul fronte promozionale la Camera di Commercio collabora con il sistema camerale per la realizzazione di iniziative di internazionalizzazione.

2. IDENTITÀ

2.1 L'Amministrazione in cifre

La Camera di Commercio di Viterbo espleta la propria attività nella sede sita a Viterbo in via Fratelli Rosselli n. 4 e si avvale della propria Azienda Speciale, sita in viale Trieste n. 127.

L'Azienda Speciale "Centro di Formazione e Assistenza allo Sviluppo – Ce.F.A.S." è stata istituita nel 1981 con lo scopo di realizzare processi formativi di qualificazione e specializzazione professionale, con particolare riferimento ai problemi operativi delle aziende, delle categorie e delle organizzazioni degli operatori economici, per favorire l'attivazione di processi innovativi e per lo sviluppo dell'economia, tenendo conto anche di una crescente interdipendenza e internazionalizzazione dei mercati. Su tale fronte, tra le principali attività del Centro, c'è la progettazione e gestione di attività formative di alta qualificazione sui temi della gestione e management d'impresa.

Oltre alla formazione, la Camera di Commercio di Viterbo ha demandato all'Azienda Speciale, a partire dall'anno 2000, alcuni servizi e progetti che, realizzati in partnership con le locali associazioni di categoria, assumono importanza strategica per l'economia della provincia di Viterbo. In particolare, il CeFAS svolge le seguenti funzioni di supporto e promozione, in coerenza con la missione affidata e con le strategie della Camera di Commercio:

- Iniziative di qualificazione delle produzioni e dei servizi delle imprese locali con riferimento specifico alla filiera produttiva e alla fase di commercializzazione anche attraverso la definizione di appositi disciplinari di prodotto e conseguenti azioni promozionali, direttamente riconducibili,

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera n. 1/3 del 25/1/2013

queste ultime, alle iniziative dello Sportello Marchio Tuscia Viterbese, istituito a decorrere dall'anno 2005;

- Iniziative di assistenza tecnica, innovazione e trasferimento tecnologico, ricerca scientifica, consulenza e quanto altro necessario per l'approfondimento e la divulgazione dei fenomeni che attengono allo sviluppo dei vari settori economici della provincia”;
- Iniziative di marketing territoriale finalizzate alla diffusione e qualificazione degli strumenti di sviluppo e semplificazione amministrativa”;
- Iniziative di qualificazione, riqualificazione e sviluppo delle risorse umane anche tramite implementazione di politiche attive del lavoro.

Orario di apertura al pubblico

Camera di Commercio di Viterbo:

Dal lunedì al venerdì: dalle ore 9.30 alle ore 12.30

Lunedì e giovedì: dalle ore 15.30 alle ore 16.30

Azienda speciale CeFAS:

Dal Lunedì al venerdì dalle ore 8.30 alle ore 13.00 e dalle 15.00 alle 18.00

Il profilo qualitativo del personale

Camera di Commercio	Dirigenti	2
	Impiegati	57
	Totale	59
CeFAS	Totale Personale	59

Ripartizione del personale per profilo professionale			
CCIAA	Impiegati	Profilo A	2
		Profilo B	1
		Profilo C	34
		Profilo D	20
	Dirigenti		2
	TOTALE		59

Le partecipazioni

**CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI
VITERBO**

Allegato alla Delibera n. 1/3 del 25/1/2013

RAGIONE SOCIALE - SEDE	CAPITALE SOTTOSCRITTO	QUOTA %
Istituto Nazionale Ricerche Turistiche ISNART SCpA Roma	2.000	0,20
Retecamere SCpA Roma	910	0,11
CAM COM Universitas Mercatorum Scrl Roma	2.000	0,80
Agroqualità SpA Roma	3.967	0,17
Borsa Merci Telematica Italiana SCpA Roma	599	0,02
Infocamere Spa Roma	1.162	0,0065
Tecnoholding SpA Roma	3.473	0,0162
TecnoServiceCamere SCpA Roma	100	0,0077
IC Outsourcing srl Padova	24	0,0064
Job Camere srl Padova	14	0,0024
Mondimpresa Scrl Roma	800	0,0017
Consorzio per l'innovazione tecnologica DINTEC srl Roma	1.000	0,20
Centro Ceramica Civita Castellana srl Civita Castellana	8.640	13,65
Società Aeroporto di Viterbo Sa.Vit. SpA Viterbo	100.000	33,33
Società Autostrada Tirrenica SAT SpA Roma	900	0,0038
Tuscia Expo SpA Viterbo	103.200	25,00
Centro AgroAlimentare di Viterbo srl in liquidazione Viterbo	38.250	15,00
Monti Cimini SpA in liquidazione Vignanello (VT)	15.000	7,50
Società Produttiva Alto Lazio SPAL a rl in liquidazione Montalto di Castro (VT)	8.263	1,57

2.2 Mandato istituzionale e missione

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera n. 1/3 del 25/1/2013

▪ Il mandato istituzionale

La Camera di Commercio svolge *“funzioni di supporto e di promozione degli interessi generali delle imprese e delle economie locali, nonché, fatte salve le competenze attribuite dalla Costituzione e dalle leggi dello Stato alle Amministrazioni Statali, alle Regioni, e agli Enti Locali, funzioni nelle materie amministrative ed economiche relative al sistema delle imprese”*, in base a quanto stabilito dal recente D. lgs.vo n. 23/2010 che ha riformato l’ordinamento relativo alle Camere di Commercio.

La Camera di Commercio è un Ente pubblico che svolge un ruolo propulsivo dello sviluppo locale, al servizio delle imprese e della comunità del proprio territorio. È un ente autonomo, legittimato a darsi un proprio indirizzo programmatico e politico e gode di autonomia anche sotto il profilo finanziario e gestionale.

▪ La missione

La Camera di Commercio ha il compito di erogare servizi diretti alle imprese. Le politiche dell’informazione, dell’innovazione, della semplificazione, della valorizzazione e commercializzazione delle produzioni locali, sono state individuati quali ambiti specifici di intervento in relazione alle potenzialità e alle competenze dell’Ente camerale. In questa direzione si pone l’attività descritta nelle pagine che seguono in cui si conferma la volontà a porre in essere strumenti finalizzati a promuovere e sostenere lo sviluppo del sistema imprenditoriale locale, nel quadro dei moderni processi di produzione e di una competitività che in Italia e nel mondo sempre più incalzante, attraverso il dialogo permanente con le imprese e con le organizzazioni imprenditoriali.

Come Pubblica Amministrazione delle imprese viterbesi la Camera di Commercio svolge con criteri manageriali e avvalendosi di strumenti tecnologici all’avanguardia:

- Attività promozionali e di qualificazione del sistema economico (contributi e servizi di orientamento);
- Servizio di regolazione del Mercato;
- Analisi e studi economici;
- Servizi di certificazione e di pubblicità delle informazioni relative al sistema delle imprese;
- Attività di sviluppo delle infrastrutture territoriali.

La Camera di Commercio di Viterbo è, quindi, sia la “casa delle imprese” sia l’istituzione dedicata a garantire in ambito provinciale la tutela del mercato e della fede pubblica, e cioè il corretto e trasparente svolgersi delle transazioni commerciali a tutela delle imprese, dei consumatori e dei lavoratori.

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera n. 1/3 del 25/1/2013

ANALISI DEL CONTESTO

3.1. Il contesto esterno di riferimento

La situazione economico-finanziaria del Sistema Italia nel 2011 è stata complessa, ed impone scelte di politica economica rigorose. Nella fase finale dell'anno, in particolare, complice il rallentamento della crescita, il debito pubblico è salito al 120% del PIL, generando timori ed incertezze sullo stato di salute del nostro Paese.

Dall'analisi della domanda interna, emerge la debolezza strutturale dei consumi delle famiglie. Da maggio 2011 le vendite al dettaglio hanno subito una flessione che tende ad accentuarsi a fronte di una crescita dei prezzi al consumo, spinti in alto dal rincaro dei beni energetici, nonché dall'introduzione delle manovre correttive necessarie per correggere gli squilibri legati al debito pubblico.

Il tasso di inflazione medio annuo per il 2012 è pari al 3,0%,

Alla debolezza dei consumi delle famiglie e della produzione fa eco un mercato del lavoro ancora flebile e che, soprattutto per quel che riguarda i giovani, non sembra in nessun modo migliorare.

Preoccupa il tasso di disoccupazione giovanile (15-24), cresciuto in media di 2 punti l'anno, e che a febbraio scorso ha oltrepassato i 31 punti percentuali, influenzando notevolmente la produttività del lavoro e gettando interrogativi sulla futura sostenibilità finanziaria e sociale del nostro modello di sviluppo.

In provincia di Viterbo il tasso di disoccupazione giovanile (15-24),

Insieme di dati : Tasso di disoccupazione				
Tipo dato	tasso di disoccupazione			
Misura	valori percentuali			
Sesso	totale			
Classe di età	15-24 anni			
Titolo di studio	totale			
Cittadinanza	totale			
Durata disoccupazione	totale			
Tempo e frequenza	2009	2010	2011	
Territorio				
Viterbo	35,81	27,95	43,36	

In tale contesto la provincia di Viterbo mostra alcune caratteristiche strutturali che rendono il ciclo economico analogo a quello regionale e nazionale anche se si rendono evidenti peculiarità e divergenze piuttosto marcate.

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera n. 1/3 del 25/1/2013

Le difficoltà economiche di recessione generale hanno determinato effetti sugli stili di vita delle famiglie, sui comportamenti di spesa delle imprese, nonché sulle interazioni delle istituzioni e delle imprese. Si pensi al progressivo indebitamento delle famiglie, all'utilizzo da parte delle imprese della leva creditizia per la gestione delle spese correnti, al rallentamento della spesa degli Enti Locali.

La provincia di Viterbo è tuttavia influenzata anche dal perdurare di noti squilibri legati a:

- un progressivo invecchiamento demografico e delle persone in età lavorativa, con effetti sulla produttività del lavoro, sulla propensione all'innovazione delle imprese e sulla rigidità della base reddituale;
- la modesta propensione da parte delle imprese, con l'unica eccezione del distretto industriale di Civita Castellana, all'aggregazione produttiva e reticolare che genera economie di scala e di scopo;
- una significativa presenza imprenditoriale di modeste dimensioni (nel 2011 il 73,4% delle imprese sono ditte individuali), che riscontra difficoltà nell'accesso al credito, nei processi di innovazione, nella condivisione di opportunità produttive e di mercato;
- un sistema produttivo che, per la propria composizione settoriale, dimensionale e aggregativa, trova difficoltà ad accedere ai mercati esteri (propensione all'export Viterbo 3,6% - Italia 23,8%);
- sistema produttivo che soffre l'attuale fase congiunturale ed in cui emerge sempre più nitida la differenza tra imprese che si trovano in difficoltà di liquidità, per difficoltà di fatturato, ritardati pagamenti ed accesso al credito, ed imprese che hanno ripreso la loro naturale attività.

Il mercato del lavoro

Tali aspetti si riflettono sul mercato del lavoro, già fiaccato da una forte crescita di persone in cerca di occupazione negli scorsi anni. Nel periodo 2007-2011, infatti la provincia di Viterbo ha registrato un incremento del tasso di disoccupazione dal 9,6% all'11,2%. In termini assoluti, nel 2011, le persone in cerca di lavoro in provincia di Viterbo sono oltre 14,7 mila in crescita del 30,2% rispetto al 2007.

Esaminando poi il coinvolgimento della popolazione femminile nel mercato del lavoro, per la provincia di Viterbo il tasso di occupazione 42,2% e il tasso di attività femminile 48,2%, sono inferiori al dato regionale e nazionale. Specularmente anche il tasso di disoccupazione femminile provinciale risulta più alto della media regionale e nazionale (12,3%), mentre il tasso di disoccupazione totale è pari all'11,2% contro il 9,6% del Lazio e l'8,4% dell'Italia.

Il valore aggiunto settoriale

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera n. 1/3 del 25/1/2013

Da una prima osservazione sulla composizione settoriale del valore aggiunto emerge come per la provincia di Viterbo si profili una configurazione dell'economia provinciale improntata ad un modello di tipo tradizionale. Complessivamente la provincia di Viterbo, rispetto al peso percentuale dei singoli settori, si discosta non poco per quanto riguarda il peso del settore agricolo, che spicca in confronto al valore medio regionale e nazionale.

Al contempo emerge una certa debolezza per quanto riguarda il contributo del settore industriale alla composizione del totale del valore aggiunto provinciale, a fronte di una buona prestazione complessiva dei servizi.

a. Il peso dell'agricoltura

In primo luogo si evidenzia come il contributo del valore aggiunto dell'agricoltura, rispetto al totale della ricchezza prodotta in provincia, sia ampiamente superiore (5,4%), rispetto a quello che il settore primario ha sul totale italiano (1,9%), delle regioni del centro (1,4%) e della regione (1,1%).

Il settore primario quindi ha ancora un peso rilevante nella composizione del valore aggiunto provinciale, con una quota pari alla metà di quella prodotta dal settore manifatturiero. Occorre, tuttavia precisare che nonostante il 36,4% delle imprese della provincia siano agricole, si tratta prevalentemente di ditte individuali la cui produttività non risulta particolarmente elevata in ragione proprio dell'elevata polverizzazione.

La difficoltà nel raggiungere masse critiche di produzione, unitamente all'elevata età degli imprenditori, amplifica le questioni che il settore primario sta attraversando imponendo l'emergenza di una ristrutturazione.

b. Il peso dell'industria

Per quanto riguarda l'industria, intesa come totale del settore industriale (industria in senso stretto e costruzioni) emerge come in termini di incidenza essa contribuisca per il 18,1% sul totale del valore aggiunto della provincia di Viterbo. Si tratta di un dato nettamente inferiore al peso registrato dal settore a livello nazionale (24,9%) mentre risulta superiore rispetto al dato regionale che si attesta al 14,9%.

Un'analisi più dettagliata dei dati del settore industriale evidenzia inoltre un'incidenza del comparto costruzioni pari al 7,6%, superiore sia al dato nazionale che a quello registrato nelle altre provincie della regione, ad eccezione della provincia di Roma.

Il manifatturiero contribuisce (10,5%) invece con una quota inferiore rispetto al dato complessivo nazionale, ancorchè superiore a quello regionale. Rispetto alle altre provincie, si evidenzia tuttavia come nel Viterbese il peso dell'industria sia inferiore a quanto si registra nelle provincie di Frosinone e Latina dove, negli anni della Cassa del Mezzogiorno, si è sostenuta la localizzazione di grandi impianti industriali.

Il comparto della costruzione attraversa tuttavia, come nel caso dell'agricoltura, una fase di flessione ciclica a livello nazionale.

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera n. 1/3 del 25/1/2013

c. Il settore dei servizi

Per quanto riguarda il settore dei servizi la provincia di Viterbo registra un dato superiore al dato medio nazionale, in linea con quello delle regioni dell'Italia Centrale, con un'incidenza del 76,5% sul valore aggiunto.

Il commercio estero

L'internazionalizzazione è certamente una prospettiva auspicata, ma spesso difficile da raggiungere da parte delle imprese inserite nel tessuto economico provinciale, a fronte di un'economia nazionale e regionale orientate alle esportazioni.

Il problema principale è legato alla dimensione delle imprese, prevalentemente medie e piccole, per lo più costituite in forma di imprese individuali (oltre il 70%) e solo in misura marginale sono società di capitali strutturate che più facilmente possono confrontarsi con i competitors internazionali.

A conferma del basso grado di apertura al commercio internazionale, la misura del tasso di apertura, ovvero il rapporto tra la somma di export e import ed il PIL che esprime in maniera evidente la diversità della provincia di Viterbo rispetto alla media nazionale ma anche rispetto al contesto regionale, evidenziando la debolezza degli scambi commerciali internazionali sul complesso dell'economia locale. Il tasso di apertura appare infatti modesto (7,8% nel 2011) specie se confrontato con il tasso medio nazionale (49,2%) e regionale (28,8%).

Anche la propensione all'export della provincia di Viterbo registra un valore che risulta essere il più basso nel contesto regionale e nettamente inferiore al dato nazionale (Viterbo 3,6%, Lazio 9,7%, Italia 23,8%).

Il settore manifatturiero emerge come il settore centrale del commercio estero Viterbese. Le esportazioni delle imprese manifatturiere per i primi 9 mesi del 2012 sono state pari al 79,5% delle esportazioni totali della provincia di Viterbo, con un incremento del 20% rispetto ai primi nove mesi dell'anno precedente.

Il distretto della ceramica di Civita Castellana costituisce ancora una specificità significativa del sistema produttivo locale, anche se risente anch'esso dell'attuale crisi economica. L'altro gruppo di attività significative per quanto riguarda l'export è la produzione agroalimentare, che comprende sia i prodotti agricoli con una quota del 19% dell'export complessivo, che i prodotti alimentari che hanno raggiunto una quota del 16%. Per i primi si segnala una variazione dell'export del 82% tra il primi 9 mesi del 2012 e lo stesso periodo del 2011, mentre per i prodotti alimentari la crescita dell'export è stata del 69% circa nel periodo considerato.

Nonostante il risultato negativo del 2011 che ha visto diminuire l'export del 6,6%, nei primi nove mesi del 2012 si è assistito ad una importante ripresa delle esportazioni provinciali, con un +28,5% rispetto allo stesso periodo del 2011, variazione superiore al dato regionale in cui l'export è cresciuto del 3,8%.

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera n. 1/3 del 25/1/2013

Tra gli altri settori industriali si segnalano performance positive per il tessile, per i prodotti in metallo e per computer ed apparecchi elettronici.

L'Europa si consolida per la Tuscia come il principale mercato di riferimento anche se non mancano aperture verso altre aree del mondo. Viterbo, infatti, indirizza il 72% delle proprie esportazioni verso il vecchio Continente, con un aumento del 27% nel periodo considerato.

Entrando nel dettaglio notiamo che sono aumentati gli scambi con paesi che si configurano come mercati strategici per l'export della Tuscia, quali Germania (+90%) e Francia (+23%), mentre permane il segno meno per l'export verso la Spagna (-29%), paese che presenta importanti problematiche interne con conseguente contrazione dei consumi interni.

Bene anche le esportazioni verso l'America settentrionale (+48%) e l'Asia che (+11%), dove Cina e Giappone registrano un aumento rispettivamente del 18% e del 115%, mentre abbiamo un calo per Emirati Arabi (-24%) e Arabia Saudita (-17%).

Nonostante il risultato negativo del 2011 che ha visto diminuire l'export del 6,6%, nel primo semestre del 2012 si è assistito ad una importante ripresa delle esportazioni provinciali, con un +29,8% rispetto allo stesso periodo del 2011, variazione superiore al dato regionale in cui l'export è cresciuto dell'1,6%.

Il credito

La fase recessiva dell'economia nazionale ed internazionale ha negativamente condizionato la stabilità finanziaria delle imprese, causando un deterioramento generale della qualità del credito e generando, di fatto, un "circolo vizioso", nel quale lo scarso accesso al credito, genera ritardi nei pagamenti con effetti a catena sul sistema economico.

Si tratta di un aspetto particolarmente rilevante se si considera che un'elevata percentuale delle sofferenze bancarie si traduce in una scarsa appetibilità del territorio per ogni tipo di investimento.

Un dato allarmante è rappresentato dalle sofferenze bancarie. Nel 2011 le sofferenze bancarie hanno subito nel Lazio una impennata ben più significativa rispetto alla media nazionale (+ 66,4% rispetto al 39,9% dell'Italia), mentre la provincia di Viterbo ha segnato un aumento del 63,3%.

Anche le aperture di credito in conto corrente in provincia segnano tassi superiori alla media nazionale e alla media regionale. Nel complesso si deve rilevare una differenza fra il dato provinciale e quello nazionale di 1,5 punti per le famiglie e 0,6 per le imprese, che evidenziano in questo settore uno svantaggio competitivo per l'economia provinciale sia rispetto alla scala regionale, sia rispetto alla scala nazionale.

L'analisi dei depositi e degli impieghi bancari sono un valido strumento per valutare il ruolo del credito nello sviluppo del sistema produttivo locale.

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera n. 1/3 del 25/1/2013

Nella provincia di Viterbo si è registrato un incremento dei depositi bancari mediamente superiore a quello delle altre provincie laziali e alla media nazionale.

Gli istituti finanziari della provincia, prevalentemente di piccole dimensioni, raccolgono il 60% dei depositi viterbesi, a fronte di quote quasi dimezzate nel territorio nazionale (media Italia 35%) che si contraddistingue per la raccolta dei grandi istituti (41,4%).

Per quanto riguarda i principali destinatari dei finanziamenti si evidenzia la crescita degli impieghi bancari per le famiglie consumatrici viterbesi che risultano sempre più indebitate. Una indagine condotta presso le imprese viterbesi rileva che una quota importante del sistema produttivo locale nel 2011 ha dovuto affrontare problemi di ordine finanziario, non riuscendo a soddisfare a pieno il proprio fabbisogno. Tra le principali cause dello squilibrio tra fabbisogno e disponibilità finanziaria le imprese indicano le perdite di fatturato e i ritardi nell'incasso dei crediti da parte di altre imprese e verso la P.A. .

Le difficoltà finanziarie nascono spesso a valle della catena di valore a causa di entrate non realizzate e finiscono con il riflettersi sugli anelli a monte mettendo in pericolo l'intera filiera produttiva. Per farvi fronte molte imprese hanno dichiarato di avere a loro volta dovuto posticipare i pagamenti ai fornitori o ai lavoratori. Una quota più ridotta di imprese ha invece utilizzato nuovi prestiti. La maggior parte delle risorse finanziarie reperite sono state utilizzate dalle imprese per sostenere le spese correnti e del personale, per acquistare materie prime e semilavorati e per risolvere situazioni debitorie verso i fornitori, quindi per far fronte alla gestione ordinaria dell'azienda.

L'indagine rileva altresì il deterioramento della capacità delle imprese provinciali di ottenere credito da parte del sistema bancario.

Per fronteggiare le difficoltà finanziarie delle imprese, soprattutto quelle piccole e piccolissime, uno strumento particolarmente utile è rappresentato dai consorzi di garanzia fidi.

Il quadro normativo di riferimento

L'evoluzione giuridica e normativa, sia a livello comunitario, sia nazionale che regionale, introducendo vincoli che non è possibile ignorare, assume rilevanza sia nella definizione delle strategie da attuare, sia nelle relazioni con gli stakeholder.

Il quadro normativo degli ultimi anni è stato orientato a politiche di contenimento della spesa ed ha definito precisi vincoli in materia di assunzioni, imponendo pertanto all'Ente di puntare su una riorganizzazione interna e su una razionalizzazione dei processi al fine di mantenere gli standard raggiunti in termini di servizi. Strumento a supporto di tale strategia è il ricorso all'automazione sia nelle procedure interne sia nell'espletamento dei servizi, automazione espressamente richiamata dal dettato normativo nell'ottica della semplificazione degli adempimenti da parte delle imprese e, più

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera n. 1/3 del 25/1/2013

in generale, delle relazioni tra cittadino e pubblica amministrazione. In questa direzione si muovono gli strumenti della PEC, della Comunicazione Unica, dello Sportello Unico Attività Produttive.

Struttura e andamento del sistema produttivo al secondo trimestre 2012

Al terzo trimestre 2012 risultano 442 nuove imprese iscritte e 368 imprese cessate, al netto delle cancellazioni d'ufficio, con un tasso di crescita dello 0,19%, rispetto alla media nazionale che si attesta sullo 0,24%. Nel complesso, nei primi 9 mesi dell'anno 2012 le imprese iscritte sono state 1895 contro le 1822 imprese cessate, al netto delle cancellazioni d'ufficio, con un saldo positivo di +73 imprese in termini assoluti. Le imprese iscritte al 30 settembre 2012 risulta 38.277.

Analizzando i settori di attività si evidenzia che il settore agricolo presenta una riduzione del numero delle imprese registrate tra la fine del 2011 ed il terzo trimestre 2012 dell'1,5%. La diminuzione è determinata in parte dalla generale situazione di crisi del mondo agricolo ed in parte da fattori endogeni quali l'insufficiente ricambio generazionale e dai processi di razionalizzazione e accorpamento tra imprese che essendo di piccole dimensioni sono poco strutturate e fragili dal punto di vista finanziario ed organizzativo.

Le attività manifatturiere presentano un calo dell'1,1% rispetto al 2011 mentre il commercio presenta una situazione invariata con una variazione positiva dello 0,1%. Il settore delle costruzioni, che negli ultimi tempi ha risentito della crisi in maniera consistente, vede decrescere il numero delle imprese dell'1,1%.

Positivi i risultati dei servizi di alloggio e ristorazione che crescono del 3% in un'ottica di sviluppo della vocazione turistica del territorio. Buone prospettive anche nei servizi di informazione e comunicazione (+0,7%), delle attività immobiliari (+1,1%) e professionali (+2,3%), segnali di un positivo dinamismo del terziario avanzato.

Al terzo trimestre 2012 nella provincia di Viterbo le società di capitale rappresentano il 13,6% del totale delle imprese registrate, con un *gap* con il dato nazionale in calo ma sempre piuttosto sostenuto. Le società di persone a Viterbo rappresentano il 16,9% mentre le imprese individuali vedono ridurre la propria quota al 66,3%.

Tale andamento esprime una evoluzione del sistema imprenditoriale locale, dove crescono le società di capitali mentre si contraggono le società di persone e le ditte individuali, indizio di un graduale irrobustimento del tessuto produttivo della provincia

Le Relazioni istituzionali della Camera

La Camera di Commercio è per sua stessa natura un nodo connesso con una rete istituzionale più ampia. In particolare, nell'ambito del sistema camerale è in relazione con le altre Camere di Commercio, con l'Unione Regionale, con l'Unioncamere, con le agenzie del sistema (Infocamere, Tagliacarne, Retecamere etc.) condividendo missione, visione e strategia di sistema. Nell'ambito

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera n. 1/3 del 25/1/2013

del sistema territoriale si relaziona con tutti gli altri attori dello sviluppo: Regione, Provincia, Comuni, associazioni di categoria, associazioni dei consumatori, associazioni sindacali.

3.2 Analisi del contesto interno

La struttura organizzativa della Camera

La struttura della Camera di Commercio di Viterbo è caratterizzata dalla suddivisione in due aree:

- l'Area A "Anagrafico-Certificativa" comprendente il servizio Anagrafe e Artigianato;
- l'Area C "Amministrativo-contabile, Studi e Regolazione del Mercato" comprendente il Servizio Bilancio e Gestione del Personale, il Servizio Statistica URP Servizi finanziari e Qualità, il Servizio Regolazione del Mercato.

Il Segretario Generale dell'Ente sovrintende all'intera struttura organizzativa e al personale camerale e compie tutti gli atti di controllo, organizzazione e gestione del personale medesimo. Alle dirette dipendenze del Segretario Generale operano tre uffici di Staff: Staff di Affari Generali, Programmazione e Controllo, Staff Internazionalizzazione e Marketing, Ufficio stampa.

I Dirigenti nelle aree di competenza espletano le seguenti funzioni, attuando, nella logica delle responsabilità diffuse, deleghe di firma e attribuendo responsabilità dei procedimenti ai responsabili dei servizi e delle strutture di staff:

- Formulazione di proposte e di pareri riguardo le questioni, anche di natura tecnico-organizzativa, ricadenti nell'ambito delle funzioni di propria competenza;
- Attuazione dei progetti e delle gestioni assegnati, adottando i relativi atti e provvedimenti amministrativi ed esercitando i poteri di spesa e di acquisizione delle entrate;
- Direzione, coordinamento e controllo dell'attività degli uffici dipendenti e dei responsabili dei relativi procedimenti amministrativi, anche con poteri sostitutivi in caso di inerzia;
- Gestione del personale e delle risorse finanziarie e strumentali assegnate agli uffici di competenza;
- Svolgimento di compiti eventualmente delegati dal Segretario Generale;

Tra le priorità strategiche della Camera di Commercio di Viterbo si connota la semplificazione amministrativa, l'innovazione, il miglioramento e la promozione dei servizi. In questo ambito sono state sviluppate specifiche azioni che muovono dalla reingegnerizzazione graduale e informatizzazione dei processi, alla realizzazione di politiche di e-government, alla misurazione delle performance, all'attivazione di un sistema di gestione delle risorse umane per obiettivi, cui viene correlata la remunerazione degli istituti incentivanti, alla promozione del lavoro di gruppo.

Per quanto concerne la reingegnerizzazione e l'informatizzazione dei processi, si è operato e si opera su più fronti:

- Dematerializzazione dei flussi documentali attraverso il decentramento, presso ciascun ufficio competente, della protocollazione dei flussi in uscita e la scansione dei flussi in entrata ai fini della gestione di scrivanie elettroniche; fascicolazione informatica ai fini della conservazione sostitutiva;
- Dematerializzazione dei provvedimenti amministrativi;
- Integrale informatizzazione delle procedure contabili (contabilità analitica, controllo di gestione e mandato elettronico) e di gestione del personale sia con riferimento al trattamento

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera n. 1/3 del 25/1/2013

giuridico (richieste di autorizzazioni, timbrature, ferie, permessi, missioni, malattie), che al trattamento economico (cedolini relativi agli stipendi).

- Reingegnerizzazione dei processi di tipo anagrafico-certificativo (Registro Imprese e altri albi e Ruoli)
- Implementazione dell'uso della Posta Elettronica Certifica per le comunicazioni esterne e della Posta Elettronica Ordinaria per le comunicazioni interne.

È stato inoltre realizzato un sistema informativo interno, tramite la attivazione di una rete Intranet esteso nel 2012 anche all'Azienda Speciale Ce.f.a.s., finalizzato a implementare l'integrazione tra le attività dei diversi uffici camerali, la condivisione delle strategie dell'Ente, la conoscenza dei documenti inerenti la gestione del personale e le relazioni sindacali, a divulgare la rassegna stampa quotidiana relativa al tessuto socio-economico locale, nonché a consentire approfondimenti normativi.

Sul fronte della misurazione delle performance e dello stato di perseguimento degli obiettivi operativi e strategici sono state avviate le seguenti azioni:

- Definizione di indicatori gestionali e di monitoraggio dei processi e redazione di una rendicontazione trimestrale su supporto informatico;
- Realizzazione di attività propedeutiche alla valutazione strategica: questionari alle imprese al fine di valutare l'esito del rispettivo coinvolgimento nelle varie iniziative, focus-group con imprese su tematiche di specifico interesse

Le infrastrutture e le risorse tecnologiche

L'Ente dispone di sistemi informativi che consentono l'integrazione dei diversi programmi operativi utilizzati dai servizi camerali e l'automazione dei flussi informativi tra gli uffici.

Ogni dipendente, compreso il personale ausiliario, è stato dotato di un computer completo di software gestionali e delle moderne strumentazioni quali lettore dvd e scanner, di un indirizzo di posta elettronica con relativo accesso ad Internet, di PEC personali e PEC Ufficio. È stata realizzata un'integrazione con i sistemi informativi dell'Azienda Speciale CeFAS. In alcuni uffici è stato attivato il collegamento telematico Skype.

L'Ente dispone di una biblioteca multimediale e di una sala conferenze dotata di tutte le migliori tecnologie, in cui si succedono seminari, convegni e riunioni. Inoltre gestisce sei siti internet: www.vt.camcom.it; www.tusciaviterbese.it; www.tusciaeconomica.it; www.cefas.org, www.sprintuscia.it, www.welcomeintuscia.it che vengono costantemente aggiornati.

Per offrire alla collettività uno strumento sempre più fruibile, il sito istituzionale www.vt.camcom.it è stato completamente rivisitato in un'ottica particolarmente orientata a stimolare il dialogo e l'interattività con gli interlocutori camerali. Il nuovo sito è strutturato come un vero e proprio portale, con aree tematiche, news informative, agenda con appuntamenti e scadenze e un accesso facilitato al personale degli uffici. Un modo di concepire il web in linea con i più innovativi indirizzi, tenendo presente i diversi interlocutori, imprenditori, professionisti, rappresentanti istituzionali, studenti e turisti.

Per migliorare la fruibilità si è tenuto conto della necessità di strutturare le attività proprie dell'Ente non solo per uffici ma anche per aree tematiche, in modo da dare risalto a quelle che in determinato momento meritino una particolare attenzione.

Al fine di potenziare gli strumenti di comunicazione e di erogazione dei servizi l'attività della Camera si è incentrata inoltre sui seguenti filoni di intervento:

- **Consolidamento della piattaforma di Customer Relationship Management (CRM):** il progetto CRM ha l'obiettivo di rendere più efficaci ed efficienti i rapporti tra la Camera di

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera n. 1/3 del 25/1/2013

Commercio e i propri interlocutori, informandoli in modo tempestivo e mirato delle iniziative camerali, in ambito amministrativo e promozionale, aggiornandoli sulle novità normative e procedurali e rendendo maggiormente fruibili agli stessi le informazioni di carattere economico prodotte dall'Ente.

Il servizio si basa su una piattaforma informatica integrata e multicanale (posta, fax, e-mail) per gestire le relazioni con professionisti e imprese, opportunamente individuati per profilo al fine di consentire la segmentazione degli stessi e l'invio di comunicazioni mirate a target differenziati. Il sistema consente, altresì, il monitoraggio nel tempo del rapporto tra la Camera di Commercio ed il singolo utente, di cui vengono registrati, i contatti con l'Ente.

- **Realizzazione del Bilancio sociale**, lo strumento di rendicontazione dell'operato dell'Ente ai propri stakeholder;

- **Realizzazione delle riviste camerali: *Tuscia economica* con invio prevalentemente telematico e Supplemento di *Tuscia Economica*.**

Nella rivista ***Tuscia economica*** sono descritti i servizi camerali e le principali iniziative poste in essere dall'Ente e vengono fornite informazioni su modifiche legislative aventi riflessi sul sistema delle imprese della provincia. La rivista è distribuita mensilmente per via telematica.

Il ***Supplemento di Tuscia Economica*** è una rivista monografica con cadenza quadrimestrale o semestrale, recante articoli di natura tecnica ed economica riguardanti il territorio provinciale. La rivista nella sua prima parte, a carattere culturale, riporta talora estratti di tesi di laurea discusse nella locale Università, mentre la seconda parte contiene un'approfondita appendice statistica dei dati provinciali messi a confronto con le rilevazioni regionali e nazionali.

-**Crescente utilizzo della PEC nei rapporti con imprese, cittadini ed Enti locali**, attraverso la dotazione a tutti i dipendenti di indirizzi di PEC personali e PEC Ufficio

Le risorse umane

La dotazione organica della Camera di Commercio di Viterbo prevede n. 68 unità secondo la seguente articolazione:

**CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI
VITERBO**

Allegato alla Delibera n. 1/3 del 25/1/2013

SITUAZIONE AL 31.12.2012			
Categoria	Dotazione categoria	Personale di ruolo nella categoria	Posti vacanti nella categoria
Dirigenziale	2	2	0
D3 tempo pieno	5	5	0
D1 tempo pieno	16	15	1
C tempo pieno	36	33	3
C tempo parziale non inf. 83,33%	1	1	0
C tempo parziale non inf. 77,77%	1	0	1
B3 tempo pieno	1	1	0
A	2	2	0
Totale	64	59	5

Il personale in servizio, compreso il Segretario Generale, è pari a 59 unità.

Le disposizioni normative degli ultimi anni, fissando rigidi vincoli in materia di assunzioni, hanno ostacolato la copertura dei posti vacanti tramite le procedure selettive previste dalla norma. Al fine di garantire il regolare espletamento delle attività.

Negli ultimi anni Ente ha fatto ricorso a procedure di mobilità che hanno condotto finora al reclutamento di 9 nuove unità di personale e all'utilizzo di contratti di lavoro flessibile.

Per l'anno 2012, in particolare, sono stati utilizzati complessivamente 18 contratti a tempo determinato di cat. C di cui 5 dal 01.10.2012 al 31.12.2012 per attività riferite al censimento.

Per l'anno 2013 è prevista l'utilizzazione di n. 10 unità di personale per 11 mesi con contratto di somministrazione.

Il piano occupazionale del triennio 2011-2013 prevede una prosecuzione nella direzione del reclutamento tramite procedure di mobilità ed il ricorso a contratti da definire annualmente sulla base delle priorità e delle contingenze che si manifesteranno.

La politica di gestione del personale adottata dalla Camera di Commercio è orientata ad adattare la propria struttura organizzativa alla natura di azienda pubblica erogatrice di servizi in conformità al ruolo che gli interventi normativi richiedono alle Camere di Commercio in termini di sviluppo dei criteri quali la **flessibilità, modernità e professionalità**.

Il personale viene orientato sempre più in un logica di servizio alle imprese e ai consumatori di tipo aziendalistico. Accanto a conoscenze di tipo amministrativo e normativo, vengono sviluppate competenze specialistiche, capacità di programmazione, abilità relazionali, capacità di ascolto del mercato, orientamento al risultato e al raggiungimento degli obiettivi. L'obiettivo è quello di fornire risposte rapide e concrete ai bisogni e alle necessità emergenti dal sistema imprenditoriale e dal territorio. Per fare questo occorre un'organizzazione dalla struttura più flessibile e orientata alla performance, che superi logiche di carattere burocratico.

Il personale rappresenta il **principale stakeholder** per affermare il ruolo che l'Ente intende svolgere, in quanto è proprio dalla capacità di programmazione e allineamento funzionale delle risorse umane ai nuovi scenari che la Camera può rispondere in maniera sempre più efficace ai bisogni del territorio ed alle evoluzioni normative.

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera n. 1/3 del 25/1/2013

Il sistema di valutazione mira ad attribuire in modo selettivo e secondo i risultati accertati dal sistema permanente di valutazione i compensi correlati al merito, all'impegno individuale e al conseguimento degli obiettivi assegnati.

La responsabilità della valutazione compete ai Dirigenti, coadiuvati dai Responsabili di Servizio

Dati generali sulla gestione del personale interno	
	Anno 2011
Quota media di retribuzione (euro)	30.490,86
Quota media di produttività (euro)	3.576,52
N. progressioni orizzontali	3
N. richieste di trasferimento ad altre amministrazioni	0

Il benessere organizzativo

La Camera di Commercio di Viterbo ha realizzato nell'anno 2009 una indagine sul personale dipendente al fine di rilevare il grado di benessere organizzativo. L'esigenza di valutare l'impatto che la continua riorganizzazione del lavoro ha non solo sulla struttura, sulle procedure e sui servizi agli utenti, ma anche sull'immagine, sul clima relazionale e sui valori adottati, risponde agli orientamenti della recente normativa in materia di ottimizzazione della produttività del lavoro pubblico e di efficienza e trasparenza delle pubbliche amministrazioni; tali orientamenti prevedono infatti la realizzazione di indagini periodiche volte a rilevare il benessere organizzativo, il grado di condivisione del sistema di valutazione e la valutazione dei propri superiori.

L'analisi è stata affidata a una società esterna, con esperienza nel settore, al fine di approfondire i punti di forza dell'Ente camerale e delle aree suscettibili di miglioramento. Il questionario, sottoposto in forma anonima al personale, si è basato sul modello EFQM (European Foundation Quality Management) che permette di rilevare informazioni in merito alle seguenti aree di indagine:

- Soddisfazione delle persone verso l'Ente;
- Lavoro in sé
- Management
- Condizioni di Lavoro
- Comportamenti orientati alla soddisfazione dell'utente
- Comunicazione
- Valori

Rispetto agli items proposti è stata richiesta una duplice valutazione inerente:

- La situazione attuale, quanto cioè si ritiene vero o falso il contenuto nella propria situazione di lavoro;
- Il grado di importanza assegnato al contenuto rispetto alla propria soddisfazione nel lavoro.

Sulla base della valutazione espressa in relazione alla situazione attuale, i rispondenti sono stati suddivisi in due differenti cluster: "insoddisfatti", persone che si dichiarano scontente (e chiedono di veder cambiare le cose) e "soddisfatti", coloro che mostrano di trovarsi bene in Camera di

**CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI
VITERBO**

Allegato alla Delibera n. 1/3 del 25/1/2013

Commercio e di apprezzarla. Considerando per ogni dimensione la distribuzione percentuale dei soddisfatti, è stato possibile individuare:

1. Area di piena soddisfazione: rispondenti soddisfatti > 74%;
2. Area di media soddisfazione: rispondenti soddisfatti tra il 50% e il 74%
3. Area di bassa soddisfazione: rispondenti soddisfatti: < 50%

I risultati dell'indagine sono stati presentati al personale nei primi mesi dell'anno 2010.

La partecipazione alla rilevazione è risultata adeguata (76%), allo scopo di dare un quadro esaustivo del clima generale nell'Ente.

In sintesi, è stata rilevata un'alta soddisfazione per le aree inerenti l'orientamento al cliente e il senso di appartenenza, una media soddisfazione per tutte le altre aree con la punta più bassa pari comunque al 59% per l'area "lavoro in sé" comprendente contenuti e riconoscimenti, formazione e sviluppo, opportunità di miglioramento, impegno. Non si sono riscontrate aree di bassa soddisfazione. Da quanto precede i risultati dell'indagine risultano molto soddisfacenti tenuto conto, peraltro, che di norma sulla base delle realtà anche camerali già monitorate dalla società cui è stato affidato l'incarico la soglia della elevata soddisfazione è fissata intorno a una percentuale molto più bassa (intorno al 50%) e che la società incaricata ha elevato i parametri in occasione dell'analisi dei risultati dell'indagine presso la Camera di Commercio di Viterbo altrimenti non sarebbe stato possibile individuare aree di miglioramento.

Altro dato interessante emerso è che la tipologia contrattuale ("a tempo indeterminato" e "determinato") differenzia poco le percezioni di clima nella Camera, anzi il personale a "tempo determinato" assorbe il clima generale, contribuendo, anche se in minima parte, a migliorarlo.

Le azioni di miglioramento ipotizzabili nel breve/medio periodo riguardano il livello organizzativo, puntando su processi di comunicazione degli obiettivi e delle scelte gestionali che favoriscano la costruzione partecipata dei programmi di lavoro.

Le risorse finanziarie

	Camera di Commercio		Azienda Speciale	
	Pre-consuntivo 2012	Previsione 2013	Pre-consuntivo 2012	Previsione 2013
Proventi Gestione corrente	7.965.048,82	7.432.801,98	647.750	578.098
Oneri Gestione corrente	-8.904.848,61	-8.203.711,20	- 444.615,39	-381.775,36

Dettaglio Oneri correnti

	Camera di Commercio		Azienda Speciale	
	Pre-	Previsione	Pre-consuntivo	Previsione

**CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI
VITERBO**

Allegato alla Delibera n. 1/3 del 25/1/2013

	consuntivo 2012	2013	2012	2013
Spese per il personale	-3.083.702,49	-2.876.334,49	-299.322,97	-255.300
Spese di funzionamento	-2.351.048,75	-2.207.076,47	-115.956,56	-101.234,36
Interventi economici	-2.030.848,15	-1.600.000,00	202.600,74	195.673
Ammortamenti e accantonamenti	-1.439.249,22	-1.520.300,24	-12.800	-9.691

Principali grandezze del conto economico consolidato della Camera di Commercio di Viterbo

	2007	2008	2009	2010	2011
Proventi gestione corrente Camera di Commercio	8.662.917,00	7.906.636,00	7.942.944,00	8.230.727,00	8.354.241,00
Proventi gestione corrente CeFAS	189.530,00	282.019,00	474.801,00	502.282,00	339.229,00

Fonte Bilancio Sociale 2011

Nell'esercizio 2011 si è registrato un risultato economico positivo notevolmente incrementato rispetto all'anno precedente, principalmente per effetto di un aumento dei proventi da diritto annuale e dei proventi straordinari (sopravvenienze attive) connessi all'esatta quantificazione del diritto annuale dovuto dalle società in base al fatturato.

Dettaglio Proventi Attività tipica Camera di Commercio e Azienda Speciale

	2007		2008		2009		2010		2011	
	€	%	€	%	€	%	€	%	€	%

**CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI
VITERBO**

Allegato alla Delibera n. 1/3 del 25/1/2013

Diritto annuale	6.450.851	72,82	5.666.716	69,06	4.845.408	66,25	4.877.160	63,96	4.808.588	64,72
Diritti di segreteria e oblazioni	1.124.834	12,71	1.145.347	13,96	1.101.651	15,06	1.149.944	15,08	1.121.297	15,09
Proventi da gestione di servizi	76.668	0,87	91.983	1,12	165.146	2,26	187.517	2,45	230.845	3,11
Contributi e trasferimenti	634.510	7,19	592.681	7,22	466.665	6,38	655.966,00	8,60	593.376	7,99
Altri proventi	376.054	4,25	409.909	5	276.565	3,78	253.587,00	3,32	314.876	4,24
Ricavi propri Azienda Speciale (al netto dei trasferimenti dalla Camera di Commercio)	187.069	2,11	273.959	3,33	127.867	1,75	160.149,00	2,10	58.404	0,79
Altri proventi Azienda Speciale	2.461	0,03	8.060	0,10	346.934	4,74	342.133,00	4,49	20.966	0,28

Fonte: Bilancio Sociale 2011

**PRINCIPALI GRANDEZZE DEL CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO DELLA CAMERA DI
COMMERCIO DI VITERBO**

	2007	2008	2009	2010	2011
--	------	------	------	------	------

**CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI
VITERBO**

Allegato alla Delibera n. 1/3 del 25/1/2013

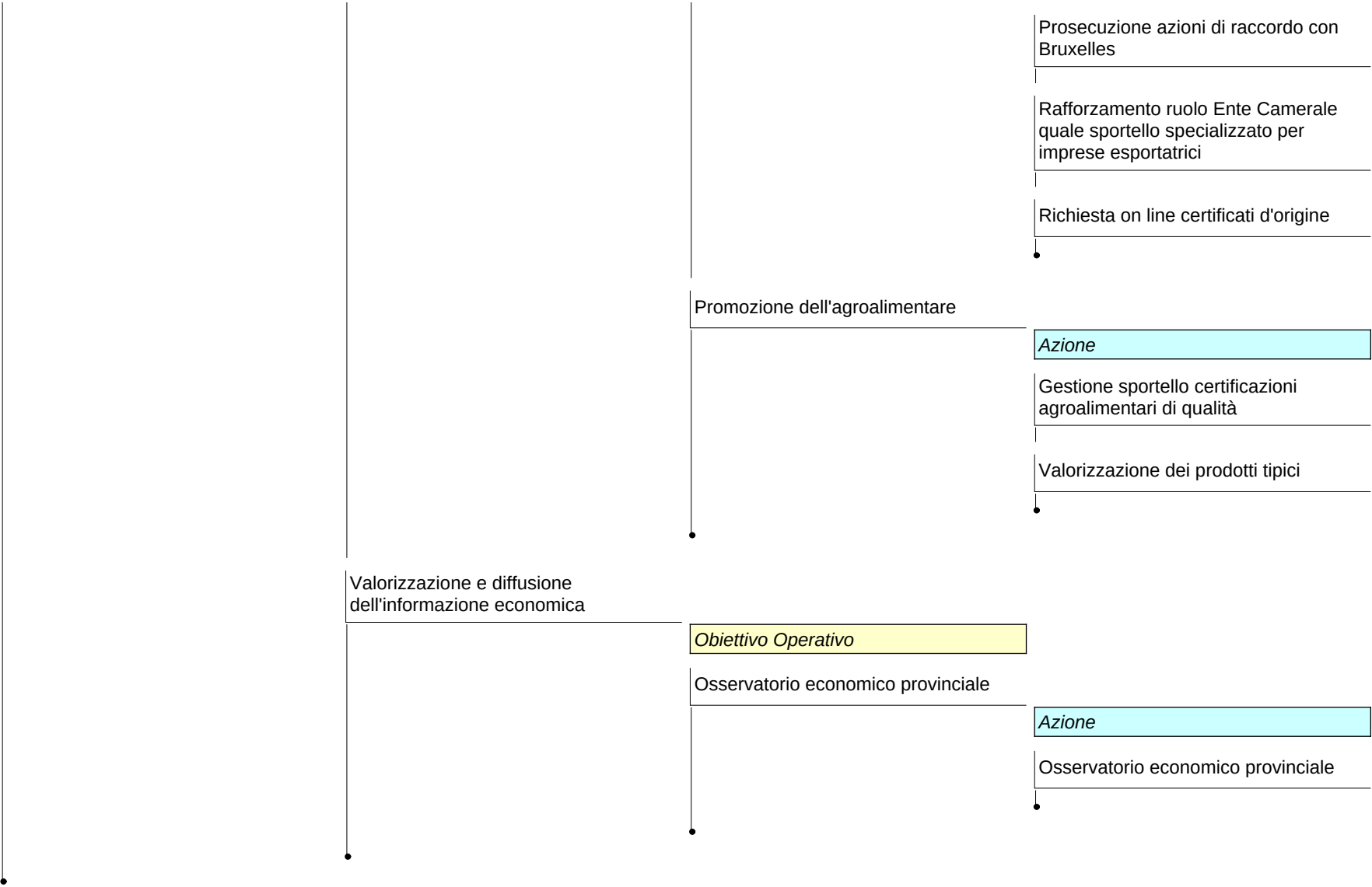
oneri gestione corrente Camera di Commercio	6.935.4 89	7.032.12 8	7.168.940	8.091.161	8.077.670
Oneri gestione corrente CeFAS	582.091	834.079	639.424	714.394	628.946

Fonte: Bilancio Sociale 2011

Albero della Performance 2013

Area Strategica			
Competitività del territorio			
Obiettivo Strategico			
Sostenere l'innovazione ed il rilancio competitivo del territorio			
Programma			
Competitività e Attrattività del territorio			
Obiettivo Operativo			
Credito		Azione	
		Credito	
		•	
Innovazione e trasferimento tecnologico		Azione	
		Erogazione di contributi per la certificazione di qualità	
		Innovazione e trasferimento tecnologico alle PMI	
		Progetto Tuscia Sostenibile	
		•	
Marchio Collettivo Tuscia Viterbese		Azione	
		Marchio Collettivo Tuscia Viterbese: Dieta Mediterranea	
		Marchio Collettivo Tuscia Viterbese: Organizzazione di eventi monotematici	
		Marchio Collettivo Tuscia Viterbese: Premio Giornalistico Enogastronomia	
		Marchio Collettivo Tuscia Viterbese: Rinnovo marchio internazionale	
		•	
Promozione reti di impresa		Azione	
		Promozione reti di impresa	
		•	
Sostegno ad iniziative di enti ed organismi diversi per la valorizzazione del territorio		Azione	
		Quote Associative a strutture di promozione locale e nazionale	
		Sostegno ad iniziative di enti ed organismi diversi per la valorizzazione del territorio	
		•	
Turismo		Azione	
		Consolidamento di un modello di sviluppo dell'offerta turistica integrata	
		Coordinamento della promozione delle Feste del Vino, Castagna e Olio.	
		Partecipazione a manifestazioni e workshop locali e regionali	
		•	
		•	
Innovazione e semplificazione			

Area Strategica	Competitività dell'Ente	Obiettivo Strategico	Consolidare il posizionamento dell'Ente camerale nell'ottica di un rafforzamento del sistema a rete nei rapporti con le altre istituzioni, amministrazioni e organizzazioni attive sul territorio	Programma	Rafforzamento del metodo della concertazione condivisa	Obiettivo Operativo	Adeguamento dei processi nell'ottica della semplificazione delle procedure interne con particolare riferimento ai rapporti fra albo imprese artigiani e registro imprese e dei procedimenti ammin.	Azione	Adeguamento dei processi nell'ottica della semplificazione delle procedure interne con particolare riferimento ai rapporti fra albo imprese artigiani e registro imprese e dei procedimenti ammin.							
						CALL CENTER	Azione	CALL CENTER								
						Promuovere il Registro delle Imprese come strumento di semplificazione.	Azione	Promuovere il Registro delle Imprese come strumento di semplificazione.								
						Sportello Unico Attività Produttive	Azione	Sportello Unico Attività Produttive								
						Qualità del lavoro nelle imprese	Obiettivo Operativo	Imprenditoria femminile	Azione	Imprenditoria femminile						
							Orientamento alternanza scuola - lavoro e formazione	Azione	Orientamento alternanza scuola - lavoro e formazione							
							Sostegno e promozione di impresa	Azione	Sostegno e promozione di impresa							
							Area Strategica	Competitività dell'Ente	Obiettivo Strategico	Consolidare il posizionamento dell'Ente camerale nell'ottica di un rafforzamento del sistema a rete nei rapporti con le altre istituzioni, amministrazioni e organizzazioni attive sul territorio	Programma	Rafforzamento del metodo della concertazione condivisa	Obiettivo Operativo	Funzioni Associate	Azione	Funzioni Associate



3.4. DETTAGLI OBIETTIVI STRATEGICI

Priorità strategiche

1) Consolidare il posizionamento dell'Ente camerale nell'ottica di un rafforzamento del sistema a rete nei rapporti con le altre istituzioni, amministrazioni e organizzazioni attive sul territorio della provincia.

La Camera di Commercio rappresenta oggi un ente moderno ed efficiente, erogatore di servizi qualificati alle imprese, partecipe e attivo in tutti i tavoli di lavoro con Associazioni di categoria ed Enti locali, organismo di frontiera tra pubblico e privato, locale e globale. Occorre, quindi, rafforzare il ruolo di governo del territorio sviluppando un'autonomia progettuale da mettere a disposizione delle imprese per lo sviluppo economico del territorio.

Linee programmatiche:

1a) Sessioni di studio nel Consiglio camerale su tematiche di specifico interesse

1b) Rafforzamento del metodo concertazione condivisa

2) Sostenere l'Innovazione e il rilancio competitivo del territorio

In un contesto di crisi economica come quello attuale emerge in maniera più forte rispetto al passato l'esigenza che la Pubblica Amministrazione sostenga le imprese avviando processi di sburocratizzazione, identificandosi come occasione di business. In questa direzione l'Ente camerale ha incentrato le linee strategiche passate e deve indirizzare quelle future divenendo punto di eccellenza e contribuendo con determinazione a migliorare le condizioni di contesto per la nascita ed il rafforzamento delle imprese e per generare benessere diffuso.

Linee programmatiche:

2a) Innovazione e semplificazione

È questo il settore in cui l'Ente camerale, in armonia con la rete nazionale, si è distinto nell'ultimo decennio, attuando procedure telematiche di dialogo con i propri interlocutori. Si deve proseguire su questa strada, incentivando, da un lato, l'adozione da parte delle imprese di strumenti tecnologici, e, dall'altro, diminuendo il più possibile il peso della burocrazia e potenziando i processi di semplificazione nell'ambito del Registro delle Imprese, dello Sportello Unico Attività Produttive e agevolando l'uso di strumenti quali la posta elettronica certificata e la Business Key.

2b) Competitività e attrattività del territorio

Gli effetti della crisi hanno posto al centro dell'attenzione della politica pubblica la necessità di interventi mirati a rimuovere i problemi che vincolano la competitività delle imprese e rischiano di ampliare il gap non solo rispetto ai competitor internazionali, ma anche tra le diverse Regioni italiane. Ambiti prioritari di intervento riguardano la dotazione infrastrutturale e l'accesso al credito, elaborando modalità alternative per il finanziamento ed il sostegno delle attività dei Consorzi Fidi, la nascita e lo sviluppo di nuove imprese, l'attrattività del territorio e dei prodotti tipici di qualità, potenziando gli strumenti diretti a favorire la commercializzazione e la distribuzione anche attraverso l'uso del Marchio. Sempre più i finanziamenti dell'Unione europea costituiscono la più interessante opportunità di sostegno all'investimento delle imprese e degli Enti pubblici; appare necessario coordinare e potenziare le iniziative per fornire servizi di informazione ed assistenza alle PMI e agli Enti pubblici sui temi comunitari.

2c) Qualità del lavoro nelle imprese

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

Allegato alla delibera n. 1/3 del 25.01.2013

I rapidi cambiamenti che caratterizzano il mercato del lavoro assegnano un ruolo di primo piano alla qualità del lavoro: da un lato la qualificazione professionale rappresenta un fattore competitivo di rilevanza crescente per le imprese e, dall'altro, il sistema scolastico dovrebbe recepire i fabbisogni di professionalità delle imprese locali, in un orizzonte temporale di medio periodo. In questo ambito la Camera di Commercio deve rafforzare il proprio impegno in un vasto programma di diffusione della cultura di impresa, attraverso strumenti quali l'attivazione di tirocini formativi e stage, progetti di alternanza scuola-lavoro, ovvero avvicinando alle imprese le prospettive formative che possono scaturire dai corsi di laurea messi a disposizione dell'Università Telematica Universitas Mercatorum, creata dal sistema camerale proprio per favorire la formazione anche accademica di chi lavora. L'obiettivo è quello di connotarsi, tramite la propria Azienda Speciale CeFAS, quale connettore dei vari organismi formatori, sfruttando le opportunità offerte sul fronte della formazione dall'Unione Europea.

Indicatori di outcome e relativi target
Incremento del 20% del flusso turistico nelle strutture ricettive della provincia rispetto al dato dell'anno 2009;
Incremento del 40% del valore degli impieghi creditizi nella provincia rispetto al dato dell'anno 2009;
Incremento medio del 20% del fatturato delle imprese aderenti al Marchio Collettivo Tuscia Viterbese rispetto al dato dell'anno 2009;
Incremento del 10% del numero delle imprese che effettuano formazione e dei dipendenti che fruiscono della formazione

3) Rafforzare il posizionamento delle imprese della Tuscia sui mercati nazionali ed internazionali in raccordo con la tutela del made in Italy

L'attuale fase economica ha innalzato il livello della competizione su scala internazionale, rendendo prioritari gli interventi finalizzati a monitorare tempestivamente gli effetti dell'evoluzione economica sui modelli e sui livelli di sviluppo dei territori, a far cogliere al tessuto imprenditoriale le opportunità di business esistenti connesse con la promozione del Made in Italy nel mondo e a garantire la correttezza negli scambi.

Linee Programmatiche:

3a) Tutela e promozione delle imprese della Tuscia nel mondo

Per accelerare lo sviluppo delle imprese della Tuscia viterbese, in linea con quello targato "Made in Italy", occorre concentrare l'azione a favore delle aziende su alcuni obiettivi strategici: sostegno delle filiere e dei distretti produttivi, sviluppo di missioni e fiere sui mercati che presentano una maggiore potenzialità di crescita per le produzioni della Tuscia, posizionamento su piazze italiane di nicchia.

3b) Iniziative per la Regolazione del Mercato

Per dare maggiore fiducia al mercato va potenziato l'impegno della Camera di Commercio nello sviluppo dei modelli di giustizia civile alternativi (Conciliazione e Arbitrato) e nella definizione di contratti tipo per promuovere forme di controllo sulla presenza di clausole inique. Va rafforzata anche la funzione di vigilanza e controllo in materia di sicurezza dei prodotti, delle manifestazioni a premio, della metrologia legale, della raccolta degli usi.

3c) Valorizzazione e diffusione dell'informazione economica

L'attività di studio ed informazione è uno strumento fondamentale di programmazione economica, ma si va connotando sempre di più anche come servizio reale alle imprese, poiché la conoscenza è una risorsa strategica per la competitività aziendale: chi conosce il mercato e le

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

Allegato alla delibera n. 1/3 del 25.01.2013

opportunità che esso offre ha più chance per vincere le sfide e per delineare strategie di sviluppo. Occorre quindi valorizzare e diffondere il patrimonio informativo dell'Ente sensibilizzando Istituzioni, imprese e cittadini e contribuire così ad affermare il ruolo centrale dell'Ente camerale nell'orientare e promuovere lo sviluppo del territorio.

Indicatori di outcome e relativi target
Incremento del 20% dell'export relativamente alle imprese coinvolte nella vetrina del settore agroalimentare al 31.12.2009;
Incremento del 20% delle nuove imprese internazionalizzate rispetto a quelle iscritte nella vetrina al 31.12.2009;
Incremento del 10% delle quantità di prodotto certificato per ciascuna delle DOP esistenti rispetto al dato dell'anno 2009;
Incremento del 100% del numero delle Conciliazioni rispetto al dato dell'anno 2009;

4) Promuovere l'efficienza e la semplificazione dei processi interni

Le tipologie di intervento finalizzate al miglioramento dell'efficienza dell'Ente camerale possono ricondursi ai seguenti ambiti di attività: semplificazione amministrativa, innovazione, miglioramento e promozione dei servizi.

Linee Programmatiche:

4a) Politiche di e-government

Nell'ottica di rendere più efficaci ed efficienti i rapporti tra la Camera di Commercio e i propri interlocutori occorre potenziare le azioni dirette alla gestione di comunicazioni mirate a target differenziati e procedere ad una revisione dei siti camerali in modo di agevolarne la fruibilità e stimolare il dialogo.

4b) Automazione dei servizi

Sul fronte dell'efficienza e dell'economicità deve proseguire lo sforzo compiuto negli ultimi anni, diretto a semplificare i processi gestionali tramite la informatizzazione delle procedure e a dematerializzare i flussi documentali

4c) Valorizzazione professionale delle risorse umane

La politica del personale deve rispondere a criteri di flessibilità, modernità e professionalità; su tale fronte la strada da seguire è quella della valorizzazione ed ampliamento del patrimonio di competenze proprie delle risorse umane della Camera di Commercio mediante un programma di sviluppo organizzativo e professionale coerente con il fabbisogno e con gli standard qualitativi dell'offerta dei servizi che si intendono implementare ed erogare.

4d) Semplificazione ed innovazione dei processi interni

L'evoluzione normativa degli ultimi anni indirizza, in termini sempre più cogenti, le P.A. verso soluzioni organizzative e gestionali che siano funzionali alla riduzione della spesa pubblica. Tra queste assumono particolare rilevanza le modalità di gestione del "flow chart" e della conservazione dei documenti cartacei e le politiche di efficientamento energetico. Il fattore energia assume un ruolo chiave non solo in termini strettamente economici ma, più complessivamente, per la qualità della vita attuale e le prospettive future – gas serra e buco dell'ozono, cambiamenti climatici e lo impatto sul clima e, per conseguenza, sui fattori produttivi a partire dal settore primario.

Indicatori di outcome e relativi target
Riduzione del 10% di specifiche spese di funzionamento rispetto al dato dell'anno 2009: oneri per stampati e cancelleria, utenza telefonica, spese

postali.

3.5.DAGLI OBIETTIVI STRATEGICI AGLI OBIETTIVI OPERATIVI

Ogni obiettivo strategico stabilito nella fase precedente è articolato in obiettivi operativi per ciascuno dei quali sono definiti:

- L'obiettivo operativo, a cui si associano, rispettivamente, uno o più indicatori;
- Le azioni da porre in essere;
- La quantificazione delle risorse economiche;
- Le responsabilità organizzative.

Si riportano, di seguito, per ciascuna unità organizzativa le schede di programmazione relative all'anno 2013 strutturato in un quadro strategico e in un quadro operativo. Ad ogni scheda corrisponde una scheda analitica di misurazione e di valutazione che risulta nell'allegato tecnico sub A) al Piano.

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

Allegato alla delibera n. 1/3 del 25.01.2013

STAFF SEGRETARIO GENERALE: AFFARI GENERALI PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO		
QUADRO STRATEGICO	OBIETTIVO OPERATIVO	DESCRIZIONE
Rafforzamento del metodo della concertazione condivisa	Funzioni associate	Attuazione delle convenzioni inerenti lo svolgimento delle funzioni associate con altre Camere di Commercio, con il sistema regionale ed interregionale delle Camere di Commercio, e con il sistema nazionale
Competitività e attrattività del territorio	Promozione reti di impresa	Prosecuzione delle azioni volte a supportare e promuovere le reti di impresa quale strumento per avviare e/o consolidare rapporti di collaborazione e business tra le imprese anche attraverso la creazione di network interregionali e interprovinciali orientati prevalentemente all'internazionalizzazione e alla qualificazione del Made in Italy.
Competitività e attrattività del territorio	Sostegno ad iniziative di Enti ed organismi per la valorizzazione del territorio	Sostegno economico, anche in termini di compartecipazione diretta all'organizzazione delle iniziative promosse da soggetti terzi finalizzate alla valorizzazione del territorio utilizzando, in tutti i casi sia ritenuto opportuno, il Marchio Collettivo Tuscia Viterbese quale strumento di marketing territoriale per la promozione in modo coordinato e strategico del territorio, appunto, e dei prodotti.
Competitività e attrattività del territorio	Quote associative a strutture di promozione locale e nazionale	Gestione delle quote associative a strutture di promozione locale e nazionale
Competitività e attrattività del territorio	Promozione dell'agroalimentare: Valorizzazione dei prodotti tipici tramite la gestione diretta o indiretta di iniziative locali e nazionali	Valorizzazione dei prodotti tipici tramite la gestione diretta o indiretta di iniziative locali e nazionali.
Automazione dei servizi	Gestione automatizzata dei flussi documentali	Cura degli adempimenti connessi all'attuazione delle disposizioni del Codice dell'Amministrazione Digitale con riferimento al documento informatico e relativa fascicolazione. Promozione di strumenti di efficientamento nella gestione dei flussi documentali quali la raccomandata on line, l'uso della PEC quale strumento privilegiato di comunicazione con gli utenti pubblici e privati, la posta e la modulistica in formato elettronico per ogni tipo di comunicazione interna e di servizio.

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

Allegato alla delibera n. 1/3 del 25.01.2013

STAFF SEGRETARIO GENERALE: UFFICIO STAMPA		
QUADRO STRATEGICO	OBIETTIVO OPERATIVO	DESCRIZIONE
Competitività e attrattività del territorio	Coordinamento della Promozione delle feste del vino, Castagna e Olio	Definizione e promozione di una campagna di comunicazione unitaria relativa alle feste; raccordo operativo e gestione dei rapporti con i comuni. Assunzione di ogni iniziativa ritenuta opportuna per accentuare la funzione di coordinamento e di promozione.
Competitività e attrattività del territorio	Marchio Collettivo Tuscia viterbese: Premio giornalistico enogastronomia	L'iniziativa ha lo scopo di promuovere a livello nazionale l'informazione specialistica che lega enogastronomia e territorio. Rivolto a operatori della comunicazione, giornalisti, blogger, testate giornalistiche, programmi radiotelevisivi. Si possono prevedere due sezioni: nazionale e locale (ovvero dedicata alla Tuscia). Nel 2013 sarà prevista l'individuazione di un nome e di un marchio, predisposto un bando e insediata una giuria, realizzato un evento/convegno per la premiazione in cui sarà sviluppato il tema del giornalismo enogastronomico. All'interno del portale del Marchio Tuscia Viterbese sarà aperta una sezione che raccoglierà contributi e segnalazioni.
	Comunicazione	Gestione unitaria della comunicazione istituzionale

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

Allegato alla delibera n. 1/3 del 25.01.2013

STAFF SEGRETARIO GENERALE: INTERNAZIONALIZZAZIONE E MARKETING		
QUADRO STRATEGICO	OBIETTIVO OPERATIVO	DESCRIZIONE
Competitività e attrattività del territorio	Consolidamento del modello di sviluppo dell'offerta turistica integrata	Consolidamento delle azioni realizzate nel biennio precedente prevedendo in particolare una evoluzione del portale verso l'internazionalizzazione ed un rafforzamento del rapporto interattivo con le imprese. Realizzazione di laboratori e percorsi di formazione dedicati alle imprese in materia di marketing e pianificazione strategica. Integrazione con le iniziative inerenti la promozione del Marchio Collettivo Tuscia Viterbese. Attività di promozione dei soggetti aderenti al progetto in occasione di workshop, educational, tour e manifestazioni fieristiche, proposti o partecipati dall'Ente Camerale.
Competitività e attrattività del territorio	Partecipazione a manifestazioni e workshop locali e regionali di promozione turistica	Partecipazione alle seguenti manifestazioni locali: - BTSA; Buy Lazio; Visituscia.
Competitività e attrattività del territorio	Marchio Collettivo Tuscia viterbese: Organizzazione di eventi monotematici	Azioni atte a favorire la commercializzazione e distribuzione dei prodotti delle aziende licenziatricie anche attraverso specifiche iniziative di promozione. Raccordo con l'Azienda Speciale per il coordinamento delle attività di gestione del progetto di valorizzazione dei prodotti del Marchio Collettivo nella Dieta Mediterranea.
Tutela e promozione delle imprese della Tuscia nel mondo	Internazionalizzazione: Raccordo e promozione dei rapporti con Bruxelles	Prosecuzione delle azioni di raccordo dei rapporti con Bruxelles al fine di promuovere azioni finalizzate a sfruttare opportunità per lo sviluppo delle imprese viterbesi.
Tutela e promozione delle imprese della Tuscia nel mondo	Internazionalizzazione: Sportello specializzato Imprese Esportatrici ed iniziative di sistema.	Rafforzamento del ruolo dell'Ente Camerale, quale sportello specializzato per le imprese esportatrici e le imprese potenzialmente interessate ad operare sui mercati internazionali. Realizzazione di azioni di promozione internazionale anche in raccordo con le iniziative del sistema camerale: • Salone SIRHA (in collaborazione con Unioncamere Lazio) • Incoming Food • Incoming Olio • Incoming Vino • Incoming Turismo • Fiera Anuga • Fiera TTG • SUMMER FANCY FOOD (in collaborazione con Unioncamere Lazio) • BIG FIVE SHOW(in collaborazione con Unioncamere Lazio) • LAZIO DELICATESSEN (in collaborazione con Sviluppo Lazio) • Promozione Azerbaijan e/o Ucraina •

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

Allegato alla delibera n. 1/3 del 25.01.2013

		Revisione della vetrina delle imprese dedicata alla internazionalizzazione al fine di implementare il data base delle imprese esportatrici e potenzialmente esportatrici. Progettazione e organizzazione di percorsi formativi e di sensibilizzazione verso le imprese matricole e per un primo orientamento all'export. Gestione di un servizio di assistenza qualificato alle imprese esportatrici.
Tutela e promozione delle imprese della Tuscia nel mondo	Manifestazioni fieristiche nazionali	Gestione della presenza delle imprese a manifestazioni fieristiche nazionali: - Vinitaly di Verona - Moa Casa - Arti & Mestieri

AREA ANAGRAFICO CERTIFICATIVA		
QUADRO STRATEGICO	OBIETTIVO OPERATIVO	DESCRIZIONE
Innovazione e Semplificazione	Promuovere il registro delle imprese come strumento di semplificazione rafforzando la qualità del servizio di call center e la collaborazione con associazioni, ordini e collegi professionali.	Realizzazione di incontri formativi –informativi con ordini e collegi professionali per la condivisione di tematiche di comune interesse finalizzate alla realizzazione e semplificazione delle procedure. Raccordo con l'Azienda Speciale per quanto concerne il SUAP. Realizzazione di seminari dedicati all'aggiornamento e alla formazione di consulenti/professionisti ed associazioni sugli adempimenti amministrativi inerenti l'iscrizione, le modifiche e la cancellazione delle imprese.
Innovazione e Semplificazione	Call Center	Gestione del servizio di Call Center Registro delle imprese al fine di migliorare l'efficienza dei processi e la relazione con l'utenza.
Innovazione e Semplificazione	Semplificazione delle procedure interne, con particolare riferimento ai rapporti fra Albo Imprese Artigiane e Registro Imprese	Adeguamento dei processi nell'ottica della semplificazione delle procedure interne, con particolare riferimento ai rapporti fra Albo Imprese Artigiane e Registro Imprese, e dei procedimenti amministrativi esterni a beneficio delle imprese. Aggiornamento della guida agli adempimenti amministrativi all'albo imprese artigiane.

**CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO**

Allegato alla delibera n. 1/3 del 25.01.2013

AREA AMMINISTRATIVO CONTABILE STUDI E REGOLAZIONE DEL MERCATO		
QUADRO STRATEGICO	OBIETTIVO OPERATIVO	DESCRIZIONE
Semplificazione e Innovazione dei processi interni	Scarto e riordino d'archivio	Realizzazione scarto d'archivio al fine di razionalizzare i flussi documentali presenti all'interno dell'Ente e rimuovere i rischi da mancato adempimento norme sulla sicurezza nei luoghi di lavoro. Riordino dell'archivio fisico al fine di renderlo più funzionale alla consultazione.
Semplificazione e Innovazione dei processi interni	Promozione di politiche attive di risparmio energetico dell'Ente, in raccordo con il sistema camerale, sulla base di quanto previsto dal Patto dei Presidenti promosso da Unioncamere	Predisposizione in raccordo con il sistema camerale, di un piano di azione per l'energia sostenibile e nomina di un energy manager per l'attuazione del piano di azione.
Competitività e attrattività del territorio	Credito	Prosecuzione delle azioni a supporto del sistema creditizio tramite i attraverso il rifinanziamento delle linee di intervento individuate nella convenzione approvata e sottoscritta nel 2012
Competitività e attrattività del territorio	Erogazione di contributi per la certificazione di qualità, responsabilità sociale, qualità ambientale, piano di controllo di fabbrica FPC	Erogazione di contributi per la certificazione di qualità, responsabilità sociale, qualità ambientale, piano di controllo di fabbrica FPC
Qualità del lavoro nelle imprese	Imprenditoria femminile	Prosecuzione delle iniziative di formazione a favore delle donne imprenditrici avviate nell'anno 2012. Organizzazione di incontri destinati ad affrontare tematiche particolarmente interessanti per l'imprenditoria femminile. Gestione e monitoraggio di una pagina facebook che consenta la creazione di una rete comunicativa efficace tra le imprenditrici ed il comitato.
Tutela e promozione delle imprese della Toscana nel mondo	Internazionalizzazione: Richiesta On line certificati d'origine con consegna diretta in azienda	Attivazione in via sperimentale per le imprese del distretto industriale di Civita Castellana, di un servizio di richiesta on line dei certificati d'origine con consegna diretta in azienda.
Competitività e attrattività del territorio	Promozione dell'agroalimentare: Certificazioni agroalimentari di qualità	Gestione e supporto delle certificazioni agroalimentari di qualità anche attraverso la gestione di iniziative locali di valorizzazione
Valorizzazione e diffusione dell'informazione	Osservatorio Economico Provinciale	Rafforzamento delle analisi economiche e dell'Osservatorio in sinergia con le Associazioni di Categoria

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

Allegato alla delibera n. 1/3 del 25.01.2013

economica		
Politiche di e - government	Implementazione dei servizi camerali on line	Rafforzamento del sito istituzionale della Camera di Commercio quale strumento privilegiato di comunicazione e di interazione con l'utenza. A tal fine si favorisce l'accessibilità on line ai servizi camerali, anche attraverso l'utilizzazione della Posta Elettronica Certificata e la firma digitale, la pubblicazione di guide esaustive ed aggiornate agli adempimenti amministrativi, l'invio automatico di infonews ad utenti registrati.
Competitività e attrattività del territorio	Marchio Collettivo Tuscia viterbese: Rinnovo Marchio Collettivo	Rinnovo Marchio Collettivo Internazionale nei Paesi: Bulgaria, Svizzera, Cina, Federazione Russa, Giappone, Corea del Sud, U.S.A. .
Iniziative per la regolazione del mercato	Conciliazione Arbitrato e tutela della proprietà industriale	Promozione della conciliazione quale strumento di risoluzione alternativa delle controversie. Rafforzamento delle azioni di supporto rivolte in modo particolare alle imprese innovative, in materia di tutela della proprietà industriale, attraverso la riqualificazione dei servizi informativi, la diffusione della cultura della tutela della proprietà industriale, e servizi di consulenza specialistica.

AZIENDA SPECIALE CE.F.A.S.		
QUADRO STRATEGICO	OBIETTIVO OPERATIVO	DESCRIZIONE
Innovazione e Semplificazione	Sportello Unico Attività Produttive	Messa a punto di azioni dirette alla omogeneizzazione e semplificazione delle procedure degli Sportelli Unici Attività Produttive anche attraverso la diffusione di modelli e strumenti informatici. Rafforzamento del ruolo del PSUT quale potenziale strumento di marketing territoriale per l'intera Tuscia Viterbese sotto tre differenti accezioni: promozione del territorio, finalizzazione delle politiche territoriali ed urbane, riorganizzazione delle procedure amministrative nella direzione di una maggiore attenzione ai <i>clienti</i> del prodotto <i>sistema locale</i> .
Competitività e attrattività del territorio	Innovazione e trasferimento tecnologico	Agevolare il processo di comunicazione/diffusione delle tematiche afferenti l'innovazione anche attraverso l'attività a sportello e la risposta a specifici quesiti su probabili linee di finanza agevolata. Prosecuzione dell'attività informativa operata dallo sportello EEN. Supporto e valorizzazione delle filiere del nocciolo e castagno e prosecuzione della pubblicazione tecnico scientifica Corylus & Co.
Competitività e attrattività del territorio	Progetto Tuscia Sostenibile	Rafforzamento del ruolo della Camera di Commercio come soggetto in grado di assistere le imprese nello sviluppo di comportamenti sostenibili ed innovativi, facilitando l'aggregazione delle piccole imprese operanti in specifiche filiere produttive, su progetti di interesse comune. Il raggiungimento di tali obiettivi generali si realizzerà attraverso il rafforzamento dello sportello "Tuscia Sostenibile" al fine di offrire ad imprese, cittadini e P.A. servizi di informazione, assistenza e consulenza specifica sui temi legati alla sostenibilità ambientale delle attività

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

Allegato alla delibera n. 1/3 del 25.01.2013

		produttive e sulle opportunità e i vantaggi che offre la green economy, concorrendo alla diffusione dei temi della responsabilità sociale.
Qualità del lavoro nelle imprese	Orientamento Alternanza Scuola Lavoro e Formazione	Accompagnare il passaggio dei giovani al lavoro (dipendente e indipendente), dando impulso a iniziative volte a diminuire il divario tra sistemi formativi e lavoro, puntando a ridurre, in prospettiva, l'attuale "mismatching" e a favorire l'occupabilità dei giovani, anche promuovendo una nuova imprenditorialità; Rafforzare e/o costruire reti territoriali di partenariato forti e aperti a tutti gli attori locali, destinati a favorire la sperimentazione, il trasferimento e la diffusione dei servizi formativi e orientativi; Contribuire alla diffusione del nuovo canale dell'Istruzione Tecnica Superiore anche attraverso la proposta di nuovi specifici percorsi, curricula e profili formativi, da inserire nell'offerta formativa degli ITS, partecipando alla governance delle fondazioni ITS; Sperimentare modelli e percorsi in alternanza, incentrati sui tirocini formativi e di orientamento al lavoro con particolare riguardo per le professioni tecnico-scientifiche e quelle specializzate nei processi d'internazionalizzazione.
Qualità del lavoro nelle imprese	Sostegno e Promozione di Impresa	Azioni concrete di supporto per la creazione e lo sviluppo delle nuove e giovani imprese e per la crescita e consolidamento di quelle "mature". Il processo si svilupperà, in continuità rispetto a quanto già attuato negli anni precedenti, attraverso la gestione di uno sportello di prima informazione e orientamento a cui affiancare una più specifica attività di assistenza e tutoraggio personalizzate (incontri one to one) e di incontri seminariali su tematiche strettamente connesse alla creazione e gestione d'impresa, con sessioni dedicate in particolare allo sviluppo delle competenze commerciali e all'accesso a innovative formule di credito. Nel corso dell'annualità, parte delle aziende tutorate da più di 2 anni, entreranno nella fase di monitoraggio tesa a mantenere i rapporti con la struttura consulenziale al fine di valutare le dinamiche dell'attività imprenditoriale suggerendo alla stessa, se necessario, gli idonei correttivi.
Competitività e attrattività del territorio	Marchio Collettivo Tuscia Viterbese	Valorizzazione dei prodotti certificati con il Marchio Collettivo Tuscia Viterbese, anche attraverso il loro inserimento nella Dieta Mediterranea coinvolgendo in particolare gli esercizi di ristorazione e di vendita puntando nel contempo ad una promozione mirata sia nella provincia di Viterbo che sul mercato di Roma. Integrazione delle iniziative promozionali dei prodotti tipici con le attività connesse all'attrattività turistica. Attività di formazione nei confronti dei licenziatari finalizzati all'incremento qualitativo dei propri standard produttivi e di servizio, da integrare alla sensibilizzazione rivolta ad aziende del settore della ristorazione e dell'agriturismo relativamente all'impiego dei prodotti a marchio collettivo e delle ricette tradizionali locali. Adozione disciplinare dei prodotti biologici. Azioni tese a garantire il pieno rispetto dei disciplinari approvati e relativa fase di controllo.

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

Allegato alla delibera n. 1/3 del 25.01.2013

3.6 Obiettivi assegnati al personale Dirigenziale

Al Segretario Generale e ai Dirigenti è assegnata la gestione dei programmi delineati nel quadro programmatico relativamente all'area di competenza.

In particolare al Dirigente dell'Area Anagrafico Certificativa è assegnata la gestione dei progetti facenti capo alle seguenti strutture: Registro delle Imprese e Artigianato.

Al Dirigente dell'Area Amministrativo Contabili Studi e Regolazione del Mercato è assegnata la gestione dei progetti facenti capo alle seguenti strutture: Bilancio e Gestione del Personale, Statistica, URP Servizi Finanziari e Qualità, Regolazione del Mercato.

Al Segretario Generale è assegnata la gestione dei progetti facenti capo alle seguenti strutture di staff: Affari Generali Programmazione e Controllo, Internazionalizzazione e Marketing, Ufficio Stampa.

La gestione di tali progetti si sviluppa gerarchicamente e si articola in obiettivi assegnati ai responsabili dei servizi e delle strutture di staff e, a cascata, a tutto il personale secondo la metodologia prevista dal sistema permanente di valutazione.

Oltre alla gestione dei progetti strategici, **al Segretario Generale** Francesco Monzillo sono assegnati i seguenti obiettivi per l'anno 2013:

OBIETTIVI DI PROGRAMMAZIONE

Promozione, nell'ambito della struttura camerale, della cultura dell'orientamento ai risultati e della responsabilizzazione al loro conseguimento.

TARGET 2013	PESO
1) Coordinamento delle attività di monitoraggio trimestrale del grado di rispondenza dell'azione amministrativa agli obiettivi e al budget direzionale; analisi del budget economico, messa in atto di interventi correttivi, se necessari, non oltre il mese di luglio;	15%
2) Predisposizione, con il supporto dell'Organismo Indipendente di valutazione e dell'unità addetta allo Staff di Programmazione e controllo, di indicatori e di attività propedeutici alla valutazione strategica e presentazione dei risultati in Giunta;	15%

OBIETTIVI DI GESTIONE

Promozione di politiche di gestione finalizzate al miglioramento del benessere organizzativo interno e del grado di soddisfazione dell'utenza .

TARGET 2013	PESO
1) Realizzazione di indagini volte a rilevare il benessere organizzativo, il grado di condivisione del sistema di valutazione e la valutazione dei propri superiori	20%
2) Realizzazione di indagini di customer satisfaction finalizzate alla misurazione del gradimento dei servizi offerti dalla Camera di Commercio per trarne spunti utili al miglioramento.	25%

OBIETTIVI DI RELAZIONE E COORDINAMENTO

Favorire la circolazione delle informazioni all'interno della struttura, creare reti relazionali

Razionalizzare e semplificare le procedure operative ai fini del miglioramento dell'efficienza e dell'efficacia dell'azione amministrativa

Target 2013	PESO
1) Adozione procedure utili alla dematerializzazione dei flussi documentali finalizzata alla riduzione degli oneri di consumo anche attraverso l'ampliamento della digitalizzazione dei provvedimenti amministrativi, l'incremento dell'uso della posta elettronica ordinaria e certificata e l'implementazione dei servizi camerali on line.	25%

Oltre alla gestione dei progetti strategici sono assegnati al **Dirigente dell'Area Anagrafico-Certificativa Dr. Marco Faregna** i seguenti obiettivi:

- Riduzione dei tempi medi di evasione delle pratiche;
- Attività inerente la procedura di cancellazione d'ufficio ai sensi del DPR 247/2004 e dell'art. 2190 Codice Civile;
- Analisi di fattibilità ed implementazione, nell'ambito delle attività gestite, di nuovi servizi on line con costante aggiornamento e revisione di modelli e guide operative.
- Integrazione modalità digitali per la gestione dei provvedimenti amministrativi attualmente non gestiti con l'applicativo E'go
- Collaborazione nella gestione del progetto di scarto e riordino di archivio per la parte inerente il Registro delle Imprese e l'Albo Imprese Artigiane.

Oltre alla gestione dei progetti strategici sono assegnati al **Dirigente dell'Area Amministrativo Contabile Studi e Regolazione del Mercato Dott.ssa Federica Ghitarrari** i seguenti obiettivi:

- Analisi di fattibilità ed implementazione, nell'ambito delle attività gestite, di nuovi servizi on line con costante aggiornamento e revisione di modelli e guide operative;
- Integrazione modalità digitali per la gestione dei provvedimenti amministrativi attualmente non gestiti con l'applicativo E'go;
- Coordinamento e supervisione attività inerenti lo scarto e il riordino di archivio;
- Cura degli adempimenti connessi all'attività espletata dall'Ente come Autorità Pubblica di Controllo.

4. IL PROCESSO SEGUITO E LE AZIONI DI MIGLIORAMENTO DEL CICLO DI GESTIONE DELLE PERFORMANCE

4.1 Sintesi del processo seguito e soggetti coinvolti

Fase del Processo	Soggetti coinvolti	Ore/uomo dedicate alle fasi	Arco temporale (mesi)
Definizione dell'identità dell'organizzazione	2	6	1
Analisi del contesto interno ed esterno	5	9	1
Definizione degli obiettivi strategici e delle strategie	10	3	2
Definizione degli obiettivi e dei piani operativi	8	6	2
Comunicazione del piano all'interno e all'esterno	2	6	1

4.2 Coerenza con la programmazione economico-finanziaria e di bilancio

Il collegamento e l'integrazione tra la pianificazione della performance e la programmazione economico-finanziaria e di bilancio è assicurato dall'espletamento delle seguenti attività:

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

Allegato alla delibera n. 1/3 del 25.01.2013

- Assegnazione al responsabile della attività di Programmazione e di Controllo all'interno dell'Ente e al responsabile del servizio Bilancio e gestione del Personale di curare, a partire dal mese di luglio, il coordinamento e la raccolta dei dati presso i servizi camerali e le strutture di staff propedeutici alla costruzione del preventivo economico e dei programmi operativi oggetto della Relazione Previsionale e programmatica;
- Confronto dei dati raccolti e raccordo con l'organo politico al fine della identificazione delle strategie da attuare;
- Definizione dei programmi sulla base dell'analisi del contesto esterno, del contesto interno e dell'andamento gestionale dell'anno in corso sia in termini economici (redazione del pre-consuntivo), sia in termini di performance con riferimento alla verifica infrannuale del grado di conseguimento degli obiettivi e dello stato delle attività.

ALLEGATO A) DELIBERA AL PIANO DELLA PERFORMANCE ANNO 2013

PROGETTI GESTITI DALLA CAMERA DI COMMERCIO

CODICE PROGETTO	PROGETTO	SERVIZIO/STAFF	DESCRIZIONE	OBIETTIVI ATTESI/ TARGET DI RISULTATO	BUDGET DI PROGETTO
1A1a	Funzioni associate	Staff Segretario Generale/Affari generali Programmazione e Controllo	Attuazione delle convenzioni inerenti lo svolgimento delle funzioni associate con altre Camere di Commercio, con il sistema regionale ed interregionale delle Camere di Commercio, e con il sistema nazionale	Riduzione dei costi di formazione del personale camerale nella misura del 20% rispetto al dato dell'anno 2012	L'iniziativa non comporta oneri a valere sugli interventi economici
2A2-1	Promuovere il registro delle imprese come strumento di semplificazione rafforzando la qualità del servizio di call center e la collaborazione con associazioni, ordini e collegi professionali.	Area Anagrafico Certificativa/Registro delle Imprese	Realizzazione di incontri formativi –informativi con ordini e collegi professionali per la condivisione di tematiche di comune interesse finalizzate alla realizzazione e semplificazione delle procedure. Raccordo con l'Azienda Speciale per quanto concerne il SUAP. Realizzazione di seminari dedicati all'aggiornamento e alla formazione di consulenti/professionisti ed associazioni sugli adempimenti amministrativi inerenti l'iscrizione, le modifiche e la cancellazione delle imprese.	Riduzione del 15% del numero di pratiche sospese rispetto all'anno 2012 (al netto dei bilanci di esercizio)	€ 5.000,00
2A2-2	Call Center	Area Anagrafico Certificativa/Registro delle Imprese	Gestione del servizio di Call Center Registro delle imprese al fine di migliorare l'efficienza dei processi e la relazione con l'utenza.	Realizzazione di almeno 2 indagini di customer satisfaction aventi ad oggetto il servizio di call center e messa a punto di eventuali azioni correttive.	€ 40.000,00
2A3	Semplificazione delle procedure interne, con particolare riferimento ai rapporti fra Albo Imprese Artigiane e Registro Imprese	Area Anagrafico Certificativa/Albo Imprese Artigiane	Adeguamento dei processi nell'ottica della semplificazione delle procedure interne, con particolare riferimento ai rapporti fra Albo Imprese Artigiane e Registro Imprese, e dei procedimenti amministrativi esterni a beneficio delle imprese. Aggiornamento della guida agli adempimenti amministrativi all'albo imprese artigiane.	- Realizzazione di una guida aggiornata degli adempimenti amministrativi all'albo delle imprese artigiane - Adozione di	€ 2.500,00

				strumenti di semplificazione dei procedimenti amministrativi a beneficio delle imprese	
2B1a	Consolidamento del modello di sviluppo dell'offerta turistica integrata	Staff Segretario Generale/Internazionalizzazione e Marketing	Consolidamento delle azioni realizzate nel biennio precedente prevedendo in particolare una evoluzione del portale verso l'internazionalizzazione ed un rafforzamento del rapporto interattivo con le imprese. Realizzazione di laboratori e percorsi di formazione dedicati alle imprese in materia di marketing e pianificazione strategica. Integrazione con le iniziative inerenti la promozione del Marchio Collettivo Tuscia Viterbese. Attività di promozione dei soggetti aderenti al progetto in occasione di workshop, educational, tour e manifestazioni fieristiche, proposti o partecipati dall'Ente Camerale.	- Incremento del 20% degli accessi al portale Welcome in Tuscia - Realizzazione di una indagine di customer satisfaction per valutare l'impatto dell'adesione al progetto	€ 55.000
2B1b	Partecipazione a manifestazioni e workshop locali e regionali di promozione turistica	Staff Segretario Generale/Internazionalizzazione e Marketing	Partecipazione alle seguenti manifestazioni locali: - BTSA; Buy Lazio; Visituscia.	1. Incremento del 10% del numero delle imprese complessivamente coinvolte nelle iniziative rispetto al dato dell'anno 2012. 2. Acquisizione da parte degli Enti organizzatori di una reportistica dettagliata sull'esito dell'iniziativa in termini di presenze, gradimento, contatti.	€ 50.000,00
2B1c	Coordinamento della Promozione delle feste del vino, Castagna e Olio	Staff Segretario Generale/Ufficio Stampa	Definizione e promozione di una campagna di comunicazione unitaria relativa alle feste; raccordo operativo e gestione dei rapporti con i comuni. Assunzione di ogni iniziativa ritenuta opportuna per accentuare la funzione di coordinamento e di promozione.	Indagine sul numero e provenienza delle presenze turistiche registrate durante gli eventi nei comuni ammessi al coordinamento.	€ 60.000,00

2B2a	Promozione reti di impresa	Staff Segretario Generale/Affari generali Programmazione e Controllo	Prosecuzione delle azioni volte a supportare e promuovere le reti di impresa quale strumento per avviare e/o consolidare rapporti di collaborazione e business tra le imprese anche attraverso la creazione di network interregionali e interprovinciali orientati prevalentemente all'internazionalizzazione e alla qualificazione del Made in Italy.	Realizzazione di almeno n. 2 contratti di rete.	€ 6.000,00
2B3a	Credito	Area Amministrativo Contabile e Studi e Regolazione del Mercato	Prosecuzione delle azioni a supporto del sistema creditizio tramite i attraverso il rifinanziamento delle linee di intervento individuate nella convenzione approvata e sottoscritta nel 2012	Monitoraggio semestrale gestione fondi Confidi	€ 250.000,00
2B4b	Erogazione di contributi per la certificazione di qualità, responsabilità sociale, qualità ambientale, piano di controllo di fabbrica FPC	Area Amministrativo Contabile e Studi e Regolazione del Mercato	Erogazione di contributi per la certificazione di qualità, responsabilità sociale, qualità ambientale, piano di controllo di fabbrica FPC	Riduzione dei tempi medi del procedimento nell'ordine del 10% rispetto al dato dell'anno 2012, al fine di ottimizzare i termini di pagamento a favore dei beneficiari.	€ 180.000,00
2B5a-1	Marchio Collettivo Tuscia viterbese: Organizzazione di eventi monotematici	Staff Segretario Generale/Internazionalizzazione e Marketing	Azioni atte a favorire la commercializzazione e distribuzione dei prodotti delle aziende licenziatricie anche attraverso specifiche iniziative di promozione. Raccordo con l'Azienda Speciale per il coordinamento delle attività di gestione del progetto di valorizzazione dei prodotti del Marchio Collettivo nella Dieta Mediterranea.	Realizzazione degli eventi promozionali	€ 28.930,00
2B5a-3	Marchio Collettivo Tuscia viterbese: Premio giornalistico enogastronomia	Staff Segretario Generale/Ufficio Stampa	L'iniziativa ha lo scopo di promuovere a livello nazionale l'informazione specialistica che lega enogastronomia e territorio. Rivolto a operatori della comunicazione, giornalisti, blogger, testate giornalistiche, programmi radiotelevisivi. Si possono prevedere due sezioni: nazionale e locale (ovvero dedicata alla Tuscia). Nel 2013 sarà prevista l'individuazione di un nome e di un marchio, predisposto un bando e insediata una giuria, realizzato un evento/convegno per la premiazione in cui sarà sviluppato il tema del giornalismo enogastronomico. All'interno del portale del Marchio Tuscia Viterbese sarà aperta una sezione che raccoglierà contributi e segnalazioni.	Realizzazione di un premio giornalistico sull'enogastronomia	€ 6.000,00

2B5a-4	Marchio Collettivo Tuscia viterbese: Rinnovo Marchio Collettivo	Area Amministrativo Contabile e Studi e Regolazione del Mercato	Rinnovo Marchio Collettivo Internazionale nei Paesi: Bulgaria, Svizzera, Cina, Federazione Russa, Giappone, Corea del Sud, U.S.A. .	• Rinnovo Marchio Collettivo	€ 7.000,00
2B6a-1	Sostegno ad iniziative di Enti ed organismi per la valorizzazione del territorio	Staff Segretario Generale/Affari Generali Programmazione e Controllo	Sostegno economico, anche in termini di compartecipazione diretta all'organizzazione delle iniziative promosse da soggetti terzi finalizzate alla valorizzazione del territorio utilizzando, in tutti i casi sia ritenuto opportuno, il Marchio Collettivo Tuscia Viterbese quale strumento di marketing territoriale per la promozione in modo coordinato e strategico del territorio, appunto, e dei prodotti.	Gestione delle richieste di contributo pervenute e attività di organizzazione diretta di alcune fasi in caso di attivazione di forme di compartecipazione.	€ 85.000,00
2B6a-2	Quote associative a strutture di promozione locale e nazionale	Staff Segretario Generale/Affari Generali Programmazione e Controllo	Gestione delle quote associative a strutture di promozione locale e nazionale	Gestione e liquidazione delle quote associative a strutture di promozione locale e nazionale	€ 40.500,00
2C3a	Imprenditoria femminile	Area Amministrativo Contabile Studi e Regolazione del Mercato	Prosecuzione delle iniziative di formazione a favore delle donne imprenditrici avviate nell'anno 2012. Organizzazione di incontri destinati ad affrontare tematiche particolarmente interessanti per l'imprenditoria femminile. Gestione e monitoraggio di una pagina facebook che consenta la creazione di una rete comunicativa efficace tra le imprenditrici ed il comitato.	1. Gestione e Monitoraggio pagina facebook; 2. Realizzazione di almeno 2 incontri di approfondimento tematiche di interesse dell'imprenditori a femminile; 3. Realizzazione di almeno 2 corsi di formazione.	€ 10.000,00
3A1a	Internazionalizzazione : Raccordo e promozione dei rapporti con Bruxelles	Staff Segretario Generale/Internazionalizz azione e Marketing	Prosecuzione delle azioni di raccordo dei rapporti con Bruxelles al fine di promuovere azioni finalizzate a sfruttare opportunità per lo sviluppo delle imprese viterbesi.	Presentazione di almeno 2 progetti all'Unione Europea	€ 27.000,00
3A1b-1	Internazionalizzazione : Sportello specializzato Imprese Esportatrici ed iniziative di sistema.	Staff Segretario Generale/Internazionalizz azione e Marketing	Rafforzamento del ruolo dell'Ente Camerale, quale sportello specializzato per le imprese esportatrici e le imprese potenzialmente interessate ad operare sui mercati internazionali. Realizzazione di azioni di promozione internazionale anche	1. Coinvolgimento di almeno 20 imprese matricole, di cui almeno il 20%	€ 93.000,00

			in raccordo con le iniziative del sistema camerale: • <i>Salone SIRHA (in collaborazione con Unioncamere Lazio)</i> • <i>Incoming Food</i> • <i>Incoming Olio</i> • <i>Incoming Vino</i> • <i>Incoming Turismo</i> • <i>Fiera Anuga</i> • <i>Fiera TTG</i> • <i>SUMMER FANCY FOOD (in collaborazione con Unioncamere Lazio)</i> • <i>BIG FIVE SHOW(in collaborazione con Unioncamere Lazio)</i> • <i>LAZIO DELICATESSEN (in collaborazione con Sviluppo Lazio)</i> • <i>Promozione Azerbaijan e/o Ucraina</i> Revisione della vetrina delle imprese dedicata alla internazionalizzazione al fine di implementare il data base delle imprese esportatrici e potenzialmente esportatrici. Progettazione e organizzazione di percorsi formativi e di sensibilizzazione verso le imprese matricole e per un primo orientamento all'export. Gestione di un servizio di assistenza qualificato alle imprese esportatrici.	partecipanti alle iniziative promozionali; 2. Indagine conoscitiva sulla variazione del valore dell'export intercorsa tra il 2009 ed il 2012 nel settore agroalimentare in vetrina	
--	--	--	--	--	--

3A1b-2	Internazionalizzazione : Richiesta On line certificati d'origine con consegna diretta in azienda	Area Amministrativo Contabili Studi e Regolazione del Mercato	Attivazione in via sperimentale per le imprese del distretto industriale di Civita Castellana, di un servizio di richiesta on line dei certificati d'origine con consegna diretta in azienda.	Monitoraggio numero richieste e tempi di evasione	€ 8.000,00
3A2a	Promozione dell'agroalimentare: Certificazioni agroalimentari di qualità	Area Amministrativo Contabili Studi e Regolazione del Mercato	Gestione e supporto delle certificazioni agroalimentari di qualità anche attraverso la gestione di iniziative locali di valorizzazione	Realizzazione dei controlli sulle certificazioni agroalimentari di qualità in conformità a quanto previsto dai Piani di controllo	€ 3.000,00
3A2-b	Promozione dell'agroalimentare: Valorizzazione dei prodotti tipici tramite la gestione diretta o indiretta di iniziative locali e nazionali	Staff Segretario Generale/Affari Generali Programmazione e Controllo	Valorizzazione dei prodotti tipici tramite la gestione diretta o indiretta di iniziative locali e nazionali.	Gestione delle richieste di contributo pervenute e attività di organizzazione diretta di alcune fasi in caso di attivazione di forme di compartecipazione	€ 15.000,00
3A3a	Manifestazioni fieristiche nazionali	Staff Segretario Generale/Internazionalizzazione e Marketing	Gestione della presenza delle imprese a manifestazioni fieristiche nazionali: - Vinitaly di Verona - Moa Casa - Arti & Mestieri	Realizzazione assistenza e raccordo tra imprese e buyer	€ 160.000,00
3B1a	Conciliazione Arbitrato e tutela della proprietà industriale	Area Amministrativo Contabile Studi e Regolazione del Mercato	Promozione della conciliazione quale strumento di risoluzione alternativa delle controversie. Rafforzamento delle azioni di supporto rivolte in modo particolare alle imprese innovative, in materia di tutela della proprietà industriale, attraverso la riqualificazione dei servizi informativi, la diffusione della cultura della tutela della proprietà industriale, e servizi di consulenza specialistica.	• Realizzazione di una guida al deposito di marchi e brevetti per la promozione della tutela della P.I. • N. imprenditori/professionisti formati: 20 • Incremento del 20% numero contatti delle imprese allo sportello •	€ 15.000,00

3C1a	Osservatorio Economico Provinciale	Area Amministrativo contabile Studi e Regolazione del Mercato	Rafforzamento delle analisi economiche e dell'Osservatorio in sinergia con le Associazioni di Categoria	Realizzazione Polos Realizzazione di una sezione dedicata sul sito camerale alle pubblicazioni ed indagini statistiche	€ 45.000,00
4A1a	Implementazione dei servizi camerali on line	Area Amministrativo contabile Studi e Regolazione del Mercato	Rafforzamento dei sito istituzionale della Camera di Commercio quale strumento privilegiato di comunicazione e di interazione con l'utenza. A tal fine si favorisce l'accessibilità on line ai servizi camerali, anche attraverso l'utilizzazione della Posta Elettronica Certificata e la firma digitale, la pubblicazione di guide esaustive ed aggiornate agli adempimenti amministrativi, l'invio automatico di infonews ad utenti registrati.	• Aggiornamento della modulistica in formato PDF compilabile • Implementazione dei servizi on line... • Aggiornamento delle guide agli adempimenti amministrativi	€ 2.000,00
4B1a	Gestione automatizzata dei flussi documentali	Staff Segretario Generale/Affari generali Programmazione e Controllo	Cura degli adempimenti connessi all'attuazione delle disposizioni del Codice dell'Amministrazione Digitale con riferimento al documento informatico e relativa fascicolazione. Promozione di strumenti di efficientamento nella gestione dei flussi documentali quali la raccomandata on line, l'uso della PEC quale strumento privilegiato di comunicazione con gli utenti pubblici e privati, la posta e la modulistica in formato elettronico per ogni tipo di comunicazione interna e di servizio.	• Riduzione numero spedizioni posta prioritaria e raccomandate nell'ordine percentuale medio del 50% rispetto al dato dell'anno 2012 • Riduzione spese di consumo per carta nell'ordine del 10% rispetto al dato dell'anno 2012.	Gli oneri progettuali non gravano sul conto inerente gli interventi economici ma sul conto inerente gli oneri di informatizzazione
4D1a	Scarto e riordino d'archivio	Area Amministrativo Contabile Studi e Regolazione del Mercato	Realizzazione scarto d'archivio al fine di razionalizzare i flussi documentali presenti all'interno dell'Ente e rimuovere i rischi da mancato adempimento norme sulla sicurezza nei luoghi di lavoro. Riordino dell'archivio fisico al fine di renderlo più funzionale alla consultazione.	• Scarto d'archivio • Avvio riordino spazi d'archivio	€ 8.000

4D2a	Promozione di politiche attive di risparmio energetico dell'Ente, in raccordo con il sistema camerale, sulla base di quanto previsto dal Patto dei Presidenti promosso da Unioncamere	Area Amministrativo Contabile Studi e Regolazione del Mercato	Predisposizione in raccordo con il sistema camerale, di un piano di azione per l'energia sostenibile e nomina di un energy manager per l'attuazione del piano di azione.	Predisposizione del piano di risparmio energetico	€ 7.000
S1-1	Comunicazione	Staff Segretario Generale/Ufficio Stampa	Gestione unitaria della comunicazione istituzionale	Uso coordinato ed unitario del materiale divulgativo e dei siti web. Mantenimento della presenza dell'Ente sulla stampa quotidiana/specialistica di maggiore interesse per le attività e gli obiettivi della CCIAA.	€ 28.000,00

PROGETTI GESTITI DALL' AZIENDA SPECIALE				
CODICE PROGETTO	PROGETTO	DESCRIZIONE	OBIETTIVI ATTESI/ TARGET DI RISULTATO	BUDGET DI PROGETTO
2A1-a	Sportello Unico Attività Produttive	Messa a punto di azioni dirette alla omogeneizzazione e semplificazione delle procedure degli Sportelli Unici Attività Produttive anche attraverso la diffusione di modelli e strumenti informatici. Rafforzamento del ruolo del PSUT quale potenziale strumento di marketing territoriale per l'intera Tuscia Viterbese sotto tre differenti accezioni: promozione del territorio, finalizzazione delle politiche territoriali ed urbane, riorganizzazione delle procedure amministrative nella direzione di una maggiore attenzione ai <i>clienti</i> del prodotto <i>sistema locale</i> .	- realizzazione di 6 seminari/incontri gruppi di lavoro; - estensione di un'unica piattaforma informatica per la gestione telematica delle pratiche SUAP almeno al 20% dei comuni accreditati.	€ 65.000
2B4a1	Innovazione e trasferimento tecnologico	Agevolare il processo di comunicazione/diffusione delle tematiche afferenti l'innovazione anche attraverso l'attività a sportello e la risposta a specifici quesiti su probabili linee di finanza agevolata. Prosecuzione dell'attività informativa operata dallo sportello EEN. Supporto e valorizzazione delle	- Prosecuzione di attività informative e di primo orientamento sulle opportunità di accesso a forme di finanza agevolata assistendo a sportello almeno 50 tra imprenditori e futuri imprenditori. - Creazione di una sezione dedicata ed interattiva sul sito internet dell'Azienda Speciale. - Acquisizione e pubblicazione di almeno n. 10 articoli tecnico scientifici per la rivista semestrale Corylus & Co.	€ 55.000

		filiere del nocciolo e castagno e prosecuzione della pubblicazione tecnico scientifica Corylus & Co.		
2B4a2	Progetto Tuscia Sostenibile	Rafforzamento del ruolo della Camera di Commercio come soggetto in grado di assistere le imprese nello sviluppo di comportamenti sostenibili ed innovativi, facilitando l'aggregazione delle piccole imprese operanti in specifiche filiere produttive, su progetti di interesse comune. Il raggiungimento di tali obiettivi generali si realizzerà attraverso il rafforzamento dello sportello "Tuscia Sostenibile" al fine di offrire ad imprese, cittadini e P.A. servizi di informazione, assistenza e consulenza specifica sui temi legati alla sostenibilità ambientale delle attività produttive e sulle opportunità e i vantaggi che offre la green economy, concorrendo alla diffusione dei temi della responsabilità sociale.	1. Coinvolgimento di almeno 40 utenti anche attraverso il proseguimento delle attività dello Sportello Green Economy; 2. Prosecuzione di attività informative e di primo orientamento sulle opportunità di accesso a forme di finanza agevolata assistendo a sportello almeno 50 tra imprenditori e futuri imprenditori. 3. Realizzazione e somministrazione ad un campione rappresentativo di almeno il 50% delle imprese coinvolte di questionari sul tema del fabbisogno energetico, sul livello tecnologico degli impianti utilizzati, sugli scarti di produzione e su altri elementi relativi alla sostenibilità ambientale	€ 63.950
2B5a2	Marchio Collettivo Tuscia Viterbese	Valorizzazione dei prodotti certificati con il Marchio Collettivo Tuscia Viterbese, anche attraverso il loro	1. Incremento del 10% delle imprese aderenti al marchio collettivo Tuscia Viterbese. 2. Verificare almeno il 40% delle imprese licenziatarie più tutte quelle nuove.	€ 87.120

		inserimento nella Dieta Mediterranea coinvolgendo in particolare gli esercizi di ristorazione e di vendita puntando nel contempo ad una promozione mirata sia nella provincia di Viterbo che sul mercato di Roma. Integrazione delle iniziative promozionali dei prodotti tipici con le attività connesse all'attrattività turistica. Attività di formazione nei confronti dei licenziatari finalizzati all'incremento qualitativo dei propri standard produttivi e di servizio, da integrare alla sensibilizzazione rivolta ad aziende del settore della ristorazione e dell'agriturismo relativamente all'impiego dei prodotti a marchio collettivo e delle ricette tradizionali locali. Adozione disciplinare dei prodotti biologici. Azioni tese a garantire il pieno rispetto dei disciplinari approvati e relativa fase di controllo.		
2C1a	Orientamento Alternanza Scuola Lavoro	Accompagnare il passaggio dei giovani al lavoro (dipendente e indipendente), dando impulso a	Realizzazione di almeno 6 incontri di orientamento, divulgazione e formazione per target omogenei di studenti su	€ 20.000

	e Formazione	iniziative volte a diminuire il divario tra sistemi formativi e lavoro, puntando a ridurre, in prospettiva, l'attuale "mismatching" e a favorire l'occupabilità dei giovani, anche promuovendo una nuova imprenditorialità; Rafforzare e/o costruire reti territoriali di partenariato forti e aperti a tutti gli attori locali, destinati a favorire la sperimentazione, il trasferimento e la diffusione dei servizi formativi e orientativi; Contribuire alla diffusione del nuovo canale dell'Istruzione Tecnica Superiore anche attraverso la proposta di nuovi specifici percorsi, curricula e profili formativi, da inserire nell'offerta formativa degli ITS, partecipando alla governance delle fondazioni ITS; Sperimentare modelli e percorsi in alternanza, incentrati sui tirocini formativi e di orientamento al lavoro con particolare riguardo per le professioni tecnico-scientifiche e quelle specializzate nei processi d'internazionalizzazione.	professioni tecnico scientifiche, in collaborazione con le scuole; • Favorire la collaborazione tra mondo del lavoro e mondo scolastico anche attraverso la realizzazione del job day.	
--	--------------	--	---	--

2C2a	Sostegno e Promozione di Impresa	Azioni concrete di supporto per la creazione e lo sviluppo delle nuove e giovani imprese e per la crescita e consolidamento di quelle “mature”. Il processo si svilupperà, in continuità rispetto a quanto già attuato negli anni precedenti, attraverso la gestione di uno sportello di prima informazione e orientamento a cui affiancare una più specifica attività di assistenza e tutoraggio personalizzate (incontri one to one) e di incontri seminariali su tematiche strettamente connesse alla creazione e gestione d’impresa, con sessioni dedicate in particolare allo sviluppo delle competenze commerciali e all’accesso a innovative formule di credito. Nel corso dell’annualità, parte delle aziende tutorate da più di 2 anni, entreranno nella fase di monitoraggio tesa a mantenere i rapporti con la struttura consulenziale al fine di valutare le dinamiche dell’attività imprenditoriale suggerendo alla stessa, se necessario, gli idonei correttivi.	1. consolidamento delle attività di supporto a favore delle imprese già assistite con affiancamento di almeno 35 aziende; 2. erogazione di attività di affiancamento ed assistenza ad almeno 15 aziende non partecipanti alla precedente annualità del progetto (2012) ivi comprese aziende in fase di start up; 3. erogazione complessiva di 60 giornate di tutoraggio.	€ 72.000
------	----------------------------------	--	---	----------